

Tutelare innovazione e creatività all'estero

Proprietà intellettuale come bene strategico per l'internazionalizzazione delle imprese







Tutelare innovazione e creatività all'estero

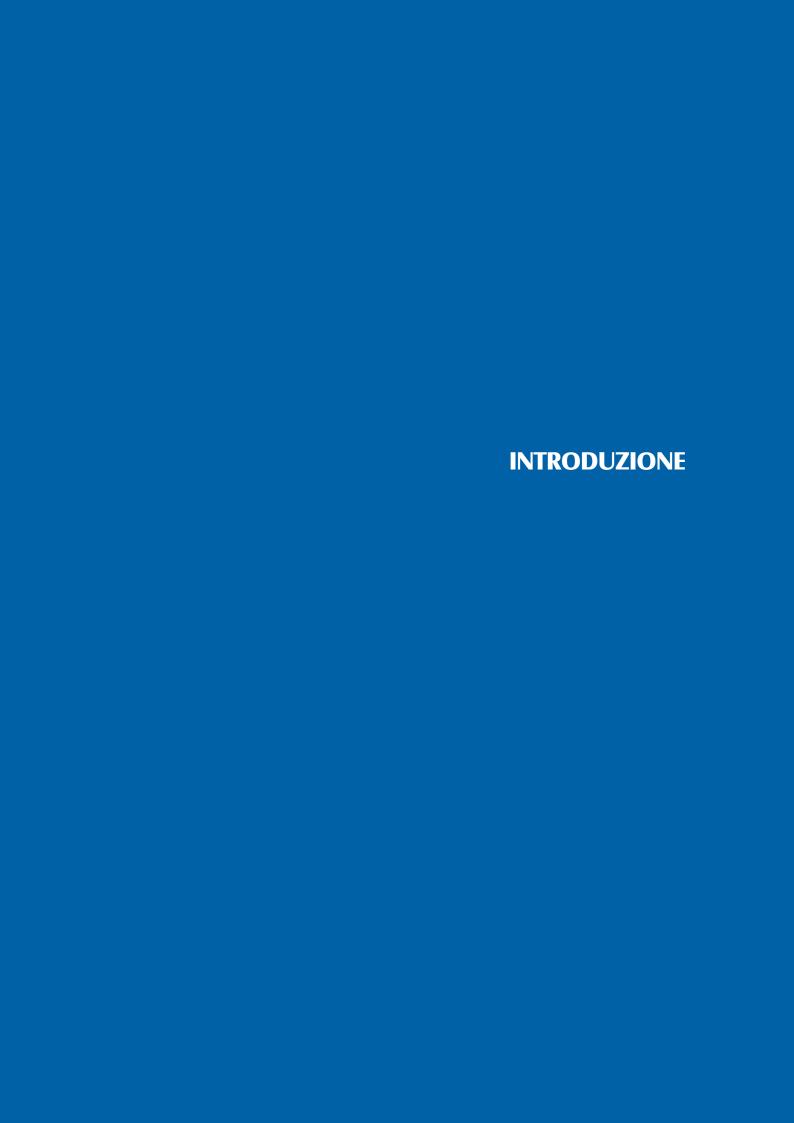
Proprietà intellettuale come bene strategico per l'internazionalizzazione delle imprese





Sommario

INTRODUZIONE Cosa sono i diritti di proprietà intellettuale, cosa proteggono e come normalmente li tuteliamo	4
A) RUOLO STRATEGICO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE NELLA INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	10
B) PROBLEMI PRATICI NELLA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E POSSIBILI SOLUZIONI	13
B.1) Scelta del diritto di proprietà intellettuale appropriato	14
B.2) Principio di territorialità	16
B.3) Difficoltà nel far valere davanti a un Ufficio o a un Giudice i diritti di proprietà intellettuale	18
B.4) Tutela della proprietà intellettuale su internet	20
B.5) Contraffazione su internet e responsabilità degli Internet Service Provider (ISP)	24
B.6) Contraffazione su internet e tutela della privacy	26
B.7) Nuove tecnologie	28
B.8) Delocalizzazione, "made in", "made in Italy" e "Italian sounding"	30
B.9) Tutela all'estero dei prodotti tipici italiani	34
B.10) Regola dell'esaurimento dei diritti di proprietà intellettuale, circolazione internazionale dei prodotti e sistemi di distribuzione esclusiva o selettiva	36
B.11) Misure di salvaguardia dei diritti di proprietà intellettuale nei rapporti con lavoratori dipendenti e collaboratori autonomi	40
B.12) Misure di blocco doganale	42
C) SEDI PER LA TUTELA DEI DIRITTI E PRINCIPALI ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI CHE SI OCCUPANO DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE	44
D) PROPRIETÀ INTELLETTUALE E DIRITTO DELLA CONCORRENZA	47
E) DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE COME FORMA DI INVESTIMENTO DIRETTO PROTETTA DAGLI ACCORDI SUGLI INVESTIMENTI	52
COME LA FARNESINA PUÒ ASSISTERE LE IMPRESE NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE NEL SETTORE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE	57
APPENDICI	60
1) ALCUNI SITI UTILI	61
1.1) Siti internet di carattere generale	62
1.2) Siti di e-learning	63
1.3) Pagine di ricerca degli Stati Contraenti dei Trattati gestiti dall'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale	63
2) PRINCIPALI CONVENZIONI INTERNAZIONALI IN TEMA DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE	64



Cosa sono i diritti di proprietà intellettuale, cosa proteggono e come normalmente li tuteliamo



I "Diritti di Proprietà Intellettuale" (DPI) permettono di tutelare gli elementi innovativi e creativi dell'impresa, sia nella sua attività e organizzazione interna, sia nei rapporti sul mercato con i concorrenti e i consumatori.

In quanto relativi a creazioni dell'ingegno, i DPI non proteggono qualcosa di tangibile, su cui rivendicare un diritto di proprietà o un possesso, ma qualcosa di intangibile, che deve essere perimetrato e protetto in modo che solo chi ne ha titolo lo possa adeguatamente sfruttare.

La **"privativa industriale"**, ovvero la titolarità di uno di questi diritti, riconoscendone l'esclusiva (la "privativa" rispetto ai terzi), permette di garantirsi i proventi economici che derivano dall'applicazione e dall'utilizzo della creazione, benché usualmente con determinati limiti di tempo e luogo.

Da un lato, infatti, l'impresa fa ricerca e cerca di innovare nella legittima aspettativa di poter poi sfruttare ciò che ha ottenuto e averne un ritorno economico. Dall'altro, se questi diritti non avessero alcun limite in assoluto, la società farebbe molta più fatica a progredire e chi non ha i mezzi per fare ricerca verrebbe totalmente emarginato dai processi di crescita.

La caratteristica fondamentale dei DPI consiste perciò nell'attribuire al loro titolare una esclusiva sull'elemento protetto, che in termini pratici si traduce nel diritto di vietare a terzi atti di sfruttamento non autorizzato dell'elemento in questione. Chi compie, senza autorizzazione, attività riservate in esclusiva al titolare di un DPI, commette una "contraffazione", ossia una violazione del DPI e dell'esclusiva conferita dalla legge al suo titolare.

FOCUS

I principali "DPI", universalmente riconosciuti, sono:

- **Brevetto:** protegge l'invenzione di un prodotto o di un procedimento che possa trovare applicazione in campo industriale;
- Marchio: protegge i cosiddetti segni distintivi (come le parole, le figure, i segni in genere) e tutti gli elementi che identificano i prodotti e i servizi di una specifica impresa;
- **Design:** protegge l'aspetto caratteristico od originale di un prodotto, di un componente di un prodotto o di un packaging, solitamente dando un'esclusiva su innovazioni di tipo estetico;
- **Diritto d'autore:** tutela le opere dell'ingegno dotate di carattere creativo, che appartengono tipicamente ai campi letterario, teatrale, musicale, cinematografico. Vengono usualmente protetti tramite il diritto d'autore anche software, banche dati, disegni architettonici, creazioni pubblicitarie e prodotti multimediali.

a proprietà intellettuale è ancora in gran parte tutelata a livello nazionale.

Di conseguenza, la copertura dei DPI è in principio territoriale Paese per Paese, anche se all'interno dell'Unione Europea esiste già la possibilità di ottenere il riconoscimento di un marchio, di un design industriale o di una denominazione d'origine o indicazione geografica con valenza sull'intero territorio dell'Unione.

Esistono anche alcune Convenzioni internazionali che permettono il riconoscimento di una privativa di un Paese anche negli altri Paesi che hanno sottoscritto la medesima Convenzione.

Chiunque intenda commerciare con l'estero, qualunque forma di internazionalizzazione scelga (stabilendosi in un paese straniero, creando rapporti contrattuali di agenzia, distribuzione o accordi di cooperazione, o prestando servizi cross-border), dovrà confrontarsi con questa parcellizzazione e con il fatto che nel Paese straniero possono essere diverse sia le forme di tutela che lo stesso offre ai DPI, sia le forme di violazione dei diritti.



Una menzione a parte meritano le **DENOMINAZIONI DI ORIGINE** e le **INDICAZIONI GEOGRAFICHE**:

FOCUS

DENOMINAZIONE DI ORIGINE: il nome geografico di un luogo determinato che serve a designare un prodotto originario di tale luogo, le cui qualità o caratteristiche sono esclusivamente o essenzialmente dovute all'ambiente geografico, comprensivo di fattori naturali e umani, e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione awengono nell'area geografica delimitata.

INDICAZIONE GEOGRAFICA: il nome geografico di un luogo che identifica un prodotto come originario di tale luogo e di cui una determinata qualità, la notorietà o un'altra caratteristica sia essenzialmente attribuibile all'area geografica in cui avviene la sua produzione, trasformazione o elaborazione.

Italia protegge le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche qualificandole come veri e propri diritti di proprietà industriale.

Nell'Unione Europea esistono Regolamenti che proteggono le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche nel settore agro-alimentare e in quello vitivinicolo.

