

FONDAMENTI DI DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE ELETTRONICA
Prof.ssa Elena Bassoli

INFORMAZIONI

Esame orale, tesina + due domande sui libri. Libro "Diritto della comunicazione elettronica" Elena Bassoli 2018. E-mail: elena.bassoli@unige.it
5,6,9,25, diritti e doveri interessato, titolare

APPUNTI

CAPITOLO 1 - GOVERNANCE MONDIALE DI INTERNET

Regole che governano Internet e WWW. Internet nasce come Arpanet in America, stampo militare negli anni 60. Poi si aggiungono università, enti scientifici e sanitari. Negli anni 90 Internet diventa importante, servono regole e limiti → si opta per una regolamentazione governativa e statale e organismo che sovrintendesse alle operazioni di Internet.

Governance → governo della rete, controllo del nucleo di Internet, ovvero dell'amministrazione e allocazione degli IP (indirizzi numerici) e domain names (indirizzi alfanumerici). Consiste nel coordinamento di soggetti pubblici e privati coinvolti nella gestione degli aspetti della rete che abbisognano di regole.

Approccio multistakeholders, regolamentazione dall'alto e dal basso che coinvolga tutti gli operatori e utenti di Internet. Internet permette di creare e diffondere informazioni liberamente, ma serve regolamentazione interna (autoregolamentazione), esterna (regola di stampo statale, imposte dalle prassi commerciali → "lex mercatoria", regole di diritto uniforme → convenzioni internazionali o assente).

Internet deve svilupparsi migliorando lo schema per cui è stato concepito: la prima Internet si basa su infrastrutture (dorsale atlantica), consentono alle info di navigare su Internet (infrastrutture critiche) → serve attenzione governativa volta agli aspetti patologici dell'uso di Internet e elaborare un quadro normativo leggero per lo sviluppo e la protezione dell'utenza.

Alcuni paesi in via di sviluppo sostengono un modello di governance in cui i governi controllano le funzioni chiave di Internet e a dettare dall'alto le linee di Public Policy.

Gli utenti della rete prevedono un'assenza di regolamentazione → non è possibile, c'è il GDPR europeo (privacy), il Codice della proprietà industriale italiano (nomi a dominio), L. 633/1941 (peer-to-peer), Copyright.

Lex mercatoria → creata per interessi imprenditoriali, rischiano di dare ad Internet valenza commerciale, vetrina.

Internet è delocalizzato, a-territoriale, privo di spazio e tempo definiti → è sincronicamente ovunque e in nessun luogo, mondo parallelo (gli utenti diventeranno Avatar e si muoveranno in quel luogo).

TENTATIVI DI REGOLAMENTAZIONE: ad Internet servono regole, ci sono molte violazioni in Rete (diritti e libertà di espressione); le istituzioni pubbliche devono dare attenzione ai privati. Un Internet Bill of Rights deve essere frutto di approccio pluralista e democratico, NO procedure delle convenzioni internazionali (atto da esporre alle Nazioni Unite, potrebbe essere l'atto conclusivo di un approccio multilevel e multistakeholders con tanti governi).

Nel settembre 2007 a Roma vi fu il tentativo di fare una "Costituzione di Internet", per creare uno statuto di autogoverno senza regolamentazioni esterne (Stefano Rodotà non le vuole, Internet mira all'elaborazione comune, ottica di multistakeholders).

- **Neutralità della rete (net neutrality)**: la rete è esistente indipendentemente dai contenuti che veicola → ha ripercussioni sulle modalità di gestione della Rete, serve accesso alle tecnologie in un'ottica di uguaglianza sostanziale.
- Esigenza di **riconoscere la libertà di espressione, di circolazione e fruizione dei contenuti** creati dal basso dagli utenti (tutela minori, rispetto della diversità culturale, protezione dati personali)
- **Procedura riassegnazione nomi a dominio**

→ nasce il Regolamento UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015, entrato in vigore il 30 aprile 2016. Scopo → istituzionalizzazione di una Internet aperta e neutrale; definire norme comuni per trattamento equo e non discriminatorio nella fornitura di servizi di accesso ad Internet, tutti ne hanno diritto.

Servono gli strumenti idonei a garantire che tali valori vengano accreditati per sviluppare la società dell'informazione nel rispetto e promozione di diritti universalmente riconosciuti → rafforzamento Nazioni Unite per rafforzare legame tra sviluppo della rete e rispetto dei diritti universali.

Internet → è stato referente collettivo per temi come ambiente e diritti umani → diventa Alto Garante dei diritti della Rete che deve attirare consenso e facilitare l'elaborazione dei diritti fondamentali di Internet e il loro rispetto.

Oggi c'è la triforcazione del diritto di informazione (attivo, passivo e riflessivo)

- Attivo: diritto di poter cercare le informazioni
- Passivo: diritto di essere informato
- Riflessivo: diritto di informarsi

CENSURA

In molti paesi l'accesso al web viene bloccato per bloccare flusso di notizie, disconnessi i provider nazionali (ISP, Internet Service Provider, Telecom, Vodafone, ecc. → danno la connettività), IP irraggiungibili → disconnessione da Internet. Chi blocca la connettività esercita censura non aggirabile. Compromessa libertà di espressione e informazione, favorite le dittature. Il pensiero viene manipolato (anche con fake news) e si ottiene l'appoggio ad esempio a forme dittatoriali → uso improprio dei mezzi mediatici tramite blocco social media (censurati in caso di elezioni politiche), costruiti muri virtuali che separano i cittadini dal Web.

I regimi censori sottopongono a procedimenti giudiziari i soggetti indagati, accusandoli di azioni commesse contro il governo. Alcuni governi vogliono introdurre sistemi di sorveglianza di massa per monitorare l'attività digitale (pubblica e privata) degli utenti. Dall'inizio del XXI secolo fatti esperimenti per sospendere siti e comunicazioni nei paesi, Internet rallentato. Internet più facile da bloccare rispetto ad altre forme di informazione (es. volantini).

Mezzi usati per censura:

- Protocollo BGP: usato per annullare percorsi e rotte che i pacchetti possono seguire per raggiungere sistemi informatici in un dato luogo
- Filtri sugli IP: per bloccare intere sub-net
- Limitazioni sui domini
- Controlli su parole chiave per prevenire accesso ad aree rischiose.

Mezzi per aggirare la censura:

- Usare VPN (Virtual Private Networks) per poter accedere ai DNS (bloccati dai server proxy)
- Reti peer-to-peer, condivisione di info, singoli nodi sono sia client che server, (e-mule) → aggirato il controllo dei proxy governativi
- Accesso alle copie cache mentre si usa Google. Se usate, i server proxy non riescono ad applicare limitazioni.
- TOR: comunicazione non rintracciata, difficile capire chi svolge crimini.

