UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

FACOLTÀ DI GIURISPRUDENZA

Corso di Laurea Magistrale a Ciclo Unico in Giurisprudenza

PATRIMONIO CULTURALE E MARCHI: PROFILI DI TUTELA TRA DIRITTO INDUSTRIALE E INTERESSE PUBBLICO

Relatore: *Chiarissima Prof.ssa* Silvia Giudici

Correlatore: *Dott.* Michele Loconsole

Tesi di laurea di:
Chiara Bozzola
Matricola n. 972968

Anno Accademico 2024/2025

A mamma e papà,
colonne portanti della mia vita,
per l'amore e il sostegno che
non mi hanno mai fatto
mancare.

INDICE:

INTRODUZIONE 1

1 CAPITOLO 1: IL REGIME GIURIDICO DI PROTEZIONE DEL PATRIMONIO E DEI BENI CULTURALI 4

1.1 IL PATRIMONIO CULTURALE 4

1.1.1 Definizione di patrimonio culturale 4

1.1.2 Evoluzione storica della concezione di patrimonio culturale 6

1.2 I BENI CULTURALI 7

1.2.1 Nozione di bene culturale: l'evoluzione storica 7

1.2.2 Le categorie di beni culturali 10

1.2.3 Le modalità di individuazione del bene culturale 11

1.2.3.1 La verifica dell'interesse culturale 12

1.2.3.2 La dichiarazione dell'interesse culturale 14

1.2.3.3 La catalogazione dei beni culturali 17

1.3 TUTELA E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE. 18

1.3.1 La tutela 18

1.3.2 Vigilanza e ispezione 19

1.3.2.1 L'attività di vigilanza 19

1.3.2.2 L'attività ispettiva 20

1.3.3 Le misure di protezione 22

1.3.3.1 Interventi vietati 22

1.3.3.2 Interventi soggetti ad autorizzazioni 24

1.3.4 Misure di conservazione 25

1.3.4.1 Interventi conservativi volontari 27

1.3.4.2 Interventi conservativi imposti 27

1.3.4.3 Accessibilità al pubblico dei beni culturali oggetto di interventi conservativi 29

1.3.4.4 Custodia coattiva, comodato e deposito volontario 29

1.3.5 Valorizzazione del patrimonio culturale 31

1.3.5.1 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà pubblica 33
1.3.5.2 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà privata 34
1.3.5.3 La gestione delle attività di valorizzazione dei beni culturali: gestione diretta ed indiretta 36
1.3.6 La fruizione 38
1.3.6.1 La fruizione dei beni culturali di appartenenza pubblica 39
1.3.6.2 La fruizione dei beni culturali di proprietà privata 40

2 CAPITOLO 2: LA RIPRODUZIONE DEI BENI CULTURALI E I PROFILI DI TUTELA GIURIDICA 43

2.1 LA RIPRODUZIONE DEI BENI CULTURALI: PROBLEMATICHE E PROSPETTIVE.. 43
2.2 IL QUADRO NORMATIVO 45
2.3 TIPOLOGIE DI BENI CULTURALI E MODALITÀ DI RIPRODUZIONE 48
2.3.1 Beni culturali protetti dal diritto d'autore: riproduzioni fedeli e creative 49
2.3.2 Beni culturali protetti dal Codice dei beni culturali 52
2.3.3 Beni culturali in pubblico dominio: riproduzioni fedeli e creative 54
2.3.3.1 La direttiva UE 2019/790 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale 60
2.4 LIMITI E DIVIETI PER LA RIPRODUZIONE DEI BENI CULTURALI 65
2.5 ECCEZIONI AL DIVIETO DI RIPRODUZIONE 70
2.6 CANONI E CORRISPETTIVI PER L'USO E LA RIPRODUZIONE DEI BENI 75
2.7 RIMEDI IN CASO DI VIOLAZIONE DELLA NORMATIVA RELATIVA ALLA RIPRODUZIONE DEI BENI CULTURALI 78
2.8 DIRITTO ALL'IMMAGINE DEI BENI CULTURALI 80
2.9 CASI GIURISPRUDENZIALI DI RILIEVO NELLA TUTELA DEI BENI CULTURALI E DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE 84
2.10 IL TEATRO MASSIMO: LA SENTENZA N. 4901/2017 DEL TRIBUNALE DI PALERMO 84
2.11 L'UOMO VITRUVIANO DI LEONARDO DA VINCI: L'ORDINANZA DEL 24/10/22 DEL TRIBUNALE DI VENEZIA 88
2.11.1 Profili di diritto internazionale nel caso dell'Uomo Vitruviano: la pronuncia del Landgericht Stuttgart del 14 marzo 2024. 93