Fuori dall'Unione Europea, diversi Paesi, soprattutto per ragioni economiche locali, preferiscono una tutela meno intensa delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche: perciò non hanno una disciplina specifica per esse e le proteggono attraverso le norme sui marchi e sul divieto di concorrenza sleale.

nfine, esistono creazioni e innovazioni che non sono registrate o brevettate perché non rispondono alle condizioni richieste dalle norme applicabili o perché il titolare ha deciso che secondo un'analisi costi-benefici non conviene seguire la via della registrazione o brevettazione.

Tra le creazioni e innovazioni che possono non essere brevettabili o che, anche ove brevettabili, possono non essere brevettate per scelta dell'impresa, rientra il **KNOW-HOW**, che secondo la legge è formato da "informazioni aziendali" e da "esperienze tecnico-industriali, comprese quelle commerciali" (art. 98 Codice della Proprietà Industriale) e che costituisce una parte spesso importante del patrimonio dell'impresa.

Sono know-how, ad esempio, i segreti commerciali, strategie di marketing e piani commerciali, liste clienti e fornitori, procedimenti tecnici industriali, progetti di sviluppo di nuovi prodotti, accorgimenti e regolazioni per far funzionare un macchinario o un apparato nel modo più efficiente.

In molti Paesi, inclusa l'Italia, il know-how è protetto come un vero DPI o almeno in base alla disciplina che reprime la concorrenza sleale.



A) RUOLO STRATEGICO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE NELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE



Nell'attuale contesto globalizzato, caratterizzato da una concorrenza sempre più pressante, i diritti di proprietà intellettuale - siano essi brevetti, marchi, design, denominazioni d'origine e indicazioni geografiche o diritto d'autore - possono fornire un vantaggio competitivo a tutti coloro che non solo li tutelano a livello nazionale e internazionale, ma li sanno valorizzare in maniera strategica, rendendoli un elemento di competitività centrale nelle loro attività.

Ciò vale per la grande impresa, ma sempre di più anche per la piccola e media impresa. Infatti, può essere proprio la capacità innovativa di una impresa a fare la sua fortuna sul mercato internazionale indipendentemente dalla sua dimensione.

Il MADE IN ITALY si fonda in grandissima parte sulle capacità innovative e sulle caratteristiche di originalità e qualità della produzione delle imprese, che trovano un'espressione giuridica e una tutela per il ritorno economico dei loro investimenti in ricerca e innovazione proprio nella proprietà intellettuale.

È dunque necessario che nei processi di internazionalizzazione le imprese adottino strategie che siano insieme di protezione e valorizzazione della loro proprietà intellettuale.

La presente Guida intende fornire alcune indicazioni di supporto per facilitare tale esercizio, cercando di sensibilizzare coloro che hanno meno esperienza negli strumenti di internazionalizzazione a riconoscere i problemi e i possibili modi di risolverli.



In via molto generale, nell'affrontare le tematiche di proprietà intellettuale un'impresa dovrà porsi i seguenti interrogativi:

FOCUS

RICONOSCERE LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Che cosa è proteggibile?

A partire da quale momento "un'idea" diviene bene tutelabile?

Quali comportamenti sono considerati violazioni della proprietà intellettuale?

ELABORARE UNA STRATEGIA DI PROTEZIONE

Cosa voglio proteggere?

Dove voglio proteggere?

L'impresa dovrà avere a mente questi principi elementari:

FOCUS

ATTUARE LA PROTEZIONE IN MODO SISTEMATICO

Disporre di un diritto senza saperlo tutelare è come non averlo

Monitorare serve sia a chi deve proteggere sia a chi rischia di violare

Concepire la strategia di protezione come strategia di valorizzazione

B) PROBLEMI PRATICI NELLA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E POSSIBILI SOLUZIONI



B.1) SCELTA DEL DIRITTO DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE APPROPRIATO

PROBLEMA

I diritti di proprietà intellettuale nel loro insieme proteggono tutti gli elementi creativi e innovativi di un'impresa. Tuttavia ognuno di questi diritti ha un proprio ambito di applicazione e protegge determinate creazioni, non altre.

L'imprenditore può avere difficoltà a individuare quale sia l'esclusiva "giusta" per la sua innovazione o creazione e corre il rischio di utilizzare gli strumenti sbagliati per proteggerla, ad esempio cercando di proteggere innovazioni tecniche con gli strumenti delle innovazioni estetiche o viceversa.

È inoltre possibile commettere errori di strategia circa la registrazione o brevettazione.

Non sempre è facile stabilire se sia meglio brevettare un'innovazione oppure proteggerla come informazione aziendale segreta.

Inoltre, non tutti sono a conoscenza del fatto che è possibile registrare come marchio, oltre a una parola o un logo, anche altri segni di varia natura che compongono il brand aziendale, quali la forma dei prodotti, il loro packaging, la loro colorazione caratteristica, temi musicali e persino l'aspetto di certi punti vendita monomarca.



- e imprese che vogliono operare sui mercati di più Paesi dovrebbero adottare cautele e compiere determinati controlli. In particolare è consigliabile:
- verificare tramite consulenti ed esperti in proprietà intellettuale la situazione legislativa dei Paesi di interesse e individuare sulla base della legislazione locale i tipi di tutele disponibili;
- ▶ verificare, tramite cosiddette ricerche di anteriorità, ossia ricerche sui diritti di proprietà intellettuale esistenti nei vari Paesi, che non vi siano in questi stessi Paesi diritti esclusivi di terzi che potrebbero bloccare o invalidare la successiva brevettazione o registrazione dell'impresa italiana;
- per i brevetti valutare preventivamente se l'innovazione che si vuole proteggere presenti i requisiti prescritti dalla legge e in ogni caso mantenere il più assoluto segreto su tutte le innovazioni non ancora brevettate;
- ▶ per i marchi, da un lato, evitare inutili doppie registrazioni di segni identici o simili nello stesso Paese; dall'altro, considerare che è marchio qualunque elemento (di forma, di packaging, di colore, di suono, ecc.) che trasmetta messaggi dall'impresa al consumatore, e conseguentemente impostare una strategia di registrazione che copra tutti questi elementi;
- sempre per i marchi, considerare l'opportunità di registrare i marchi costituiti da lettere, sigle o parole anche traslitterati nell'alfabeto o nella scrittura locale di Paesi che non hanno il nostro alfabeto;
- ▶ tenere un **completo e accurato dossier aziendale** sulla creazione, sull'utilizzo e sulla presenza nei vari mercati nazionali di tutti i marchi, gli elementi distintivi e i design dei prodotti dell'impresa, in modo da essere poi agevolati nel provare questi aspetti, quando occorre, davanti a Uffici o Giudici di qualunque Paese;
- dopo il deposito di una domanda per ottenere un diritto esclusivo di proprietà intellettuale, dotarsi di un sistema di monitoraggio - normalmente svolto da consulenti ed esperti della materia - contro eventuali contraffazioni oppure contro registrazioni e brevettazioni in violazione del proprio diritto esclusivo;
- ▶ specificamente per il **diritto d'autore** curare la conservazione di tutta la **documentazione che possa servire a dimostrare la data di creazione e la paternità dell'opera protetta**; avvalersi degli eventuali sistemi di deposito e di registrazione dell'opera che pure possono agevolare nel dare la prova della data, di quale sia esattamente l'opera protetta e del soggetto che l'ha creata.

B.2) PRINCIPIO DI TERRITORIALITÀ

PROBLEMA

I diritti di proprietà intellettuale esistono su base territoriale, ossia danno un'esclusiva solo per il territorio dello Stato o dell'Unione di Stati che li ha concessi.

Soprattutto per i diritti di proprietà intellettuale che si acquisiscono con una registrazione o una brevettazione, talvolta è difficile prevedere in anticipo e "coprire" tutti i territori che possono essere o potrebbero diventare in futuro di interesse per l'impresa.

Esiste il rischio di non avere brevettazioni o registrazioni in Paesi che solo in un secondo momento diventano mercati appetibili.



pecialmente per le imprese che progettano di operare su più mercati, vi sono alcuni strumenti particolarmente utili:

- ▶ REGISTRAZIONI E BREVETTAZIONI PER PIÙ STATI CON UN'UNICA PROCEDURA (si veda C): ad esempio la registrazione di un marchio dell'Unione Europea che poi si conserva per tutto il territorio dell'Unione anche mediante un utilizzo solo in una parte di esso e senza che vi sia una presenza effettiva su tutti i mercati nazionali; oppure il rilascio di un brevetto europeo sulla base della Convenzione di Monaco, che con una singola procedura permette di ottenere un'esclusiva in più Stati scelti dal titolare o, in prospettiva, di un brevetto europeo a effetto unitario sulla base della normativa UE (non appena il nuovo sistema di brevettazione uniforme a livello UE sarà operativo).
- ▶ DISPOSIZIONI DI DIVERSE CONVENZIONI INTERNAZIONALI TRA STATI CHE AGEVOLANO IL TITOLARE DI UN DIRITTO DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE NELL'ESTENDERE LA SUA ESCLUSIVA AD ALTRI PAESI. Si deve però sempre tenere presente che, a seconda degli Stati e del tipo di diritto di proprietà intellettuale, è possibile che le estensioni debbano essere fatte entro termini non prorogabili, sui quali è bene informarsi in anticipo;
- ▶ IL MECCANISMO CHIAMATO "PRIORITÀ" che offre un periodo di tempo sicuro (sei o dodici mesi a seconda del diritto di proprietà intellettuale) per procedere, dopo una domanda di registrazione o brevettazione in un Paese, a una registrazione o brevettazione in altri Paesi, come se anche in questi ultimi la domanda fosse stata presentata alla data della domanda nel primo Paese;
- ▶ LA REGOLA CHIAMATA "PERIODO DI GRAZIA" che in certi casi consente di testare il prodotto sul mercato anche prima di depositare una domanda di registrazione o brevettazione, senza che questo faccia perdere al prodotto e ai suoi marchi la caratteristica della novità;
- ▶ POSSIBILI ACCORDI COMMERCIALI con altri soggetti a cui si può concedere l'autorizzazione, dietro corrispettivo, a sfruttare un certo bene oggetto di un diritto di proprietà intellettuale (cosiddette licenze) che permettono di operare tramite questi altri soggetti e così acquisire diritti anche in territori dove l'impresa non può o non vuole operare direttamente.