Soggetti coinvolti nella governance: ICANN (Internet Corporation for Assigned Name and Numbers, controlla e gestisce le infrastrutture di tutto il mondo) e ISOC (Internet Society, ente culturale che mira all'eliminazione delle differenze nel mondo per approccio liberale alla rete)

1. ICANN: società privata americana, sede Washington, cura l'assegnazione dei codici delle utenze Internet tramite la gestione del Domain Name System. Prima quando si doveva andare su un sito si doveva registrare l'IP (serie di numeri da sapere a memoria), oggi c'è nome a dominio. L'ICANN si occupa del passaggio da IP a nome a dominio.
 - Nel 1988 c'era IANA (Internet Assigned Number Authority), ente pubblico americano che attribuiva gli IP e introduce i DNS (Domain Name System) che trasformano gli IP in nomi a dominio (Domain Name), tramite contratto con DARPA (Defence Advanced Research Projects Agency) e University of Southern California. Introdotti WWW e http → svolta epocale
 - ICANN ha genesi travagliata, quando si capirono le potenzialità di Internet molti ne erano attirati (economicamente), chiedevano un uso diverso di Internet aperto a cooperazione e gestione internazionale (vs controllo governativo IANA)
 - Nel 1996 introdotto IACH (Comitato Internazionale ad Hoc) che elabora documento che suggerisce di creare Organizzazione no profit con sede in Svizzera e di affidare la registrazione del TLD (Top Level Domain) ad autorità distribuite in tutto il mondo in modo tale che non ci fosse monopolio. USA non vuole, Internet è stata sviluppata in America e deve essere ubicata lì. USA alla fine abbandona IANA e crea organizzazione privata nel 1997 → NTIA (National Telecommunication and Information Administration), presenta documento, ma ha scarso successo; altro documento, proposta creazione di un nuovo ente → ICANN, nasce nel 1998, ente privato no-profit con sede in California sotto giurisdizione USA.
 - Internet unita grazie alla gestione centralizzata di standard per l'interconnessione, piano di numerazione e sistema dei nomi → amministrati da ICANN, oggetto della Governance, vanno valorizzate regole comuni. L'ONU sollecita ICANN a gestione trasparente e aperta, vuole aprire uffici internazionali per coinvolgere le principali nazioni.
 - ICANN gestisce GTLD (Generic top level domain → .net, .info, .com), CCTLD (Country Code Top Level Domain, .it, .fr, .uk, .eu) e root server (prima gestiti da IANA). ICANN deve coordinare la gestione del DNS e assicurare a tutti gli utenti di trovare gli indirizzi validi, regole universali.
 - ICANN ha consiglio direttivo che elabora le politiche da applicare ad Internet; staff diviso dal presidente in 3 continenti; politiche gestite e formulate da 3 organismi
 1. Comitati consultivi e comunità tecniche: sviluppano politiche efficaci e adeguate, collaborano con organismi di supporto.
 2. Comitato consultivo governativo: 80 governi tramite esso forniscono raccomandazioni al consiglio direttivo.
 - Metodi per risolvere controversie su nomi a dominio: UDRP (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy), primo e unico metodo

- Al Summit Mondiale della Società dell'Informazione è stato proposto di trasferire ad un organismo delle Nazioni Unite la gestione di Internet → proposta che va contro lobbies e USA preoccupati che altri paesi possano avere potere sulla Rete.
- 2. ISOC: società professionale, nasce nel 1992, promuove evoluzione di Internet, incoraggia l'uso responsabile supportando l'Internet Engineering Task Force e vuole espandere Internet in tutto il mondo
 - Lavora con governi nazionali e internazionali in un'ottica collaborativa e solidale, è guidata dal principio "Internet per tutti" → dichiarazione potente, valori fondamentali per redigere una possibile "Carta dei Diritti per Internet".
 - Valori ISOC: indispensabili al progresso, al miglioramento del benessere umano → apertura, trasparenza, istruzione, libertà di informazione, libertà di creare e innovare. Principi sanciti in Carte, Convenzioni e Costituzioni, guidano la società → base sviluppo Internet.
 - Internet si è molto evoluta, comunica e condivide innovazione e creatività, arricchimento personale, trasforma le relazioni con gli altri; crea conoscenze e unisce le persone permettendo loro di condividere la loro vita.
 - Internet come spazio distinto da quello quotidiano → nuovi diritti che vanno definiti meglio; se si pensa ad Internet come parte del nostro ambiente → applicati diritti già esistenti → obiettivo ISOC.
 - I governi che censurano lo fanno perché questo è il modo di gestire la libertà e il potere → Internet è a favore della libertà.

I nuovi gTLD: prima erano pochi, introdotti nuovi. Nel 2011 sistema dei nomi a dominio esteso, usati quasi tutti i 1400 termini conformi alle linee guida dell'organizzazione. In Italia c'è il nuovo gTLD per le aziende, ".srl", che è nella Top10 dei nuovi gTLD più registrati in Italia. ICANN inaugura nuova epoca → amplia le 22 estensioni classiche e le 250 varianti geografiche. Nel 2018 a San Juan c'è stato un meeting per introdurre nuovi gTLD (bando ci sarà tra 2020 e 2022).

- Dopo l'introduzione degli ultimi nel 2012 ci sono state controversie tra gruppi. C'è difficoltà con aziende potenti economicamente che possono investire molto e che rivendicano parte dei domini. Le nuove estensioni possono essere usate in modo improprio (.sucks, diffamatorio).
- I nuovi gTLD promuoveranno innovazione e cambiamento, ruolo importante nella comunicazione. Thrush (presidente di ICANN) dichiara che sfoggiare un dominio personale può far nascere l'esigenza di ristrutturare i siti delle aziende che potrebbero avere identità rafforzata.
- Come registrare gTLD: questionario 50 domande per garantire sicurezza della rete e dimostrare di avere le capacità tecniche, organizzative e finanziarie. Non bisogna aver commesso reati e dimostrare di avere i requisiti richiesti. Bisogna avere una missione precisa per avere l'estensione e come essa può promuovere la competizione e incrementare la fiducia dei consumatori.
- Costi per gTLD: 185 mila dollari (tassa) + consulenza specializzata + gestione tecnica + tasse annuali. Se c'è richiesta per lo stesso gTLD → asta. TLD ".marchio" usati per promuovere prodotti online e garanzie per consumatori. I nuovi domini attribuiscono all'impresa un valore innovativo. Tali domini vengono usati per ostacolare malintenzionati che potrebbero conseguire la registrazione.
- Creato un trademark clearinghouse, database centralizzato per la registrazione dei marchi. Deve essere usato nella fase di lancio dei TLD, inviare segnalazioni ai potenziali registratori di nomi a dominio identici e segnalazioni della registrazione di nomi a dominio identici al marchio.
- Uniform rapid suspension: richiesta ad esso la sospensione per un anno di un nome a dominio registrato in violazione di tale diritto. UDRP usata per trasferimento e difesa da registrazioni abusive.
- Chi adotta condotta scorretta e ottiene profitti da marchi già esistenti → sospensione temporanea o definitiva dell'attività.