2.12 IL CASO DEL DUCA D'ESTE: LA SENTENZA N. 1792/2024 DEL TRIBUNALE DI BOLOGNA 95
2.13 I CASI DI RIPRODUZIONE DEL DAVID DI MICHELANGELO 102
2.13.1 Ordinanza del 25/10/2017 del Tribunale di Firenze 102
2.13.2 Ordinanza dell' 11/04/2022 del Tribunale di Firenze 105
2.13.3 Sentenza n. 1207 del 20/04/2023 del Tribunale di Firenze 109
2.13.4 Il paradosso degli Uffizi 113
2.14 TRIBUNALE DI NAPOLI: IL CASO DEL CRISTO VELATO DELLA CAPPELLA DI SAN SEVERO 114
3 CAPITOLO 3: I SEGNI DEL PATRIMONIO CULTURALE 118
3.1 EVOLUZIONE STORICA DEL CONCETTO DI MARCHIO 118
3.1.1 Il marchio nell'economia moderna 122
3.1.2 L'armonizzazione della disciplina dei marchi tra diritto interno e diritto dell'Unione Europea 123
3.2 NOZIONE E FUNZIONE DEL MARCHIO 124
3.2.1 La funzione distintiva e la funzione di origine e di provenienza 124
3.2.2 Funzione distintiva e protezione dal rischio di confusione: il principio di relatività 128
3.2.3 Oggetto della tutela del marchio: segni suscettibili di registrazione ... 130
3.2.3.1 Modalità di registrazione del marchio 134
3.3 I SEGNI DEL PATRIMONIO CULTURALE 135
3.4 I SEGNI USATI IN CAMPO ARTISTICO E LETTERARIO: ART 8, COMMA 3 C.P.I. 135
3.4.1 Notorietà dei marchi: decisioni UIBM (art. 8, comma 3 c.p.i.) 145
3.4.2 Art. 8 c.p.i. e la protezione dei segni notori nel settore culturale 149
3.5 STEMMI EMBLEMI E ALTRI SEGNI DI RILIEVO ISTITUZIONALE: ART 10 C.P.I. 151
3.6 I MARCHI STORICI DI INTERESSE NAZIONALE: ART 11-TER C.P.I. 160
3.6.1 Il marchio come veicolo di tutela del Made in Italy e di promozione del patrimonio culturale nazionale 161
3.7 LA REGISTRAZIONE DI MARCHI AVENTI AD OGGETTO ELEMENTI GRAFICI DISTINTIVI TRATTI DAL PATRIMONIO CULTURALE, STORICO, ARCHITETTONICO: ART 19, COMMA 3 C.P.I. 164
3.7.1 I marchi degli istituti culturali 166

3.7.2 Tutela dei beni culturali: blocco e revoca dei marchi inappropriati... 168

3.7.3 La registrazione di un marchio derivante dalla reinterpretazione di beni culturali 169

3.8 IL RUOLO DELL'ORDINE PUBBLICO E DEL BUON COSTUME COME LIMITI ALLA REGISTRAZIONE DEI MARCHI: IL CASO VIGELAND 171

3.8.1 Ordine pubblico e buon costume: art 14 c.p.i. 171

3.8.2 Art 14 come limite alla registrazione dei marchi: il Caso Vigeland.... 173

3.9 LA REGISTRAZIONE DEGLI EDIFICI MUSEALI E DEI *SIGNATURE BUILDING*: UN'ANALISI COMPARATA 175

3.9.1 Profili di tutela nei sistemi italiano e statunitense 176

3.10 LA TUTELA DEGLI EDIFICI SIMBOLICI IN GIAPPONE TRA MARCHI E DESIGN 182

CONCLUSIONI 185

BIBLIOGRAFIA 189

RINGRAZIAMENTI 197

“Il patrimonio culturale è l’eredità del passato,
ciò che viviamo oggi
e ciò che trasmettiamo alle future generazioni”

INTRODUZIONE

L'Italia può essere considerata il più grande museo a cielo aperto del mondo.

Tale affermazione non si fonda soltanto sulla percezione comune, ma trova conferma in dati concreti, il nostro Paese detiene infatti il primato mondiale per numero di siti riconosciuti dall'UNESCO come Patrimonio Mondiale, con 61 siti, di cui 55 culturali e 6 naturali, distribuiti sull'intero territorio nazionale.

Questa straordinaria concentrazione di beni di eccezionale valore culturale testimonia come l'Italia rappresenti un patrimonio storico, artistico e paesaggistico di portata globale, costituito da beni che non sono semplicemente oggetto di contemplazione, ma sottoposti a un sistema di tutela giuridica articolato, finalizzato a coniugare conservazione, valorizzazione e fruizione, sia pubblica che privata.

Monumenti, opere d'arte, edifici storici e paesaggi culturali non costituiscono soltanto testimonianza del passato, ma elementi dinamici di una tradizione che continua a incidere sul presente e a orientare il futuro della comunità. In questa prospettiva il bene culturale assume oggi un rilievo giuridico particolarmente complesso, in quanto oggetto di una tutela che non può più essere concepita in termini meramente conservativi.