B.3) DIFFICOLTÀ NEL FAR VALERE DAVANTI A UN UFFICIO O A UN GIUDICE I DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

PROBLEMA

Quando un'impresa è titolare di un diritto di proprietà intellettuale in più Paesi e vi sono delle violazioni di questo diritto appunto in Paesi diversi non sempre è possibile difendersi con un'unica causa. Anzi, spesso è necessario procedere con azioni Paese per Paese, con intuibili problemi di costi e di coordinamento tra le varie azioni. A ciò si aggiungono difficoltà inerenti all'individuazione del Giudice competente per la causa e delle norme di legge applicabili.



uesti problemi sono complicati dal fatto che ci sono orientamenti diversi e molte sentenze che vanno coordinate tra loro. Anche in questo caso è consigliabile sentire preliminarmente l'opinione di un consulente o di un legale.

Per quanto normalmente la strategia seguita sia quella di attaccare il contraffattore nel Paese in cui ha sede, si deve tenere presente che non sempre questo è possibile o conveniente (come ad esempio quando la contraffazione ha luogo in Europa e il responsabile ha sede in uno Stato extra-europeo).

Si deve anche tenere presente che in certi casi è possibile riunire più cause in un solo processo (un solo processo contro più contraffattori o più atti di contraffazione in Stati diversi), mentre in altri è obbligatorio procedere con cause parallele davanti a Giudici diversi.

Un altro aspetto da valutare nel decidere (ove possibile) dove instaurare la causa è quali sanzioni per la contraffazione possono essere ottenute dal Giudice di un certo Paese, in base alla legge da lui applicata.

Inoltre, quando si deve o comunque si preferisce procedere con azioni parallele in più Stati, è consigliabile affidare a un solo professionista l'incarico di "dirigere" e coordinare i vari "team" di difesa locali.

Un accorgimento per ridurre le difficoltà (anche se limitato ai casi in cui vi sia un rapporto contrattuale tra le parti) è inserire in tutti i contratti aventi ad oggetto dei diritti di proprietà intellettuale una clausola con cui si identificano a priori il Giudice competente e la legge applicabile.

B.4) TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE SU INTERNET

PROBLEMA

Un problema molto sentito è la protezione della proprietà intellettuale rispetto ad attività che avvengono su internet.

Spesso infatti le attività on line presentano significative differenze rispetto a quelle nel mondo fisico - un problema particolare è dato dal fatto che queste attività sono "a-territoriali", nel senso che non hanno i confini territoriali tipici dei mercati "fisici" - e pongono questioni non semplici relativamente alla eventuale responsabilità dei soggetti che forniscono agli utenti servizi di accesso alla rete e di suo utilizzo.

Questi problemi in realtà si dividono in due grandi temi:

- ► COME PROTEGGERSI PREVENTIVAMENTE SU INTERNET
- ► COME REAGIRE AD ATTIVITÀ ILLECITE SU INTERNET DI TERZI



7 COME PROTEGGERSI PREVENTIVAMENTE SU INTERNET

Sul primo versante, è anzitutto necessario curare un'adeguata registrazione e protezione dei segni distintivi aziendali sia come **DOMAIN NAME** (registrando tutti i segni che possono essere di interesse), sia in generale in tutte le **PIATTAFORME ON LINE** come in particolare i social media (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, ecc.).

Su questi ultimi è una buona strategia commerciale registrare un account della propria impresa, che può diventare un formidabile strumento di marketing, da affiancare al proprio sito internet.

Anche l'inserimento, ovunque possibile, nei propri siti internet e account di avvertimenti circa l'esistenza di diritti di proprietà intellettuale è sempre consigliabile.



7 COME REAGIRE AD ATTIVITÀ ILLECITE SU INTERNET DI TERZI

Sul secondo versante, vi sono oggi molti strumenti specifici di tutela quali:

- ▶ **Procedure cosiddette "UDRP"** (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy) che permettono di far valere in tempi rapidi i diritti su un domain name e, in caso di abusive registrazioni di terzi, di recuperare e farsi riassegnare il domain name;
- procedure cosiddette di "notice and take down" e di "notice and stay down", applicate soprattutto in materia di marchi e diritto d'autore.

La principale differenza tra le due procedure consiste nel fatto che la procedura di **"NOTICE AND TAKE DOWN"** si limita, su segnalazione del soggetto interessato, a rimuovere un contenuto illecito o a impedire a terzi di avervi accesso.

La procedura di "NOTICE AND STAY DOWN", oltre a ciò, prevede un ordine durevole nel tempo di non pubblicare più in rete contenuti illeciti che siano omogenei a quelli già segnalati o provenienti dal medesimo soggetto.

Soprattutto le procedure di **"STAY DOWN"** possono agevolare molto il titolare, dispensandolo dall'onere di mandare una nuova segnalazione per ogni contenuto illecito ed alleggerendo così anche la fase di esame delle segnalazioni.

Queste procedure di "take down" o "stay down" possono essere attivate dal titolare del diritto violato o direttamente presso la piattaforma che ospita il contenuto illecito (molte piattaforme si sono ormai dotate di queste procedure) mediante l'invio on line a chi gestisce la piattaforma di una segnalazione sul fatto che la piattaforma sta ospitando un contenuto illecito (ad esempio un prodotto contraffatto su eBay, un finto account - fake account - su Facebook, un materiale protetto dal diritto d'autore su YouTube), a seguito della quale il gestore oscura la pagina con il materiale illecito o addirittura disattiva l'account del contraffattore; oppure presso Autorità amministrative indipendenti (si veda il punto che segue);

7 LE DIVERSE POSSIBILI VIE DI TUTELA

- ▶ Strumenti di tutela offerti da Autorità indipendenti di controllo di certi settori come in Italia l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato o l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, le cui procedure sono ritenute a livello internazionale delle best practices -, che di propria iniziativa o su segnalazione dell'interessato possono in tempi rapidi accertare e bloccare le attività illecite, anche qui con misure di "take down" e di "stay down";
- ▶ Denunce o querele per avviare procedimenti penali dato che molto spesso la violazione di diritti di proprietà intellettuale costituisce anche un reato.

Nel caso di cause davanti a un Giudice per contraffazioni commesse on line va tenuto presente che alcune legislazioni agevolano il titolare dei diritti di proprietà intellettuale prevedendo la possibilità di fare causa anche senza una previa identificazione del soggetto che ha commesso l'illecito (che spesso è nascosto dietro il sito e non rintracciabile); o di ottenere il blocco delle attività del contraffattore da parte della "piattaforma" che ospita il contenuto illecito, anche quando la "piattaforma" non è in sé responsabile.

Al tempo stesso si deve ricordare che queste cause hanno alcune limitazioni che vanno attentamente considerate per evitare di affrontare spese inutili per processi destinati all'insuccesso. In particolare bisogna considerare che di regola non basta la mera visibilità del sito che ospita il contenuto illecito per aversi contraffazione nel territorio di uno Stato, ma occorre dimostrare che il sito è specificamente destinato (anche) ai consumatori di quel territorio; e che molte legislazioni prevedono che le "piattaforme" che ospitano i contenuti siano responsabili dell'illecito solo a certe condizioni e comunque di regola non lo siano quando si limitano a fornire il loro servizio senza essere a conoscenza del contenuto illecito (si veda B.5).

B.5) CONTRAFFAZIONE SU INTERNET E RESPONSABILITÀ DEGLI INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)

PROBLEMA

Un tema attuale e non sempre di agevole soluzione per il titolare di diritti di proprietà intellettuale riguarda la posizione dei soggetti fornitori di servizi su internet, i cosiddetti INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)



I titolare del diritto è portato a imputare la violazione anche all'ISP che ha reso materialmente possibile la violazione fornendo un servizio di cui poi un utente si è servito per commettere la contraffazione.

Bisogna però tenere presente che la legislazione attuale non ritiene gli ISP automaticamente responsabili di contraffazione e che occorre perciò valutare attentamente quando e a quali condizioni l'ISP possa essere coinvolto in una causa.

Tendenzialmente - ma anche in questo caso è sempre opportuno verificare la legislazione locale dei singoli Stati - gli ISP godono di una esenzione da responsabilità (queste esenzioni vengono spesso chiamate **"SAFE HARBOURS"** o "porti sicuri") quando si limitino appunto a fornire il servizio.

Più precisamente, di regola l'ISP (che può essere il soggetto che permette di accedere alla rete, oppure un soggetto che fornisce servizi a chi ha già avuto accesso alla rete: si pensi a un motore di ricerca, a un social network, a un mercato on line, ecc.) non risponde di contraffazione se ha mantenuto un ruolo neutrale, limitandosi a fornire il servizio, senza partecipare attivamente alla condotta illecita dell'utente (ad esempio agevolandolo nel caricare in rete e nel dare visibilità e diffusione al contenuto illecito).

Viceversa l'ISP può diventare responsabile della violazione e quindi risponderne insieme all'utente del servizio nel caso, appena indicato, di attiva partecipazione all'illecito oppure nel caso in cui, pur non avendo partecipato all'illecito, il titolare del diritto gli segnali il contenuto illecito e l'ISP non adotti misure (di "take down" o di "stay down") per porre rimedio alla situazione.

Sotto quest'ultimo profilo è bene ricordare che la segnalazione del titolare dovrebbe essere il più dettagliata possibile, dato che segnalazioni vaghe e generiche che non identificano con chiarezza i contenuti illeciti potrebbero essere ritenute non sufficienti a far sorgere l'obbligo di intervento e, di conseguenza, la responsabilità dell'ISP.