CAPITOLO 2 – I NOMI A DOMINIO

Dominio → qualsiasi entità logica accessibile in rete; nome a dominio → stringa alfanumerica che identifica un Host in una rete IP. Ogni server dispone di un codice numerico di identificazione in base al quale esso viene individuato in modo univoco e raggiunto dai server di rete.

- Indirizzo IP → numero che identifica univocamente un dispositivo collegato a una rete che utilizza l'Internet Protocol come protocollo di comunicazione. Serve per identificare un dispositivo e fornirne il percorso per la sua raggiungibilità. Diviso in 2 parti: network o routing prefix (Net_ID, identifica la rete e è usato per l'instradamento a livello di sottoreti; assegnata da ICANN) e Host_id (identifica Host IPv4 o 6 e le sottoreti, usato per l'instradamento a livello locale dell'Host; delegata al richiedente, la può suddividere per creare subnetting).
- Difficile ricordare IP, creati strumenti per tradurre IP in nome → DNS, servizio usato per la risoluzione dei nomi server da indirizzi testuali (URL) a indirizzi IP. Essenziale, si ricordano meglio i nomi che i numeri. DNS permette di cambiare l'IP senza doverlo notificare a nessuno tranne che al server DNS. DNS consente ad un sito web di essere ospitato su più server con una divisione del carico di lavoro.
- I nomi a dominio sono stringhe facili da ricordare, sono unici (come numeri di telefono).
- Nome a dominio fondamentale per la ricerca in rete: TLD (ultima parte, sigla dopo il punto, 2 o tre lettere) → gTLD (settore attività specifico, es .com per attività), ccTLD (dominio geografico, abbreviazione del

paese in cui opera); Second Level Domain (sinistra TLD, contenuto e nome del sito, nucleo essenziale distintivo; può avere sub-domains, ovvero gruppi di lettere separate da punti che indicano i livelli di allacciamento della rete).

- Proprietario nome a dominio rintracciabile nel WHOIS, database, per molti quello base è gestito da ICANN, quello dettagliato da un'autorità specifica.

Principio base registrazione nomi a dominio → tempestività, basta che siano liberi, si possono comprare senza avere diritto, un nome è di chi presenta la domanda di registrazione per primo (first come, first served), priorità temporale. Tale principio prescinde da controlli sulle domande di registrazione; nomi non concessi ad altri se sono già registrati, ma non hanno rilievo similitudini e varianti minime (peculiarità tecnica, non importa che si somiglino, basta che non siano uguali). Secondo principio → “bona fide intentio to use”, chi registra un nome a dominio deve agire in buona fede (UDR policy → dichiarazioni nella registrazione devono essere vere e accurate, la registrazione non deve violare i diritti di terzi, no propositi illegali, il nome non dovrà violare leggi in futuro). L'assegnazione dei nomi è automatica perché vengono fatti solo controlli tecnici dalla Registration Authority, senza analizzare la scelta fatta (questione presente nel nuovo registro); il nome a dominio non deve essere ambiguo e fuorviante, la RA deve segnalare l'ambiguità, però se domanda non ritirata, il nome viene assegnato comunque → favorito domain grabbing.

Ciò determina acquisto selvaggio di domain names semplici, costituiti da parole comuni o marchi celebri per poi rivenderli ai legittimi proprietari a caro prezzo:

- **Cybersquatting**: registrazione del nome a dominio con la finalità di rivenderlo al legittimo titolare del marchio corrispondente. Sorta di ricatto per le aziende che per avere presenza online devono acquistare il loro dominio a caro prezzo. Tratto vantaggio per aumentare visitatori ad un sito.
- **Domain grabbing**: prendere nomi a dominio di altri senza averne il diritto e guadagnarci sopra (es. tramite banner). Scopi speculativi e ricattatori, inconsapevolezza di recare danno.
- **Typosquatting**: adozione di segno molto simile ad un marchio famoso

La mancanza di controllo, il first come first served e la valenza distintiva dei nomi hanno creato controversie. Con l'avvento di Internet qualsiasi privato bravo in informatica poteva battere la burocrazia e le grandi imprese (attività principalmente in USA, ma anche in Italia). Il domain name non ha più la semplice funzione di localizzazione e reperimento di informazioni, ma assume valenza distintiva espressiva e atipica a causa dell'espansione della Rete e del commercio. Internet non solo usata per passaggio di informazioni tra centri di cultura e ricerca, ma come luogo esercizio di attività commerciali. In rete due nomi uguali usati per definire categorie merceologiche non possono coesistere, nel mondo reale si (Bonelli) → vanno tutelati i segni distintivi dei marchi.

Prima dell'avvento del codice della proprietà industriale nel 2005 il titolare dei diritti di uso esclusivo del segno tipico poteva inibire a terzi l'uso di quest'ultimo come nome di dominio. Il nome a dominio non è un semplice indirizzo elettronico, ma un segno distintivo d'impresa col compito di assolvere ad una funzione precisa nel settore commerciale. Domain name distintivo anche per i servizi offerti dal sito tramite Internet. Nome a dominio = insegna negozio, manifestazione della propria attività al cliente. Se l'utilizzo di un nome a dominio entra in conflitto con i segni tipici dell'azienda → l'inibitoria dell'art.63 della legge sui marchi tutela il nome a dominio.

In assenza di legislazione prima del 2005 la giurisprudenza ha usato l'art.7 del codice civile (diritto al nome) e la normativa dei marchi e dei segni distintivi.

Per evitare che lo stesso nome venga assegnato a più utenti → fondato sistema di registrazione fondato su directory unitaria. Il governo USA ha affidato alla NSI (Network Solutions Inc.) il controllo delle registrazioni sotto TLD e dei gTLD. Però col tempo serviva concorrenza nel mercato della registrazione tenendo conto delle richieste degli utenti della rete. Dopo il Green Paper il monopolio della NSI vacilla → varato programma di riforma dell'assegnazione dei nomi a dominio, completa deregulation del settore e la fine dell'esclusiva di NSI.

Introdotta sistema competitivo per registrazione → SRS (Shared Registration System), serie di enti tutti sullo stesso livello. Ente coordinatore → ICAAN, fissa linee guida e principi che regolano l'assegnazione, non registra direttamente i domini. La registrazione dei nomi a dominio avveniva ad opera di due autorità (duopolio):

- **Naming Authority**: funzione para-normativa, redazione delle regole di Naming (ora sostituite da un regolamento di assegnazione e gestione dei nomi a dominio sotto il ccTLD “.it”) dal 1998 al 2004, anno in cui è scaduto il contratto della RA e i compiti passano alla Commissione per le regole. Associazione senza scopo di lucro, risolve controversie tra nomi a dominio registrati e casi simili; eletti democraticamente presidente e comitato legato alla RA, redige le regole. Sistema volontaristico, non ha fondi, quando cresce la volontà di registrazione, i capitali hanno altri interessi.
- **Registration Authority**: assegnazione e gestione di ccTLD e nomi a dominio, ruolo tecnico, aveva il dovere di controllare interferenze tra nomi dei richiedenti e gli altri segni distintivi. I danneggiati si devono attivare se c'è violazione di segni distintivi → non lo fa la RA perché tale attività non si concilia con i principi dell'attività privatistica svolta, NO potestà di controllo.