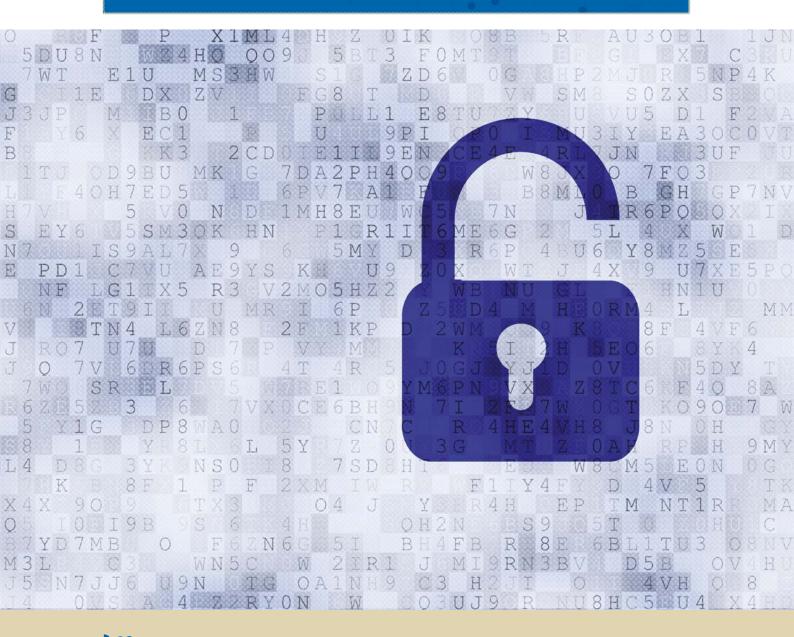
Si deve inoltre tenere presente che, secondo certe legislazioni, anche l'ISP che può avvalersi di una esenzione da responsabilità (e che quindi in sostanza non può essere sanzionato o condannato a risarcire dei danni) può comunque ricevere dal Giudice un ordine di "take down" o di "stay down", in quanto nella sua posizione di intermediario e di soggetto in grado tecnicamente di stroncare l'illecito, gli può essere appunto ordinato di cooperare e di prendere le misure idonee a questo fine.

B.6) CONTRAFFAZIONE SU INTERNET E TUTELA DELLA PRIVACY

PROBLEMA

Il diritto alla privacy, protetto come diritto fondamentale della persona, spesso entra in conflitto con le esigenze di tutela della proprietà intellettuale.

Ciò tipicamente avviene quando a commettere l'illecito è un utente di internet che opera attraverso un Internet Service Provider (ISP) e la cui identità è ignota al titolare del diritto di proprietà intellettuale violato, che non ha obiettivamente modo di sapere chi sia questo utente.



Nel delineare le strategie di reazione alle contraffazioni bisogna valutare quanto queste strategie possano essere limitate dalle norme che proteggono la privacy.

Va detto che allo stato attuale della legislazione e della giurisprudenza (almeno in Europa) la tutela della privacy può impedire al titolare di un diritto di proprietà intellettuale violato di sapere chi sia l'utente materialmente responsabile della violazione. Ciò avviene perché solo l'ISP ha modo di individuare chi siano gli utenti dei suoi servizi e la giurisprudenza dell'Unione Europea ritiene che ragioni di tutela della privacy degli utenti possono appunto impedire che all'ISP venga ordinato di rivelare i nomi e i dati degli utenti responsabili dell'illecito.

Uesta situazione, che può essere frustrante per il titolare del diritto, si può tuttavia in parte rimediare.

Anzitutto nulla impedisce al titolare del diritto violato di cercare per altra via, mediante indagini rispettose della privacy, di individuare la persona responsabile dell'illecito.

Inoltre alcune legislazioni permettono di agire anche contro convenuti non ancora identificati, consentendo di cercare poi di identificarli in corso di giudizio.

Soprattutto il titolare del diritto, anche quando non abbia modo di individuare l'utente autore dell'illecito, può fare un uso strategico delle procedure, descritte in B.4 e in B.5, di "notice and take down" e di "notice and stay down", chiedendo, da un lato, all'ISP di adottare queste misure (cosa che l'ISP può essere incentivato a fare anche per non perdere il beneficio dell'esenzione da responsabilità) e, dall'altro lato, alle Autorità amministrative indipendenti di ordinare all'ISP l'adozione delle medesime misure.

E ancora, ove la legislazione locale lo consenta, si può ottenere dal Giudice l'irrogazione di ordini di cooperazione e di rimozione dei contenuti illeciti nei confronti degli ISP anche quando essi non siano direttamente responsabili.

La legislazione europea in materia di diritto d'autore è d'altro canto in una fase di modifica e vi saranno probabilmente a breve notevoli cambiamenti, specialmente in relazione alla progettata direttiva sul diritto d'autore nel Digital Single Market (Mercato Unico Digitale).

È quindi possibile che la situazione sin qui descritta muti in tempi rapidi. Gli aggiornamenti al riguardo possono trovarsi sul sito della Commissione UE (https://ec.europa.eu).

B.7) NUOVE TECNOLOGIE

PROBLEMA

Le possibilità materiali di copiature che costituiscono violazioni di diritti di proprietà intellettuale sono oggi molto più ampie grazie a nuove tecnologie come la stampa 3D e la replica e la condivisione di file digitali su internet.

Una specifica difficoltà è data dal fatto che tradizionalmente i diritti esclusivi di proprietà intellettuale non potevano essere fatti valere contro attività svolte in ambito privato (per il loro limitato rilievo), mentre le nuove tecnologie consentono una massiccia e invasiva "contraffazione domestica".



on riguardo agli atti di contraffazione e di pirateria a livello dei privati che sfruttano a tal fine le nuove tecnologie (specialmente per la duplicazione di opere protette dal diritto d'autore), le imprese devono essere consapevoli del fatto che gli attuali sviluppi normativi permettono oggi una tutela molto più robusta.

In particolare:

- ▶ Nel campo del diritto d'autore molte attività di copiatura in ambito privato sono qualificate dalla legge come **contraffazione** o, quanto meno, come condotte che danno al titolare dell'esclusiva il diritto di esigere un compenso;
- ▶ in generale, la legge e i Giudici tendono ad affermare, sia pure a certe condizioni che possono variare nei diversi Stati, che costituisce una forma di partecipazione all'illecito già la fornitura ai privati dei mezzi e degli strumenti con cui la copiatura è materialmente realizzata: in tal modo le difficoltà di andare a individuare "porta a porta" i casi di contraffazione si possono superare bloccando a monte la fornitura ai privati;
- è possibile dotarsi di sistemi di marcatura e identificazione dei prodotti originali e di misure tecniche di protezione anticopia che sono una forma sempre più diffusa di autotutela preventiva, ammessa e incoraggiata dalla legge, al punto che in certi casi costituisce in sé attività illecita la rimozione o la manomissione di queste misure di protezione.

Specialmente nel campo del diritto d'autore in ambiente digitale esistono oggi molte tecnologie che possono essere adottate e che consentono di impedire l'accesso all'opera da parte di utenti non autorizzati o di impedire una copia dell'opera stessa; oppure ancora tecnologie che permettono di "marcare" l'esemplare dell'opera, di apporvi informazioni elettroniche sull'esistenza e sulla portata dei diritti esclusivi, ed anche di tracciare e monitorare l'utilizzo e la circolazione dell'opera.

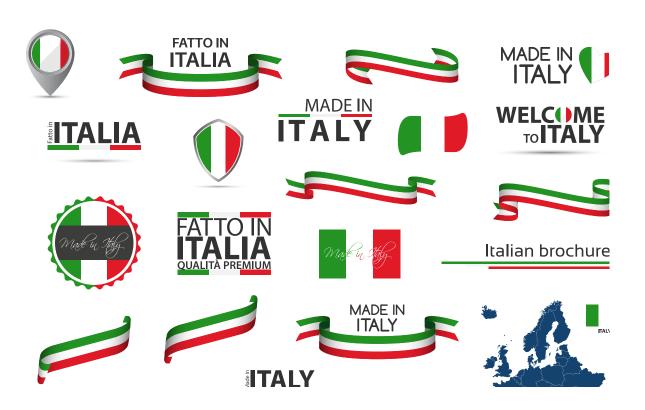
B.8) DELOCALIZZAZIONE, "MADE IN", "MADE IN ITALY" E "ITALIAN SOUNDING"

PROBLEMA

Alla tutela della proprietà intellettuale si collegano anche le normative che riguardano l'informazione al consumatore circa il Paese in cui un certo prodotto è fabbricato. Spesso infatti è la provenienza in sé da un certo Paese a presentare un valore agli occhi del consumatore e perciò a influenzare le sue scelte d'acquisto.

Questo è particolarmente vero per le imprese italiane dato che, soprattutto in certi comparti, l'italianità del prodotto costituisce un plus rilevante: cosicché il poter rivendicare anche su mercati esteri questa italianità ed impedire che chi non vi ha titolo non lo faccia costituisce un tassello importante della protezione delle imprese.

Si pone però un problema quando l'impresa italiana delocalizza la produzione all'estero.



P er molte imprese la delocalizzazione è una scelta strategica vincente in quanto consente di abbattere i costi di produzione.

Tuttavia per delocalizzare con consapevolezza bisogna considerare anche le norme sul "MADE IN" che stabiliscono di quale Paese il prodotto può dirsi originario. In particolare, solo a certe condizioni il prodotto "delocalizzato" può rivendicare caratteristiche di italianità e fregiarsi del "MADE IN ITALY".

Al tempo stesso l'impresa italiana ha interesse a reagire contro chi rivendichi falsamente un'italianità del prodotto oppure lo presenti al pubblico con marchi, etichette, frasi o immagini evocativi dell'Italia (cosiddetto "**ITALIAN SOUNDING**").

La delocalizzazione produttiva può aiutare le imprese e spesso viene vista come un'utile strategia per abbattere i costi. Si deve però sempre tenere presente che avere una sede in Italia e utilizzare un design italiano non sono in sé sufficienti per qualificare il prodotto come "made in Italy".

Quando le fasi produttive di un bene avvengono in Stati diversi, è la legge a stabilire in maniera vincolante in quale di questi Stati il prodotto può dirsi fabbricato (made in) e per quali altri Stati non si può rivendicare un "made in" anche se il prodotto presenta un collegamento con quel territorio o ha in esso una fase produttiva.

Di regola l'individuazione dello Stato di origine di un prodotto a fabbricazione delocalizzata avviene sulla base delle norme doganali (in particolare nell'Unione Europea il Regolamento n. 952/2013).

In linea di massima nell'Unione Europea l'origine territoriale di un prodotto viene stabilita o sulla base di accordi bilaterali o multilaterali tra l'Unione e altri Stati (cosiddetta origine preferenziale) o, in loro mancanza, sulla base del diritto dell'Unione Europea, che considera Paese di origine quello in cui il prodotto ha "subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale ed economicamente giustificata, effettuata presso un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione" (cosiddetta origine non preferenziale).