Nel 2004 abolite (abrogate) e introdotto il registro che raggruppa tutte le due funzioni → regime monocratico, però perdita autonomia, prima le due entità si controllavano a vicenda, funzioni ora a capo del Registro del ccTLD .it. In Italia funzione svolta dal NIC-GARR di Pisa. Ci si rivolge a questo se si vuole creare sito, ci si rivolge anche a provider (aruba, tim), sono intermediari tra creatore del sito e NIC-GARR che deve valutare e approvare se il nome a dominio è libero. Prima IAT fungeva da RA, ora lo fa CNR-IIT, è il Registro del ccTLD .it.

Registro → in Italia è IANA e poi dal 1987 ICANN. Nomi a dominio attuali: 1,3 milioni, fanno a capo a persone fisiche e giuridiche in UE. Maintainer fondamentale → intermediario tra richiedente del nome e il Registro. Nel 2004 RA assorbita da ccTLD .it → 5 Unità guidate dalla Direzione generale/Gruppo consultivo che curano il raggiungimento di obiettivi generali.

1. Unità operazioni: questioni tecniche, aggiornamento archivi, relazioni con ISP.
2. Unità sistemi: funzioni sistemiche per lo svolgimento dell'attività del registro
3. Unità relazioni esterne e personale: offre supporto a chi interagisce col registro e cura l'immagine del registro, gestione risorse
4. Unità contenziosi e aspetti legali: seguire le contestazioni sui nomi a dominio
5. Unità relazioni internazionali: seguire le attività internazionali della registrazione dei nomi.

Il registro è l'anagrafe dei domini .it. NON registra direttamente i nomi (lo fanno i Registrar, offrono vari servizi → registrazione dominio, creazione sito web, spazio sui server, connessione Internet). Ha le funzioni parnormative della NA.

Regole di naming: 1999, semplificata registrazione, nel 2000 introdotta riassegnazione (alternativa alle controversie). Regole vincolanti per RA, per i provider e assegnatari (richiedenti) per il richiamo del contratto tra RA e maintainer e dell'impegno sottoscritto dagli assegnatari nella LAR. Chi prende nome a dominio firma una LAR (lettera a responsabilità) in cui dichiara di non voler entrare in conflitto con un determinato marchio. Regole redatte dal Comitato, efficaci dopo 10 giorni, a meno che non intervenisse il presidente dopo consultazioni pubbliche aperte ai componenti della lista. Nel nuovo sistema solo il Direttore può approvare o respingere le regole.

Nel 2004 viene riconosciuta autonomia alle regole che devono essere rispettate per l'assegnazione dei nomi. Il regolamento di assegnazione e gestione dei nomi a dominio sotto il ccTLD .it (2004) è il documento cardine, stilato dal Registro con il parere della Commissione delle regole → regola l'assegnazione con il first come first served (lo prevede anche la versione del 2012).

2 modalità operative per registrazione e mantenimento dei nomi:

1. Sincrona: usato dai Registrar il protocollo EPP per registrazione e mantenimento in tempo reale
2. Asincrona: inoltro al registro di documentazione cartacea e moduli tecnici tramite e-mail e web template.

Nomi a dominio vanno rinnovati ogni anno altrimenti di nuovo chiunque li può comprare (a meno che non vengano eliminati o scadano). Nel 2012 ammessi caratteri non ASCII, contenuti negli Internationalized Domain Name.

CASO MC DONALD: USA 1994, dimostrata da un giornalista la libera appropriabilità di un nome a dominio corrispondente ad un marchio, i giudici hanno applicato la disciplina dei segni distintivi e forniscono tutela ai casi di domain grabbing anche senza legislazione.

ITALIA: prima della legislazione del 2005 → il nome a dominio è un segno distintivo atipico che può confondere e entrare in conflitto con altri segni distintivi e col marchio d'impresa. Prime pronunzie emesse dal Tribunale di Bari e Modena nel 1996. Tribunale di Parma → la registrazione di nomi a dominio simili o uguali volta alla commercializzazione e non per forza confusoria vieta l'uso di essi.

Fino al 2005 la valutazione dell'illiceità dell'uso del domain name è stata fatta tramite la protezione dei segni distintivi d'impresa (diritti assoluti sui beni materiali, azioni dirette ad eliminare l'usurpazione) e la repressione della concorrenza sleale (azioni personali per ottenere sanzioni nei confronti di chi ha posto in essere atti illeciti concorrenziali)

SENTENZA ARMANI: lo stilista Armani vede il suo nome a dominio registrato a Luca Armani (ha un timbrificio "Timbrificio Luca Armani"), prima sentenza 1998 (prima del Codice della proprietà industriale).

Armani è super conosciuto, ma i giudici negano rilevanza alle parole del convenuto, ricordando che va protetto chi rende celebre un marchio a non vedersi sottratte le utilità economiche rilevate.

Il Tribunale individua il vantaggio di Luca di aver registrato a suo nome armani.it → sfrutta la sua fama e impedisce a Giorgio Armani di usare "armani.it"; vi è la perdita degli utenti meno esperti che limitano la ricerca al dominio e l'annacquamento del celebre marchio associato a timbri e non ai vestiti del celebre stilista (indebolimento della Giorgio Armani SPA.) Luca Armani usa la parola Armani senza correttezza professionale, non aggiunge lettere per identificarsi dallo stilista.

Tribunale di Genova → violazione del diritto all'uso esclusivo del marchio, compete al titolare usarlo e esso deve vietare a terzi di usare un segno identico o simile anche per prodotti non affini se il marchio è molto noto e ciò fa trarre vantaggi. Usare un nome a dominio uguale è un'attività illecita indipendentemente dalle categorie merceologiche (affini o meno), tratto vantaggio comunque. L'accesso ad un sito mette davanti alla pubblicità ospitata dal sito, che potrà vendere spazi

usando la notorietà del marchio. L'attività intesa a danneggiare prevede che venga causata confusione tra le due attività, clientela sviata, ci si accaparra ingiusto profitto.

Se i due marchi riguardano due settori merceologici differenti il problema non si pone (Arcadis: operavano in due settori differenti ovvero ing. civili e ing. informatici). Però la confusione sulla materia è grande: se il marchio non è notorio OK (vd. Arcadis, che è conosciuto poco), se invece il marchio è notorio, il secondo arrivato non può usare il marchio del primo (Coca.Cola.it) e compierebbe un atto di concorrenza sleale.

Se i due simboli/marchi riguardano due settori merceologici diversi si possono registrare per escludere il risarcimento del danno. Nel caso di attività non notorie che vogliono registrare un marchio → anche se è in un settore diverso non si può registrare.

Pagine web vuote → indirizzi usati per attività commerciale, ma è più probabile domain grabbing. Non è aggressione al marchio, ma comunque impedisce la registrazione del marchio → comportamento lesivo di correttezza e concorrenza.

Armani vuole il risarcimento del danno per concorrenza sleale e vuole che gli si restituisca il marchio, fa un test per far dire ad alcune persone che hanno trovato difficoltà a trovare il marchio su Internet (molta gente si è ritrovata prodotti del timbrificio cercando armani.it).

[Quando una parte fa una causa infondante, la controparte chiede l'articolo 96, non si doveva fare, si è in torto. Chi fa causa senza motivo perde.]. Attore fa un atto di citazione, il convenuto fa una comparsa di giudizio → respinge le accuse dell'attore.

Un marchio può essere protetto per colori; si può chiedere la tutela di alcune categorie/classi merceologiche (elenco di Nizza, 42 categorie/classi merceologiche → esempi → servizi di assicurazione, consulenza, servizio Internet, ecc.) in base a ciò che un'azienda produce (nel caso di Armani vestiti, pelletteria, penne, portachiavi, borse, ecc.). Però Armani non ha protetto la categoria "timbri" (sotto la categoria di metalli), quindi il timbrificio di Luca Armani crede che l'accusa di Giorgio Armani debba essere ritirata perché lui non ha protetto i timbri. La causa senza assunzione di mezzi di prova era rinviata in futuro. Prima della sentenza di poche righe c'è tutta la decisione.

Vuoto normativo: non grave in ambito civile, si prendono in prestito delle disposizioni per casi analoghi (nel penale non si può, non si può accusare qualcuno se non in presenza di una norma già vigente).

Sentenza → vince Giorgio Armani perché ha un marchio da tutelare, il giudice lo motiva. Il nome a dominio non è come un numero di telefono (senza carattere distintivo). L'uso illegittimo del nome a dominio vi è quando si cerca Giorgio Armani e si trovano i prodotti di Luca Armani. Secondo il magistrato, Luca ha usato la notorietà del marchio per indirizzare la gente sui suoi prodotti (interesse parassitario), sfrutta la sua fama.

<https://www.civile.it/Internet/visual.php?num=38757>

Questioni tra marchi e nomi a dominio prima del 2005 risolvibili con il principio di unitarietà dei segni distintivi → il titolare di un marchio può opporsi all'adozione di un nome a dominio simile o uguale se il marchio è celebre e se l'uso del segno consenta di trarre vantaggio dal carattere distintivo dello stesso → TESI MAGGIORITARIA (minoranza → i nomi a dominio non identificano soggetti, ma prodotti, perciò rispetto ad essi non c'è violazione di segni distintivi aziendali). Per la maggioranza i nomi a dominio consentono di accedere ad un vasto mercato commerciale online, identificati soggetti e prodotti → svolta funzione pubblicitaria.

Violato il principio di unitarietà se segni distintivi usati per contraffazione o utilizzazione abusiva (usurpazione di marchio). La tutela concessa in caso di prodotti non affini è stata riconosciuta sulla base della qualificazione del marchio e sulla rinomanza sul territorio.

Non tutelabili nomi a dominio geografici, non sono distintivi.

CODICE PER LA PROPRIETÀ INDUSTRIALE 2005: prima di esso affermato il principio del diritto all'uso esclusivo del marchio da parte del legittimo titolare e diritto di vietare a terzi di fare uso di un segno simile. Prima legge in Italia, in USA c'è il "domain name act". Non si possono registrare nomi a dominio se non si possiede il marchio.

- Art. 22 Decreto Legislativo 30/2005: il nome a dominio rientra all'interno dei segni distintivi dell'impresa (marchio, insegna, nome a dominio). Il nome a dominio è stato ritenuto di uguale importanza all'indirizzo IP; divieto di adottare come dominio un segno uguale o simile ad un marchio altrui, se a causa dell'identità o dell'affinità tra l'attività d'impresa dei titolari del dominio Internet ed i prodotti o servizi per quali il marchio è adottato possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che può anche consistere in un rischio di associazione fra i due segni. L'attività confusoria e quella parassitaria sono quelle maggiormente sanzionate. Si viene a verificare un "ANNACQUAMENTO DEL MARCHIO".
- Nome usato anche come meta-tag, ovvero parola nascosta nel sito → gli utenti che usano come ricerca il nome in questione vengono indirizzate a quel sito, aumentano i visitatori. Il segno dell'imitatore viene associato a prodotti scadenti, incompatibili con il marchio imitato → il marchio originale non viene associato ai beni per i quali è stato usato.
- Introdotta la RIVENDICA a favore del titolare del marchio → il marchio viene revocato o trasferito dalla RA.
- Tutela cautelare: il titolare può chiedere il trasferimento provvisorio del nome a dominio, versata cauzione se il trasferimento si rivela infondato → c'è garanzia per eventuali danni
- Sezioni specializzate: marchi nazionali, internazionali, comunitari, brevetti di vegetali nuovi, disegni e modelli e diritto d'autore, diritti di proprietà e concorrenza sleale

- Art.13→non può essere usato come domain name una parola generica perché non ha capacità distintiva; ma se essa viene riadattata graficamente diventa un marchio grafico dotato di capacità distintiva e quindi proteggibile. La parola generica resta fuori dalla protezione normativa, può essere usata come nome a dominio senza che venga violato il marchio grafico basato sulla stessa parola.
- Domain parking: pagina generica contenente link pubblicitari→domain name non rinnovati da cui si spera di generare entrate tramite campagne pubblicitarie pay-per-click→non è illecito, a condizione che il resistente non tragga indebito vantaggio dai diritti del ricorrente.
- DECRETO LEGISLATIVO provider: decreto legislativo del 70 del 2003 con articoli 14 ,15 e 16→ l'attività di provider (Hosting, cache, service) non determina mai la responsabilità di ciò che accade sui suoi siti. Il provider che fa Hosting non è responsabile di quello che fanno i propri clienti. Il provider fa Hosting, offre lo spazio. Attività di Hosting: il provider spesso ospita nomi a dominio uguali.
 - Il Tribunale emetteva la propria decisione sostenendo che il provider non risponderebbe degli illeciti commessi a sua insaputa (per esempio nel caso di comunicazioni o informazioni illecite diffuse da terzi sul sito e non oggetto di suo controllo). In virtù della sentenza in esame, incomberebbe sul provider/maintainer un dovere di vigilanza sui nomi a dominio.
 - Secondo i giudici romani, i provider (che ospitano siti di terzi) dovrebbero verificare sempre la corrispondenza del nome a dominio con un segno distintivo già registrato o comunque noto e, qualora tale riscontro sia positivo, verificare che l'utente che utilizza detto nome a dominio sia il legittimo titolare del segno distintivo. Qualora non compiano tali operazioni e il dominio corrisponda a un marchio registrato, potrebbero essere considerati corresponsabili degli illeciti commessi dall'utente.
 - Tuttavia, tutto ciò è stato fortemente criticato, in quanto il controllo richiesto appare eccessivo. L'avvocato del cliente avrebbe voluto suddividere la responsabilità, che in realtà sarebbe spettata al solo cliente; deve invece rispondere del fatto illecito altrui se gli vengano fornite delle comunicazioni all'evidenza illecite. In effetti il controllo che sembrerebbe richiesto dal Tribunale romano appare eccessivamente oneroso per il provider che fornisca solo il servizio di Hosting a un utente che abbia già un proprio dominio registrato.
 - L'opposta opinione consentirebbe il provider che dia il collegamento a chi dichiaratamente intenda aprire un sito al fine di effettuare traffico di minori a fini turpi o commercio di sostanze stupefacenti. In virtù di questo principio il Tribunale di Roma riteneva che l'ordinaria diligenza avrebbe dovuto consentire di cogliere l'illiceità, almeno sotto il profilo della concorrenza sleale, dell'utilizzo di un marchio noto da parte di soggetto a tal fine non autorizzato. Pertanto, venivano ritenuti responsabili del fatto illecito sia l'utente (che aveva registrato il dominio utilizzato) sia L.net (in concorso). Il consiglio è tuttavia quello di disciplinare contrattualmente la materia: si consiglia di inserire nel contratto di Hosting una dichiarazione dell'utente nella quale lo stesso sostenga la piena titolarità del domain name registrato in osservanza della normativa italiana sui marchi e sulla concorrenza.