I impresa che delocalizza e che vuole successivamente presentare il suo prodotto come "made in" un certo territorio deve quindi **preventivamente verificare** da un punto di vista giuridico come la delocalizzazione deve essere strutturata affinché ciò si possa fare.

Nel caso in cui si voglia mantenere l'indicazione di italianità del prodotto, bisogna quindi fin dall'inizio strutturare la produzione in modo che abbiano luogo nel territorio italiano le fasi produttive che, in base alla legge vigente e al prodotto di cui si tratta, devono necessariamente essere svolte nel nostro Paese affinché possa essere qualificato come italiano un prodotto che non sia interamente progettato e fabbricato in Italia.

Bisogna inoltre assolutamente evitare di indicare una italianità del prodotto nei casi in cui a seguito della delocalizzazione ciò non sia possibile, dato che questo esporrebbe al rischio di un blocco delle merci in dogana e a sanzioni di varia natura, anche penali.

Al tempo stesso la **consapevolezza delle norme sul "made in"** può aiutare a individuare i casi in cui viene falsamente e illegittimamente rivendicata da altri una certa origine del prodotto, e a reagire contro questi illeciti.

Si deve inoltre ricordare che, anche quando non si utilizzi l'espressione "made in", può costituire un illecito sotto diversi profili (in particolare i profili del parassitismo e dell'inganno del consumatore) il ricorso a tecniche di Italian sounding che inducano a credere che il prodotto abbia un legame con l'Italia mentre ciò non è vero.

Anche sotto questo profilo le imprese italiane possono quindi tutelarsi, sia in Italia, sia in altri Paesi in cui dovessero operare.



B.9) TUTELA ALL'ESTERO DEI PRODOTTI TIPICI ITALIANI

PROBLEMA

Nel precedente punto 8 si è parlato in termini generali della difesa del carattere di italianità di tutti i prodotti italiani, di qualunque tipo e di qualunque comparto.

Vi sono però anche prodotti tipici che, oltre ad essere "made in Italy", sono pure strettamente legati a una certa zona d'origine da particolari fattori naturali o di tradizione e che per questo motivo possono avere una protezione aggiuntiva in base alla legislazione in tema di denominazioni di origine e di indicazioni geografiche.

Ciò in Italia avviene per molti prodotti del comparto vitivinicolo e agroalimentare, ma anche per prodotti non agricoli, ad esempio nei settori tessile, della pelletteria, dei prodotti artigianali, ecc. In questo settore, diversi prodotti hanno normative specifiche di tutela; in generale, tutte le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche, di qualunque prodotto, sono protette in base agli artt. 29 e 30 del Codice della Proprietà Industriale.



5 pesso la tutela di questi specifici prodotti italiani e della loro tipicità ha incontrato in altri Paesi, soprattutto al di fuori dell'Europa, difficoltà ulteriori rispetto a quelle segnalate in B.8.

Per i prodotti che hanno caratteri di tipicità territoriale e che possono fregiarsi di una denominazione d'origine o di una indicazione geografica occorre che le imprese interessate curino adequatamente tutti gli aspetti inerenti alla loro protezione, quali:

- ▶ PROCEDERE, ove possibile, alla registrazione di denominazioni d'origine e indicazioni geografiche a livello di Unione Europea e/o a livello nazionale (in Stati sia UE, sia extra UE), sulla base di un disciplinare di produzione che deve essere completo, dettagliato e verificabile, tenendo altresì presente che per molti prodotti tipici la possibilità di tutela all'interno dell'Unione Europea in assenza di registrazione è minima;
- ► AVVALERSI delle possibilità di protezione e registrazione offerte dai trattati bilaterali e multilaterali di cooperazione tra gli Stati in questa materia;
- ► ISTITUIRE, anche all'estero, sistemi di sorveglianza contro sfruttamenti indebiti o ingannevoli delle denominazioni o indicazioni protette, specialmente attraverso i vari Consorzi di tutela. Questo anche perché, secondo alcune sentenze, la protezione all'estero di un prodotto tipico di uno Stato presuppone che vi sia un'iniziativa da parte degli Enti di tutela di questo Stato di origine del prodotto.

B.10) REGOLA DELL'ESAURIMENTO DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE, CIRCOLAZIONE INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI E SISTEMI DI DISTRIBUZIONE ESCLUSIVA O SELETTIVA

PROBLEMA

Le imprese che operano su più mercati commercializzando prodotti che incorporano un diritto di proprietà intellettuale (ad esempio un prodotto recante un marchio oppure fabbricato con una tecnologia brevettata o con un design protetto) possono incontrare difficoltà nello stabilire quando hanno il diritto di controllare le successive rivendite del prodotto originale e quando invece il prodotto originale può liberamente circolare senza che il titolare del diritto di proprietà intellettuale possa impedirlo.



POSSIBILI SOLUZIONI

n termini giuridici si parla di **"ESAURIMENTO**" dei diritti di proprietà intellettuale nei casi in cui il titolare dei diritti non possa impedire la rivendita del prodotto originale da lui messo in commercio; e di "**NON ESAURIMENTO**" quando invece il titolare possa impedire la rivendita.

La distinzione tra i casi di esaurimento e di non esaurimento è tuttavia talvolta difficile. Individuare il confine tra le due ipotesi è necessario per impostare con consapevolezza le proprie politiche di vendita e anche per valutare vantaggi e limiti dei sistemi di distribuzione esclusiva o selettiva.

La regola generale nell'Unione Europea è che un prodotto incorporante un diritto di proprietà intellettuale messo in commercio in uno Stato dell'Unione Europea o dello Spazio Economico Europeo (SEE) dal titolare del diritto o con il suo consenso può poi liberamente circolare mediante rivendite di terzi in tutto il territorio in questione e non solo all'interno dello Stato in cui era stato originariamente venduto. Viceversa, se questo prodotto è stato messo in commercio dal titolare o con il suo consenso in uno Stato terzo, che non fa parte della UE o del SEE, il titolare conserva il diritto di vietarne l'importazione nel territorio dell'Unione, a meno che non ci sia un suo specifico consenso a questa importazione. Perciò le cosiddette importazioni parallele - espressione con cui si indicano tutti i casi in cui un soggetto acquista prodotti originali in un Paese e li importa in un altro Paese - non possono essere bloccate dal titolare se il prodotto originale è stato messo in commercio in un Paese appartenente alla UE o al SEE, mentre possono essere bloccate se il prodotto originale è stato messo in commercio in un altro Paese.

Non si possono quindi compartimentare i mercati nazionali all'interno della Unione Europea. Ad esempio, un prodotto venduto dal titolare del diritto di proprietà intellettuale in Francia o in Germania può poi essere liberamente importato da terzi in Italia.

Questo a meno che non ricorrano particolari ragioni, legittime e giustificate, che consentono al titolare del diritto di bloccare l'ulteriore circolazione:

è quindi opportuno che, su tutti i mercati, l'impresa svolga una sorveglianza per stabilire se ricorrono appunto queste ragioni legittime e giustificate, che di solito consistono in alterazioni del prodotto o della sua confezione (ma ricordando che a determinate condizioni anche il riconfezionamento e la rietichettatura di certi tipi di prodotti - soprattutto nel settore farmaceutico - sono consentiti); in modifiche dei marchi o degli altri segni distintivi; in vendite con sistemi e in canali distributivi squalificanti per l'immagine del prodotto.

S i deve inoltre tenere presente che la regola dell'esaurimento vale sia per atti di vendita nel mercato "fisico", sia per atti di vendita on line: e al riguardo prevalentemente si ritiene che un prodotto sia venduto nel territorio della UE o del SEE quando sia stato acquistato, anche tramite internet, da un consumatore che si trova nel territorio in questione.

Viceversa la messa in commercio di un prodotto originale **AL DI FUORI DELL'UNIONE EUROPEA O DELLO SPAZIO ECONOMICO EUROPEO** di regola non consente l'importazione in questi territori ai terzi che abbiano acquistato il prodotto nel territorio extra UE ed extra SEE in cui era stato inizialmente messo in commercio a meno che non vi sia un consenso esplicito o implicito del titolare all'importazione.

Se perciò il titolare del diritto di proprietà intellettuale vende prodotti al di fuori del territorio della UE o del SEE e non vuole che vi siano importati, deve adottare delle cautele, in particolare chiarendo che questa importazione non è consentita o almeno evitando di tenere condotte che possano essere interpretate come un consenso implicito o tacito all'importazione.

Le stesse cautele vanno adottate nel caso di **DISTRIBUZIONE**, in qualunque territorio europeo o extra-europeo, **DI CAMPIONI DI PRODOTTO NON DESTINATI ALLA VENDITA** e distribuiti solo a scopo promozionale o dimostrativo, per i quali è il caso di chiarire che il titolare ne vieta una immissione in commercio.

reare mediante appositi contratti **UNA RETE DI DISTRIBUZIONE SELETTIVA O ESCLUSIVA** può aiutare il titolare nel controllare il flusso e la circolazione delle merci e nel ridurre il rischio di vendite con modalità inadeguate, ma è bene ricordare che questi contratti non danno una tutela piena dei diritti di proprietà intellettuale in caso di inadempimenti del distributore.

In particolare, va tenuto presente che, se il distributore non rispetta il contratto e vende al di fuori della rete di distribuzione autorizzata, di regola e salvo casi particolari il titolare del diritto di proprietà intellettuale non può bloccare l'ulteriore circolazione del prodotto e deve "accontentarsi" del risarcimento dei danni da inadempimento del contratto; per questo è consigliabile inserire nei contratti delle penali predeterminate per i casi di violazione, precisando però che la penale non esclude la possibilità di chiedere in aggiunta ad essa il risarcimento dei danni.

Quanto sopra riguarda gli Stati dell'Unione Europea e dello Spazio Economico Europeo. Ove un'impresa operi anche in altri Stati è bene che si informi preventivamente sulla legislazione locale in tema di circolazione e rivendita di prodotti incorporanti diritti di proprietà intellettuale, dato che questa legislazione potrebbe essere differente.

Ad esempio, negli Stati Uniti le norme della disciplina dei marchi e del diritto doganale relative alle importazioni parallele fissano delle regole di liceità o illiceità di queste importazioni che presentano, rispetto al diritto dell'Unione Europea, differenze da non trascurare.



B.11) MISURE DI SALVAGUARDIA DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE NEI RAPPORTI CON LAVORATORI DIPENDENTI E COLLABORATORI AUTONOMI

PROBLEMA

Per evitare problemi di tutela di diritti di proprietà intellettuale alla cui creazione o al cui sfruttamento abbiano partecipato dipendenti o collaboratori dell'impresa, è necessario adottare preventivamente delle adeguate misure di protezione (ad esempio, accordi che vincolano i dipendenti o collaboratori al segreto - cosiddetti non disclosure agreements; sistemi di protezione delle informazioni riservate; adeguata contrattualizzazione dei rapporti con dipendenti inventori; accorgimenti contro la divulgazione accidentale di dati).

Il problema è più complesso quando l'impresa opera su più mercati di Paesi diversi, magari attraverso una rete di filiali locali.



POSSIBILI SOLUZIONI

occorre che l'impresa adotti misure preventive per evitare la perdita di diritti di proprietà intellettuale a causa di suoi errori oppure di condotte negligenti o maliziose dei dipendenti e dei collaboratori.

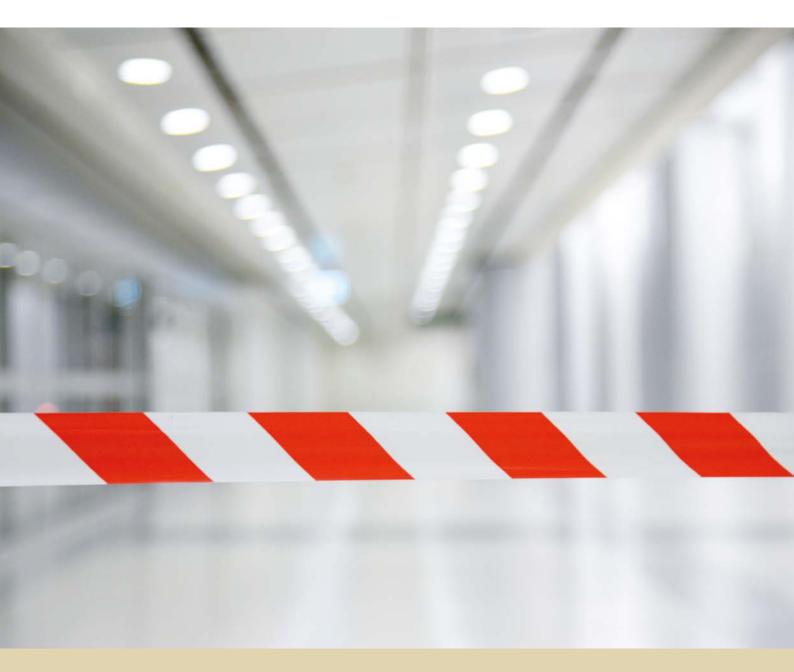
Le misure da adottare, e comunque da valutare sempre sulla base della legislazione locale, sono essenzialmente:

- ▶ DI TIPO TECNICO E STRUTTURALE: ad esempio, misure di protezione delle informazioni riservate contro l'accesso; frammentazione delle conoscenze all'interno dell'azienda in modo che il dipendente sappia solo ciò che gli occorre per svolgere le sue mansioni;
- ▶ DI TIPO CONTRATTUALE: ad esempio accordi e clausole di riservatezza e di non concorrenza nei contratti di lavoro e di prestazione d'opera; esatta individuazione delle mansioni del dipendente e, in caso di mansioni di tipo inventivo, previsione per esse di una specifica retribuzione;
- ▶ **DI TIPO FORMATIVO:** ad esempio comunicazioni e corsi all'interno dell'azienda per spiegare ai dipendenti come si devono comportare, in particolare per quanto concerne la riservatezza su innovazioni non ancora brevettate e segreti industriali in genere.

B.12) MISURE DI BLOCCO DOGANALE

PROBLEMA

La legislazione di molti Stati prevede efficaci e rapide misure per bloccare in dogana, al momento della loro importazione in un territorio, merci che violano un diritto di proprietà intellettuale.



POSSIBILI SOLUZIONI

N ell'Unione Europea queste misure sono previste e disciplinate dal Regolamento n. 608/2013. Tuttavia, per servirsi in modo ottimale e proficuo delle misure di blocco doganale sono necessari determinati passi, anche preventivi, di cui non sempre gli imprenditori sono a conoscenza.

Tra le condotte che le imprese dovrebbero adottare figurano in particolare:

- ▶ **sollecitare** l'intervento delle Autorità doganali e fornire loro in via preventiva tutta la documentazione e tutte le informazioni necessarie per bloccare in dogana prodotti contraffattori;
- ▶ formare del personale o incaricare dei consulenti che siano in grado di dare immediatamente riscontro alle segnalazioni delle Autorità doganali e di rispondere alle loro domande sulla autenticità o meno della merce;
- **prepararsi** a compiere tutte le attività che in base alla legge possono essere richieste per confermare e stabilizzare la misura di blocco doganale ed eventualmente ottenere la distruzione della merce che costituisce contraffazione.

C) SEDI PER LA TUTELA DEI DIRITTI E PRINCIPALI ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI CHE/SI OCCUPANO DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE



La protezione della proprietà intellettuale è sostanzialmente territoriale.

Qualsiasi esigenza di tutela è dunque principalmente risolta tramite le autorità e i tribunali deali Stati coinvolti.

Tuttavia, esistono varie organizzazioni, sia universali, sia regionali, che si occupano di proprietà intellettuale e che elaborano standard minimi comuni, così come forniscono strumenti e sedi di tutela che superano i confini nazionali.

A LIVELLO INTERNAZIONALE

l'organizzazione per eccellenza che si occupa di proprietà intellettuale a livello internazionale è la **ORGANIZZAZIONE MONDIALE PER LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE** (OMPI, www.wipo.int). Oltre a promuovere l'adozione di strumenti per armonizzare la legislazione e le procedure nazionali in tema di proprietà intellettuale, essa amministra vari sistemi di registrazione e iscrizione della proprietà intellettuale:

- ▶ Trattato di cooperazione sui brevetti (PCT). La procedura del Trattato, amministrata dall'OMPI, facilita l'ottenimento di protezione per le proprie invenzioni in più Paesi, europei ed extra europei, firmatari del Trattato. La domanda internazionale ha effetto in tutti gli Stati membri del Trattato designati nel modulo di domanda. Il meccanismo non elimina la necessità di proseguire la procedura per l'ottenimento del brevetto presso gli uffici della proprietà industriale di ogni singolo Stato designato (o entità regionali), ma costituisce, rispetto ai depositi diretti, un sistema che offre al depositante un vantaggio in termini di tempo per determinare gli Stati o entità regionali nei quali richiedere il brevetto.
- ▶ Sistema di Madrid per i marchi registrati. Sulla base di una domanda o di una registrazione di marchio nazionale italiano è possibile registrare con un'unica procedura lo stesso marchio nei Paesi aderenti all'Unione di Madrid. Il Sistema di Madrid a cui oggi aderiscono 107 Paesi od Organizzazioni intergovernative per un totale di 123 Paesi si basa sulla cooperazione tra gli uffici nazionali dei paesi contraenti e l'ufficio internazionale che detiene il registro internazionale dei marchi. Il principale vantaggio è costituito dalla presentazione di un'unica domanda internazionale, in un'unica lingua, attraverso il pagamento di un'unica serie di tasse.
- ▶ Sistema de L'Aja per i disegni industriali. In base al sistema di registrazione internazionale dei disegni e modelli industriali, con un'unica domanda presso l'Ufficio internazionale dell'OMPI si ottiene protezione del disegno o modello in diversi paesi.
- ▶ Sistema di Lisbona per le denominazioni di origine. Il Sistema permette, attraverso un'unica registrazione, di ottenere la protezione di una denominazione di origine nelle parti contraenti dell'Accordo. Con l'entrata in vigore dell'Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona sulle denominazioni di origine e le indicazioni geografiche, il Sistema è stato esteso alle indicazioni geografiche.

A LIVELLO EUROPEO

*UFFICIO DELL'UNIONE EUROPEA PER LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE (www.euipo. europa.eu) è incaricato di gestire i marchi dell'Unione europea e i disegni e modelli comunitari registrati.

Collabora anche con gli uffici di PI degli Stati membri dell'UE e con partner internazionali per offrire un analogo servizio di registrazione di marchi, disegni e modelli in tutta Europa e nel resto del mondo.

Con un'unica domanda si ottiene titolarità per l'intera Unione Europea.

L'UFFICIO EUROPEO DEI BREVETTI (parte dell'Organizzazione Europea dei Brevetti, che ha carattere intergovernativo e non fa parte del quadro istituzionale dell'Unione europea) gestisce il brevetto europeo, che si ottiene con una procedura unitaria.

Il brevetto europeo è un brevetto valido in più stati dell'Europa che hanno aderito alla Convenzione sul Brevetto Europeo, di cui fanno parte gli stati dell'Unione Europea ed alcuni paesi limitrofi.

Il brevetto europeo può essere depositato come autonoma domanda di brevetto o essere inserito come brevetto regionale all'interno di una domanda di brevetto internazionale (PCT): in questo secondo caso si parla di Brevetto Euro-PCT.



D) PROPRIETÀ INTELLETTUALE E DIRITTO DELLA CONCORRENZA



Abbiamo descritto gli strumenti e le sedi di tutela dei diritti che sono propri delle norme di protezione della privativa industriale.

Un'impresa o un ente che dispongano di diritti tutelabili debbono essere coscienti che esistono altri strumenti che possono aiutarli a tutelare i propri diritti, così come ci sono altre aree del diritto che possono avere un impatto sul loro esercizio.

Questo è il caso del diritto della concorrenza, che si occupa della protezione del mercato contro le intese tra imprese che restringono la libera concorrenza e gli abusi da parte di imprese che detengono posizioni di dominio sul mercato.



ciascun ordinamento ha le proprie regole, ma in primo luogo a livello europeo esiste una normativa centralizzata dell'Unione Europea e una certa armonizzazione di norme, e in secondo luogo alcuni principi si possono ritenere comuni a tutti gli ordinamenti.