DOPO IL CODICE: violazione art.22→ sussiste la competenza territoriale del giudice in cui ha sede l'impresa titolare del marchio, importa il foro competente del luogo in cui risiede il danneggiato.

Elementi per la riassegnazione del nome a dominio (caso radio Italia, società Hong Kong):

- Identità o confondibilità del nome a dominio con un marchio i cui diritti sono riferibili al ricorrente
- Assenza di diritti o interessi legittimi in capo al Residente in relazione al nome a dominio contestato
- Sussistenza di mala fede al momento della registrazione del dominio o durante il suo utilizzo

Dal 2011 si può ottenere un'estensione della propria impresa nel nome a dominio (.cocacola)→utili per limitare cybersquatting e domain grabbing.

Problema attuale dei domain name→sentenza Corte di Cassazione del 2017 (il titolare di un marchio non può vietare l'uso del segno distintivo in qualsiasi forma ove non sussista confondibilità tra i servizi), l'apprezzamento della confondibilità tra due segni va compiuta dal giudice, che deve accertare l'identità tra due segni e tra i prodotti.

[http://www.newLaw.it/domain_name_giurisprudenza.htm](http://www.newlaw.it/domain_name_giurisprudenza.htm)

CASO CAPPELLINI DELLA FERRARI

Luca Cordero di Montezemolo. Non riuscirono a distinguere quale fosse il vero cappellino perché venivano prodotti dalla stessa società che ne faceva alcuni da mettere nel mercato contraffatto: quando il giudice deve nominare un CTP per farsi aiutare perché non ha le competenze specifiche, le parti possono nominare due CTP (Consulenti Tecnici di Parte) uno per l'attore e il convenuto che devono valutare quali gadget fossero contraffatti quali no (non riuscirono a distinguerli, in quanto non contraffatti perché prodotti entrambi dalla stessa società).

Romeonline: è un insieme di nomi utilizzati nel linguaggio comune. È un marchio debole, pertanto i due nomi a dominio possono coesistere (romeonline.it | romeonline.net).

CASI DI DOMINIO SIMILE:

Esempio 1: non erano caratterizzanti di alcun marchio → non era registrato e non era abbastanza distintivo. I due possono coesistere

Esempio 2: questo aveva il marchio registrato. Amadeus → è un nome debole, non ci riporta sicuro ad un servizio alberghiero.

Amadeus.it → all'inizio nome a dominio era visto come l'indirizzo IP. Il Giudice fiorentino è convinto, in sostanza, che "la funzione del Domain name System sia quella di consentire a chiunque di raggiungere una pagina web e, in quanto mezzo operativo e tecnico-logico, non può porsi per esso un problema di violazione del marchio di impresa, della sua denominazione o dei suoi segni distintivi".

CAPITOLO 3 – AGCOM

AGCOM → Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sede a Roma, nasce con la legge 249 del 31 luglio 1997 (legge Maccanico), attribuite le funzioni dei suoi organi:

- Commissione per le infrastrutture e le reti → elabora piani di assegnazione delle frequenze televisive e radiofoniche
- Commissione per i servizi e i prodotti → controlla le disposizioni sulla pubblicità, sulla fiction audiovisiva, tutela minoranze, propaganda elettorale
- Consiglio → adotta i regolamenti, propone al ministero il rilascio di concessioni e autorizzazioni.

Costituzione bicefala = Ministero → funzioni amministrative, Agcom → regolamentazione. Ministero e Agcom collaborano dal 1998, garantita l'attuazione uniforme della disciplina europea, dalla telefonia all'audiovisivo, dall'editoria a Internet:

- Gestione radiofrequenze: piano di assegnazione e trasferimento dei diritti d'uso.
- Vigilanza e approvazione piano nazionale di numerazione
- Assegnazione nomi a dominio
- Cooperazione internazionale sulla numerazione
- Indirizzamento reti e servizi
- Risoluzione controversie
- Controllo contabilità
- Non discriminazione
- Fornitura del servizio a prezzo accessibile → rispetto dei principi di obiettività, trasparenza, non discriminazione e proporzionalità
- Irrogazione sanzioni in seguito a violazione norme o diffusione di notizie false.

L'Agcom eredita le funzioni del Garante per la radiodiffusione e l'editoria ai sensi dell'art.15 comma 8 della legge 233/1990 (legge Mammi) → vigilanza sull'osservanza di RAI e altri concessionari, potere sanzionatorio. Agcom ha poteri sulla regolamentazione della disciplina dell'interconnessione alle infrastrutture, questione delicata, Agcom regola concorrenza circoscrivendo le posizioni dominanti e garantendo mercato libero e aperto.

Legge n. 177 del 31 luglio 2005 → Testo unico della radiotelevisione. Con essa Agcom stabilisce regole nel mercato televisivo, limita le emittenti (poche risorse) e reprime le posizioni dominanti → mercato più libero e vantaggioso.

L'Ente che compie queste decisioni deve essere veloce, altrimenti non c'è evoluzione.

In molti paesi c'è garante monocratico, in Italia Agcom dipende dalla politica, commissari eletti dai politici, c'è poca rapidità (servirebbe perché è un settore in continuo aggiornamento) e indipendenza.

Nel 2010 Testo unico modificato, disciplina antitrust del 2005 immutata. "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici" → dovrebbe essere rispettata la libera concorrenza per assicurare prevedibilità, vietate posizioni contrarie al pluralismo, la società deve essere trasparente.