Benché sia sempre necessario consultare un esperto in materia, perché nel diritto della concorrenza la legittimità o illegittimità di una pratica dipendono fortemente dal mercato rilevante in cui si agisce e dalla dimensione dell'operatore, si deve avere a mente che:

- **a)** le **intese tra concorrenti** (attuali o potenziali) che restringano la concorrenza sono vietate. Intese sui prezzi o che implicano la divisione dei mercati sono casi tradizionali di violazione;
- **b)** anche le **"intese verticali**", cioè tra produttore e distributore, rientrano nel diritto della concorrenza, ma le norme vi si applicano in modo più tenue, poiché un certo livello di limitazione della concorrenza tra distributori (o figure simili) del medesimo prodotto sono accettate se ciò favorisce la concorrenza tra prodotti o marche;
- c) le imprese che detengono una quota elevata del mercato (imprese "dominanti") hanno maggiori restrizioni anche quando agiscono unilateralmente, a causa della loro rilevanza. Tra le altre, sono considerate pratiche restrittive della concorrenza tutte quelle che ostacolano l'entrata sul mercato di nuovi operatori, ponendo barriere artificiali.

La concorrenza può essere lesa anche tramite un **utilizzo improprio dei diritti di proprietà intellettuale.**

Non solo quindi bisogna fare attenzione ai possibili limiti di sfruttamento dei propri DPI in base al diritto della concorrenza, ma si deve essere consapevoli che a volte ci si può opporre ad usi da parte di concorrenti dei loro DPI che sono in contrasto con la normativa sulla concorrenza.

ACCORDI DI LICENZA E TRASFERIMENTO DI TECNOLOGIA, KNOW-HOW E BREVETTI

- ► Come abbiamo già visto sopra in **B.10**, nell'internazionalizzare le proprie attività, le tecnologie, il know-how, i brevetti possono essere concessi a terzi, oltre che con una vendita, anche tramite un contratto di licenza, owero il trasferimento del diritto di utilizzo per un certo periodo di tempo, in cui il licenziante si obbliga a comunicare le informazioni necessarie e a fornire assistenza al licenziatario, mentre il licenziatario si obbliga a versare un corrispettivo e a non divulgare le informazioni segrete ricevute.
- ► In B.10 abbiamo visto i limiti imposti al concedente in relazione agli obblighi che può imporre al concessionario. Tuttavia, ci sono altri limiti a questi contratti imposti dal diritto della concorrenza.
- ▶ In particolare, il diritto della concorrenza permette l'inserimento di alcune clausole e ne vieta altre. Un licenziatario può ad esempio essere obbligato a limitare lo sfruttamento dell'invenzione concessa ad una o più applicazioni tecniche. Non è invece consentito imporre limitazioni in relazione alla clientela e, in particolare, non è permesso vietare di fornire a determinate categorie di utilizzatori o di avvalersi di determinati modi di distribuzione.
- ▶ È proibito limitare il quantitativo dei prodotti oggetto di licenza da fabbricare o da vendere, determinarne i prezzi o gli sconti. È vietato imporre al licenziatario di pagare royalty per la fabbricazione di prodotti non brevettati o oggetto di brevetti scaduti, o per l'utilizzazione di un know-how divenuto di pubblico dominio (purché la divulgazione non sia imputabile al licenziatario stesso).
- ▶ Queste ultime limitazioni riguardano il rapporto tra il concedente ed il concessionario di un prodotto (restrizioni intra-brand). Bisogna però notare che nel corso dei decenni è maturata la convinzione da parte dei regolatori che le restrizioni intra-brand possano essere in qualche modo o almeno in parte accettate quando servono a rafforzare la concorrenza tra marchi diversi (restrizioni inter-brand). I criteri di applicazione delle norme di concorrenza in questi casi non sono quindi molto stretti e con l'aiuto di un consulente si può elaborare un modello contrattuale soddisfacente senza cadere nel rischio di violazioni.
- ▶ Ciò che invece non viene assolutamente consentito è che una rete di distribuzione sia utilizzata per far uscire i concorrenti dal mercato o lasciar fuori dal mercato concorrenti potenziali. Questi comportamenti sono considerati lesivi della concorrenza se operati da una impresa dominante, ma anche se messi in opera da due o più imprese che si coordinano per chiudere il mercato (effetti escludenti).

ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE TRAMITE LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

- ▶ La proprietà intellettuale per definizione rende la titolarità di un certo bene esclusiva. A volte, imprese in posizione dominante hanno usato i propri diritti di proprietà intellettuale con effetti escludenti (sia per far uscire dal mercato un concorrente sia per non farne entrare di nuovi).
- ➤ Ciò si è ad esempio verificato in casi in cui una impresa aveva acquistato un marchio in un mercato ad essa limitrofo al solo fine impedire la scalata da parte di un potenziale concorrente (senza ad esempio usarlo e così dimostrando secondo l'autorità che l'intento non era di sfruttarlo ma di ostacolare artificialmente il concorrente).
- ▶ Parimenti nel settore farmaceutico si sono utilizzate pratiche di proroga artificiale di un brevetto (evergreen) al fine di evitare la sua scadenza e quindi l'entrata sul mercato dei mercati generici.
- ➤ Similmente, vi sono stati casi di acquisto di brevetti senza un reale intento di utilizzarli, ma solo per trarre profitti dalle cause intentate contro le aziende che li avevano violati (patent trolls).
- ► Gli abusi di posizione dominante sono possibili solo se una impresa è appunto "dominante", quindi ha una certa quota del mercato.
- ▶ Piccole imprese non debbono usualmente temere di incorrere in questo tipo di violazione. Tuttavia, non si dimentichi che in casi particolari, quando il marchio è molto forte, il mercato rilevante può essere limitato allo stesso marchio. In quel caso, l'impresa è in posizione dominante perché di fatto è l'unica sul mercato (quel mercato che è prodotto dal suo stesso marchio).
- ▶ Per comprendersi, ciò si verifica quando si può provare che i consumatori sono particolarmente fidelizzati al marchio e non comprerebbero nessun prodotto analogo in assenza di quello che desiderano.
- ▶ Infine, una considerazione specifica meritano i pool tecnologici, owero quelle piattaforme in cui i partners collaborano esclusivamente mettendo insieme i propri brevetti o know-how per la loro utilizzazione economica (patent pools).
- ▶ In questo caso, in Europa la cooperazione è permessa in base ad alcune strette regole fissate dalla Commissione europea: se la proprietà intellettuale o knowhow è complementare, la cooperazione sarà in linea di principio permessa; in caso contrario, potrebbero esserci elementi che sono considerati pericolosi per il mercato, principalmente per lo scambio di informazioni che la cooperazione produce e la possibilità di sfruttare i propri diritti in modo coordinato invece che autonomo.

E) DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE COME FORMA DI INVESTIMENTO DIRETTO PROTETTA DAGLI ACCORDI SUGLI INVESTIMENTI



Un ulteriore strumento di tutela nel caso di internazionalizzazione delle proprie attività è quello che può offrire il diritto degli investimenti diretti. Quasi tutti i paesi del mondo hanno degli accordi bilaterali o multilaterali che proteggono le persone (sia fisiche che giuridiche) di uno Stato che investono nel territorio dell'altro Stato contro gli abusi da parte dello Stato ospite.



- a protezione dipende dai contenuti di ciascun accordo, ma alcune forme di tutela sono generalmente riconosciute:
- a) Lo Stato ove si investe non può trattare l'investitore straniero in modo discriminatorio rispetto al proprio cittadino o ai cittadini di altri Paesi con cui abbia degli accordi. Questo principio ha alcuni limiti. Ad esempio, il trattamento che l'Unione Europea riconosce alle imprese europee non si può estendere automaticamente alle imprese fuori dell'Unione.
- b) Lo Stato ospite deve garantire un trattamento giusto e equo all'investitore straniero, che va oltre la garanzia di non discriminazione. Ad esempio, lo Stato non deve tradire le aspettative legittime dell'investitore che potrà portare a termine un certo investimento e mantenerlo. Le aspettative che si tutelano sono "legittime" nel senso che sono solo quelle che un investitore ragionevole e ben informato deve avere, e non implicano che lo Stato non possa cambiare le proprie leggi o tutelare i propri interessi generali. Tuttavia, l'investitore deve poter almeno contare su certezza del diritto e trasparenza.
- c) Lo Stato non deve porre in essere misure che risultino in una espropriazione dell'investimento fatto, né diretta né indiretta (cioè per comportamenti che non portano ad una espropriazione in senso tecnico, ma ne producono i medesimi effetti).

Le norme descritte si applicano sia in caso di un contratto o concessione sottoscritti con lo Stato, sia in relazione a misure nazionali di portata generale, anche se ovviamente le norme si applicano con alcune differenze a situazioni tanto diverse.

Nel caso che uno di questi diritti sia violato, l'investitore può decidere di iniziare un arbitrato direttamente contro lo Stato, invece che utilizzare le vie della giustizia nazionale. Tale strumento vale per gli investimenti fuori dall'Europa, mentre per quelli fatti all'interno dell'Unione Europea da investitori europei, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha stabilito che le imprese dell'Unione debbono utilizzare le vie della giustizia nazionale per far valere i propri diritti.

In molti accordi sugli investimenti diretti, anche la proprietà intellettuale è inclusa nella definizione di investimento. Quindi, in caso di misure dello Stato che ledano i DPI, l'impresa può invocare le norme del trattato violato e iniziare un arbitrato conto lo Stato ospite. L'arbitrato può essere costoso, ma a volte permette tutele che non si possono far valere in sede nazionale.

FOCUS

IL TESTO DEL MODELLO DI ACCORDO BILATERALE DI INVESTIMENTO DELL'ITALIA

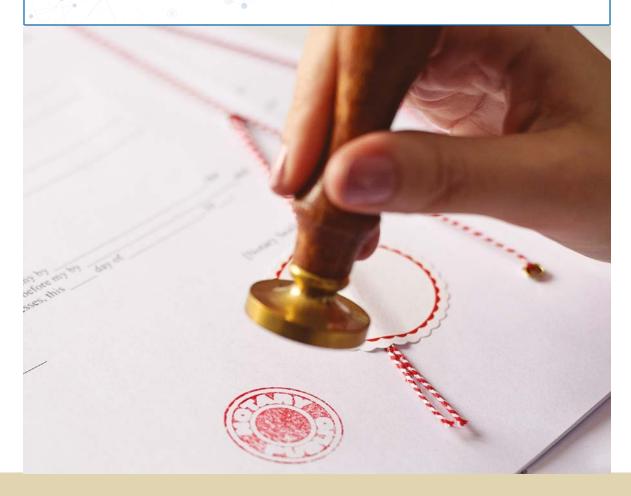
L'Italia ha sempre incluso la proprietà intellettuale nella definizione di investimento dei propri accordi. Recentemente, essa ha elaborato una nuova bozza di Accordo Modello, in cui ha ulteriormente specificato quali diritti siano coperti dal trattato.

Art. 1 Definitions

.... the term "investment" shall include in particular, but not exclusively:

. . .

e) copyright and related rights, trade-mark rights, rights in geographical indications, patent rights, rights in industrial designs and other intellectual and industrial property rights, know-how, trade secrets, trade names and goodwill



ALCUNI CASI IN CUI IL DIRITTO DEGLI INVESTIMENTI È STATO APPLICATO AI DPI

Per qualsiasi caso concreto è essenziale verificare il linguaggio e i contenuti del trattato applicabile, nonché i contenuti del diritto di proprietà intellettuale che si ritiene leso e i comportamenti dello Stato che avrebbero prodotto la violazione. Inoltre bisognerà tra l'altro verificare da che momento un diritto possa essere protetto (dal momento dell'inizio della pratica per ottenere il riconoscimento? Dalla sua registrazione? Dal momento del suo uso?) o se possa essere tutelato autonomamente o solo insieme ad altri investimenti (il DPI utilizzato in connessione con un investimento, o come uno degli asset investiti).

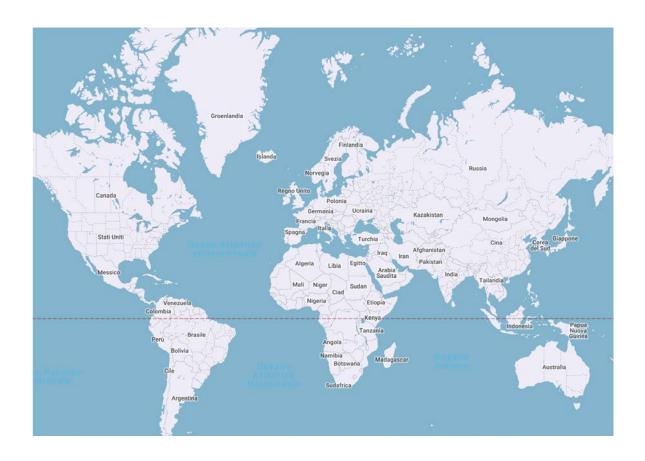
È quindi indispensabile chiedere l'ausilio di un consulente.

Ci sono stati tuttavia casi in cui il tribunale arbitrale si è pronunciato sulla proprietà intellettuale e su misure o comportamenti che possono lederne i diritti, in modo da fornire alcune indicazioni generali su quali sono i diritti potenzialmente tutelabili, anche se in nessuno dei due casi sotto citati alla fine è stata riconosciuta l'esistenza di una violazione sulla base dei fatti concreti:

- ▶ all'interno di un insieme di misure contro il fumo, era stato limitato l'utilizzo di alcuni marchi su determinati prodotti o in determinati modi, o alcuni direttamente vietati, nonostante fossero stati precedentemente regolarmente registrati;
- ▶ un brevetto per un farmaco commercializzato all'estero era stato reputato non valido nel Paese di commercializzazione perché mancante del requisito dell'"utilità", sulla base di un'interpretazione della normativa nazionale asseritamente non utilizzata prima.

COME LA FARNESINA PUÒ ASSISTERE LE IMPRESE NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE NEL SETTORE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE





Ambasciate	128
Rappresentanze Permanenti presso Organismi internazionali	8
Delegazioni Diplomatiche speciali	1
Uffici consolari	80
Istituti Italiani di Cultura	84
Totale	301

Nell'era dell'economia della conoscenza, la protezione e promozione della proprietà intellettuale sul mercato globale è un fattore strategico per la competitività e l'internazionalizzazione delle imprese e rappresenta un presupposto essenziale per promuovere la proiezione economica, culturale e scientifica dell'Italia nel mondo.

Nel quadro di un'azione integrata inter-istituzionale, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale contribuisce a garantire il successo delle imprese italiane che tutelano i propri investimenti in ricerca e innovazione mediante i diritti di proprietà intellettuale e a promuoverne la competizione per acquisire quote crescenti di commercio internazionale. In particolare, l'azione della Farnesina nel settore è orientata alla protezione del capitale immateriale delle imprese italiane sui mercati globali per impedire che la violazione diffusa dei diritti di proprietà intellettuale di cui esse sono titolari pregiudichi il vantaggio competitivo di cui esse godono.

A tal fine, la Farnesina assicura lo svolgimento di azioni diplomatiche a tutela degli interessi nazionali nel settore della proprietà intellettuale nel quadro di un dialogo costante con le Autorità preposte nei Paesi coinvolti, mette in atto interventi mirati orientati all'informazione e all'assistenza delle imprese italiane all'estero, favorisce il dialogo e la collaborazione con le organizzazioni internazionali che si occupano della materia e, sul piano nazionale, partecipa al Consiglio Nazionale Anticontraffazione.







1.1) Siti Internet di carattere generale

Commissione dell'Unione Europea: https://ec.europa.eu/

Corte di Giustizia dell'Unione Europea: https://curia.europa.eu/

Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA): https://www.dpma.de/

European IPR Helpdesk: https://www.iprhelpdesk.eu/

Institut National de la Propriété Industrielle (INPI): https://www.inpi.fr/fr

IPR SME Helpdesk Hub: http://www.ipr-hub.eu/

Japan Patent Office: https://www.jpo.go.jp/

Korean Intellectual Property Office: http://www.kipo.go.kr/

Legislazione dell'Unione Europea: https://eur-lex.europa.eu/

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM): http://www.oepm.es/

Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO): https://www.wto.org/

Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO): http://www.wipo.int/

State Intellectual Property Office of the P.R.C.: http://english.sipo.gov.cn/

Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO): http://euipo.europa.eu/

Ufficio Europeo dei Brevetti: https://www.epo.org

Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM): http://www.uibm.gov.it/

UK Intellectual Property Office (UK IPO): https://www.gov.uk/government/organisations/intellectual-property-office

United States Patent and Trademark Office (US PTO): https://www.uspto.gov/

1.2) Siti di e-learning

China IPR SME Helpdesk: http://www.china-iprhelpdesk.eu/content/webinars

EUIPO Academy Learning Portal: https://euipo.europa.eu/knowledge/?lang=it

European Patent Office eLearning Centre: https://e-courses.epo.org/

Latin America IPR SME Helpdesk: http://www.latinamerica-ipr-helpdesk.eu/content/online-training-kits

South-East Asia IPR SME Helpdesk: http://www.southeastasia-iprhelpdesk.eu/it/content/e-learning-modules

WIPO eLearning Center: https://welc.wipo.int/index_en.php

1.3) Pagina di ricerca degli Stati Contraenti dei Trattati gestiti dall'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale

http://www.wipo.int/treaties/en/SearchForm.jsp?search_what=C

2) PRINCIPALI CONVENZIONI INTERNAZIONALI IN TEMA DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale del 20 marzo 1883.

Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche del 9 settembre 1886.

Accordo di Madrid per la registrazione internazionale dei marchi del 14 aprile 1891.

Protocollo di Madrid relativo all'Accordo di Madrid per la registrazione internazionale dei marchi del 27 giugno 1989.

Accordo di Madrid relativo alla repressione delle indicazioni di provenienza false o fallaci del 14 aprile 1891.

Accordo de L'Aja concernente il deposito internazionale dei disegni o modelli industriali del 6 novembre 1925.

Convenzione universale sul diritto d'autore del 6 settembre 1952.

Accordo di Nizza sulla Classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi del 15 giugno 1957.

Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni d'origine e sulla loro registrazione internazionale del 31 ottobre 1958.

Regolamento di esecuzione dell'Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni d'origine e sulla loro registrazione internazionale del 1° gennaio 2016.

Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona sulle denominazioni d'origine e sulle indicazioni geografiche del 20 maggio 2015.

Regolamento di esecuzione dell'Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona sulle denominazioni d'origine e sulle indicazioni geografiche del 20 maggio 2015.

Convenzione internazionale sulla protezione degli artisti interpreti o esecutori, dei produttori di fonogrammi e degli organismi di radiodiffusione del 26 ottobre 1961.

Convenzione internazionale del 2 dicembre 1961 per la protezione delle novità vegetali.

Convenzione di Strasburgo sull'unificazione di alcuni principi della legislazione sui brevetti d'invenzione del 27 novembre 1963.

Trattato di cooperazione in materia di brevetti (PCT) del 19 giugno 1970. Regolamento di esecuzione del Trattato di cooperazione in materia di brevetti (PCT).

Convenzione per la protezione dei produttori di fonogrammi contro la riproduzione non autorizzata dei loro fonogrammi del 29 ottobre 1971.

Convenzione di Monaco sul brevetto europeo del 5 ottobre 1973.

Regolamento di esecuzione della Convenzione sul brevetto europeo del 7 dicembre 2006.

Accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPS) del 15 aprile 1994. Trattato sul diritto dei marchi del 27 ottobre 1994.

WIPO Copyright Treaty del 20 dicembre 1996.

WIPO Performances and Phonograms Treaty del 20 dicembre 1996.



Guida curata da Università Cattolica del Sacro Cuore Dipartimento di Diritto privato e pubblico dell'Economia Professoressa Maria Chiara Malaguti e Professor Giulio Enrico Sironi

su committenza del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

In cooperazione con Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese - Cons. Amb. Raffaella Di Fabio

© Copyright - 2018

Aggiornamento 2020