CO.RE.COM: Comitati Regionali per le Comunicazioni, presenti in ogni regione italiana per decentrare i compiti dell'Agcom. Le loro competenze sono contenute nella delibera n.52/99/CONS. 25/06/2003 → approvato un Accordo-quadro (ora è quello del 2008) in cui ci sono i principi generali dell'esercizio delle funzioni in tema di comunicazione e le linee-guida dei Co.re.com, decentramento delle funzioni più sensibili, coordinamento con Agcom, riforme applicate uniformemente sul territorio.

- Il CORECOM garantisce conciliazione in caso di controversie con gli operatori, il cittadino può risolvere la questione in tempi brevi nella propria regione. Casi → mancato rispetto delle disposizioni relative al **servizio universale e dei diritti degli utenti**. Prima deve esserci tentativo di risoluzione bonaria della controversia, per poi procedere al ricorso in sede giurisdizionale.
- Si occupa di consumatori e operatori telefonici e telematici (visione canali TV) → se questi non rispettano il contratto e gli standard qualitativi, l'utente può dialogare con l'operatore in presenza di un conciliatore per arrivare ad una soluzione bonaria (al fine di chiarire i punti di contrasto e individuare una soluzione reciprocamente accettabile). C'è un formulario scaricabile e compilabile dall'utente per procedere. L'utente può chiedere di sospendere il servizio o far cessare l'abuso fino al termine della procedura conciliativa.
- Se esito positivo → in genere il consumatore è agevolato, aiutato, viene risarcito; verbale in cui vengono esplicitati i termini dell'accordo, l'utente può far valere quanto stabilito nell'accordo, l'Agcom in questi casi è il moderatore.
- Se esito negativo → verbale in cui c'è scritto che l'esito è negativo, l'utente deve per forza fare presente che vuole avvalersi delle dichiarazioni espresse in sede di conciliazione, senza richiesta non possono essere usate → emessa sentenza, l'operatore deve dare 5€ al gg di rimborso per ogni giorno di malfunzionamento, 10€ per le aziende (rimborso garantito in 4 mesi). Agcom stabilisce provvedimenti, ma non devono passare 6 mesi dalla

conciliazione. Fase istruttoria→ascoltate le parti, alla fine emesso provvedimento definitivo. Delibere e provvedimenti fungono da pubblicità legale, pubblicati sul sito dell'Agcom. In questo modo gli operatori adottano linee guida per non incorrere in sanzioni. Tali delibere sono spesso a favore del cittadino (es. obbligo agli operatori di emettere una Carta dei Servizi→se non rispettata l'utente può richiedere indennizzi automatici)

Agcom e diritto d'autore: dal 2010 volontà di censurare condotte contrarie al principio del diritto d'autore: fatto "regolamento per la violazione in Internet del diritto d'autore" e oscurati i siti web→intento censorio ritenuto antidemocratico e illecito. Nel 2013 approvato schema di regolamento più leggero che influisce sulla libertà di accesso alle informazioni in Internet→sanziona le violazioni con finalità di lucro e lotta contro la pirateria massiva escludendo gli utenti (downloaders) e il peer-to-peer. Emesso con la delibera AGCOM n.680/13/CONS il Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative→Agcom ha potere censorio.

Istituito comitato incaricato di sviluppare autoregolamentazione per la diffusione di contenuti digitali legali, monitorare l'applicazione del regolamento e di formulare all'Agcom proposte di aggiornamento.

Procedimento avviato dal soggetto dopo esito negativo di rimozione di una pagina web→misure del decreto legislativo n.70/2003=rimozione selettiva/disabilitazione dell'accesso ai contenuti illeciti, improntate a gradualità e proporzionalità. Lotta all'illegalità, deve promuovere azioni positive: promozione dell'offerta legale, informazione e educazione dei consumatori→cultura della legalità nella fruizione dei contenuti, si può ridurre la pirateria. 3 pilastri del regolamento→trasparenza (tutte le attività dell'Agcom saranno fruibili sul sito web e dibattute in un comitato tecnico); educazione all'uso legale di Internet (come ottenere file in modo legale anche gratis); promozione dell'offerta legale (nuove licenze condivise e aperte).

Veto sui siti web quando violano diritti d'autore→il detentore di copyright segnala che c'è un'opera pirata, Agcom fa indagine, se emerge una violazione l'Autorità chiederà al titolare di rimuovere il contenuto. Se non rimedia, 2 alternative→se sito ospitato da Hosting provider italiano, Agcom chiede la rimozione; se straniero, l'Agcom chiede ai provider italiani di disabilitare l'accesso degli utenti a quel sito (NON bloccato l'IP, sarebbe censura, ma alterati i DNS; non imposta la rimozione selettiva che richiede l'uso lesivo della privacy di dispositivi Deep Packet Inspection).

Per accedere lo stesso al sito→cambiare DNS, il 70% degli utenti non lo fa.

Sentenza 2015→secondo la CC, l'AGCOM non ha potere di regolamentazione, le due ordinanze ravvisate dal TAR sulla base giuridica dell'AGCOM sono carenti. L'articolo 182-bis della legge sul diritto d'autore stabilisce che AGCOM e SIAE (in ambiti diversi) hanno potere di vigilanza sulla riproduzione e duplicazione di contenuti→AGCOM deve prevenire le violazioni, ma NON HA poteri sanzionatori e inibitori→NO POTERE GIURISDIZIONALE (non potrà mai emettere sentenze, ma provvedimenti→fa compilare il verbale che verrà poi trasmesso alla polizia), la giurisdizione è esclusiva del giudice; AGCOM è un'autorità amministrativa indipendente, non è politicizzata, ha tecnici indipendenti.

- Comma 1 del 182-bis: Agcom ha solo funzioni di vigilanza
- Comma 3: funzioni ispettive di accesso ai locali e esibizione documentale (per luoghi non aperti l'accesso deve essere autorizzato dall'attività giudiziaria).

AGCOM può agire in caso di urgenza per porre fine alle violazioni commesse→Agcom deve prevedere a monte un giudizio davanti all'autorità giudiziaria ordinaria, che ha ordine inibitorio/di rimozione.

Con il Decreto legislativo 44/2010 AGCOM può rendere effettivi i divieti e il rispetto dei diritti, ma è limitata ai contenuti dell'attività di radiodiffusione televisiva (esclusi social, blog, testate online, video).

Art. 32-bis del D. lgs. 177/2005→AGCOM stabilisce limiti e divieti che i servizi fornitori di media operano nel rispetto del diritto d'autore e dei diritti connessi.

Il Testo Unico non include nei servizi quelli presenti su Internet distanti da settore radiotelevisivo (servizi non audiovisivi→chat, blog, forum, social network)→AGCOM quindi può esercitare poteri e rimuovere servizi online che violino il diritto d'autore dato che non sono nel testo; in realtà no, poteri auto-attribuiti sono infondati, nessuna legge li prevede (Agcom vuole travalicare i propri ambiti di competenza e sollevare conflitto tra attribuzioni di poteri dello Stato). Se vengono attribuiti tali poteri viene violato il principio di legalità secondo cui ogni Pubblica Amministrazione dispone solo dei poteri attribuiti dalla legge e dall'ordinamento generale, le PA sono soggette solamente alla legge.

Ci sarebbe scontro tra AGCOM e Autorità Giudiziaria→l'Agcom si sostituirebbe ai giudici ordinari.

Problema dell'immissione in rete di file protetti dal diritto d'autore già affrontata nella legge 633/1941: tali regole creano responsabilità penale nei soggetti che diffondono materiale senza autorizzazione→soggetti giudicati nelle sedi opportune con le garanzie del codice penale, senza l'intervento dell'Agcom.

Però l'Agcom vuole comunque avere diritti di repressione e sanzione dell'immissione illegale in rete di materiali, anche se non esiste la possibilità di avere tali poteri di intervento (Agcom non ha poteri inibitori e di cancellazione). Sia che sia a scopo di lucro che non, SOLO la magistratura penale potrà occuparsi del fatto, procedere alla rimozione selettiva e sanzionare→poteri in mano agli organi di polizia.

Nel 2013 AGCOM ha ammesso di non essere giudice, ma di fatto di aver bisogno di un soggetto giudiziario. Agisce di fronte ad un ordine giudiziario e non ad una denuncia. Non c'è bisogno di esporsi, il garante della privacy si occupa di lettere anche anonime. Di fronte ad un ordine giudiziario e NON una denuncia.

Limitazione → non prevista nella costituzione, sarebbe censura (avviene solo in caso di necessità previa autorizzazione dell'autorità giudiziaria → nessuno è colpevole fino a sentenza definitiva), l'evoluzione informatica è un diritto inviolabile dell'uomo, staccare la connessione limita la libertà personale.

DIRITTO D'AUTORE

Diritto d'autore in Italia: trova riscontro nella legge 633/1941 (a livello europeo la normativa vuole attualizzare le leggi dei vari Stati), si tutelano le opere frutto dell'ingegno e gli autori (letteratura, musica, arte, teatro, architettura, cinema, banche dati di opere → art. 1;

Art. 2 → protette opere letterarie scritte e orali, composizioni musicali con o senza parole, opere coreografiche o pantomimiche, scultura, pittura, arte, disegno, incisione, architettura, cinema, fotografia, programmi per elaboratore originali (ai sensi della Convenzione di Berna); non esistevano ancora software, introdotti nella legge 518 del 1994 → app, sistema operativo, ecc., è penalmente perseguibile chi installa programmi contraffatti; le banche dati tutelano il criterio su come sono regolate le opere altrui, per criteri di ricerca e ordine di presentazione delle opere.

Opere per essere tutelate → creatività e originalità, incentiva a creare, si è retribuiti per la creazione. Non viene tutelata la semplice idea (che va presentata alla SIAE, idea va coperta da brevetto/diritto d'autore), ma la sua forma esterna.

Il diritto d'autore si divide in due fasce di poteri (633/1941)

1. **Diritti morali d'autore**: imprescrittibili, inalienabili, incedibili (non possono essere dati a nessuno, sono solo di una persona, gli vengono attribuiti dalla legge contemporaneamente alla creazione dell'opera, non ci si può guadagnare né se ne può disporre liberamente), rimangono per sempre, perpetui (dati agli eredi dopo la morte). Diritto ad essere riconosciuto creatore dell'opera (anche nel caso di anonimato e pseudonimo); diritto a non vedersi modificata l'opera, integrità; diritto di non arrecare danno che danneggi la reputazione dell'autore e diritto di ritirare l'opera dal commercio per gravi ragioni morali.
 - Ghost-Writer non ha diritti morali d'autore, non può agire a livello giudiziario. Sfruttare il diritto morale d'autore è illecito (es. scommesse e ghost-writer, non si hanno armi in possesso, no diritto e le prove non sono rilevanti).
 - Quando si prendono informazioni da Internet bisogna citare la fonte e chiedere il permesso (diritto morale d'autore).
2. **Diritti patrimoniali**: diritti allo sfruttamento economico dell'opera, si estinguono dopo 70 anni dalla morte dell'autore, regola internazionale (se opera multipla il diritto scade 70 anni dopo la morte dell'ultimo scrittore). Possono essere ceduti.
 - Diritto esclusivo di riprodurre e realizzare copie dell'opera; diritto di trascrivere; diritto di eseguire l'opera, recitarla; diritto di comunicazione al pubblico; diritto esclusivo di distribuzione; diritto di tradurla in un'altra lingua; diritto di elaborare l'opera; pubblicare, noleggiare.

Contratti di cessione e sfruttamento dell'opera: rapporti scrittori-editori, royalty date all'autore per ogni copia.

Per verificare a che foro riferirsi bisogna tenere conto del luogo in cui avviene il fatto. Nelle cause del diritto d'autore bisogna dimostrare l'antioriorità della creazione dell'opera; il diritto d'autore sorge con la creazione dell'opera, non è necessario il deposito alla SIAE (non è questo a far nascere il diritto d'autore). Il deposito alla SIAE serve a dimostrare in giudizio a livello probatorio che l'opera l'ha creata per primo qualcuno rispetto ad un altro. La SIAE mette un bollino temporale, chi arriva dopo la creazione dell'opera è un plagiatore. Però la SIAE costa → esiste un modo per provare che l'opera è fatta da noi, ovvero l'auto-invio tramite PEC. La PEC da una marcatura temporale che si può portare in giudizio. Difficile portare a giudizio una prova in digitale, se le prove non sono state acquisite digitalmente e non si ha la certezza che non siano state modificate non sono prove valide.

Il diritto d'autore tutela anche i soggetti effigiati → tutelati i soggetti ripresi da fotografie (art. 10 del codice civile, legge 633 del 1941 su diritto d'autore) e li tutela se queste immagini vengono diffuse, il soggetto viene risarcito. Diritto al nome (art. 7 codice civile). Problema se soggetti sono minori.

Diritto d'autore in Internet: chi teme una violazione può agire in giudizio e far vietare il proseguimento della violazione → fissata somma per ogni violazione; i nuovi strumenti di comunicazione rendono difficile il controllo di vigilanza sulle opere. Condividere file online è illegale se non si ha l'autorizzazione (sarebbero illegali i video su YouTube, tranne quelli delle etichette discografiche e i semplici video condivisi dagli amici). L'uso personale non è un reato (legge 633/1941 → cardine in materia di diritti sulle opere multimediali). Non è reato scaricare file da Internet, purché non venga fatto per scopo di lucro.

STORIA DEL DIRITTO D'AUTORE

Antica Grecia → non serve autorizzazione dall'autore che detiene i diritti morali, nell'antica Roma si.

Nel medioevo la copia di un'opera era apprezzata, l'unica fonte di reddito degli autori era la vendita delle opere a committente.

Privilegi di stampa → non spettano all'autore, diritto dell'editore che ha diritto di copiare il testo e venderlo. Il diritto di copia si diffonde in Europa fino al 1710, introdotto il diritto d'autore dalla regina Anna Stewart, abolito diritto di copia,