Il patrimonio culturale è infatti sempre più coinvolto in processi di valorizzazione economica, comunicazione, riproduzione e sfruttamento commerciale, che ne ampliano la fruizione ma, al contempo, pongono interrogativi rilevanti sul piano giuridico.

In tale contesto, l'ordinamento è chiamato a confrontarsi con l'esigenza di bilanciare la protezione dell'interesse collettivo con le logiche del mercato e della proprietà intellettuale, individuando strumenti idonei a garantire un equilibrio tra conservazione del patrimonio e libertà di iniziativa economica.

È in questo scenario che si colloca la presente ricerca, nata dall'interesse per l'arte e per i beni culturali, nonché dalla consapevolezza delle tensioni che emergono quando la tutela pubblica del patrimonio si intreccia con gli strumenti del diritto industriale, in particolare con la disciplina dei marchi.

L'obiettivo del presente elaborato consiste nell'analizzare il rapporto tra patrimonio culturale e marchi, soffermandosi sui profili di tutela che si collocano al confine tra interesse pubblico e diritti privati. Il marchio, tradizionalmente concepito come segno distintivo dell'origine imprenditoriale di beni e servizi, assume oggi una funzione

ulteriore, divenendo strumento di valorizzazione simbolica ed economica di elementi del patrimonio culturale. Tuttavia, tale funzione può anche tradursi in una limitazione della dimensione collettiva del bene culturale, qualora la registrazione o l'uso del segno conducano a forme di monopolizzazione di simboli, immagini o denominazioni che appartengono alla memoria collettiva.

Da qui la necessità di interrogarsi sui limiti alla registrabilità dei segni culturali, sulle condizioni di legittimità del loro sfruttamento e sul ruolo dell'ordinamento nel garantire un equilibrio tra libertà di iniziativa economica e tutela della funzione sociale della cultura.

Il lavoro si articola in *tre capitoli*.

Il *primo capitolo* è dedicato alla ricostruzione del regime giuridico di protezione del patrimonio culturale. A partire dalla nozione di patrimonio e di bene culturale, analizzata nella sua evoluzione storica e concettuale, vengono esaminati i procedimenti di individuazione del bene, le forme di tutela e conservazione previste dall'ordinamento, nonché gli strumenti di valorizzazione e fruizione. L'analisi mette in luce la progressiva affermazione di una concezione dinamica del patrimonio culturale, inteso non soltanto come bene da preservare, ma come risorsa da rendere accessibile e funzionale allo sviluppo culturale, sociale ed economico della collettività.

Il *secondo capitolo* affronta una delle questioni più controverse del dibattito contemporaneo: la riproduzione dei beni culturali e i relativi profili di tutela giuridica. Dopo l'esame del quadro normativo nazionale ed europeo, l'analisi distingue tra beni protetti dal diritto d'autore, beni soggetti al Codice dei beni culturali e beni in pubblico dominio, evidenziando i limiti, le eccezioni e i corrispettivi connessi all'uso e alla riproduzione. Ampio spazio è riservato alla giurisprudenza più recente, che mostra una tendenza crescente a estendere la tutela del bene culturale anche alla sua immagine, con conseguenze rilevanti sul piano della circolazione e dello sfruttamento economico.

Il *terzo capitolo* costituisce il fulcro della ricerca ed è dedicato all'analisi dei segni del patrimonio culturale e della loro protezione come marchi. Dopo una ricostruzione dell'evoluzione storica e delle funzioni del marchio, l'attenzione si concentra sulle ipotesi in cui nomi, immagini, edifici e simboli culturali divengono oggetto di registrazione, sollevando problemi di compatibilità con l'interesse pubblico alla libera fruizione della cultura. Attraverso l'esame degli articoli 8, 10, 11-ter e 19 comma 3 del Codice della

proprietà industriale, nonché dei limiti derivanti dall'ordine pubblico e dal buon costume, si evidenzia il carattere ambivalente del marchio: strumento di promozione del patrimonio e del *Made in Italy*, ma anche possibile mezzo di appropriazione privata di valori collettivi. L'analisi comparata dei modelli statunitense e giapponese consente infine di ampliare la prospettiva, offrendo spunti utili per una riflessione critica sul sistema italiano.

1 CAPITOLO 1: IL REGIME GIURIDICO DI PROTEZIONE DEL PATRIMONIO E DEI BENI CULTURALI

SOMMARIO: 1.1 Il patrimonio culturale - 1.1.1 Definizione di patrimonio culturale - 1.1.2 Evoluzione storica della concezione di patrimonio culturale - 1.2 I beni culturali - 1.2.1 Nozione di bene culturale: l'evoluzione storica - 1.2.2 Le categorie di beni culturali - 1.2.3 Le modalità di individuazione del bene culturale - 1.2.3.1 La verifica dell'interesse culturale - 1.2.3.2 La dichiarazione dell'interesse culturale - 1.2.3.3 La catalogazione dei beni culturali - 1.3 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale - 1.3.1 La tutela - 1.3.2 Vigilanza e ispezione - 1.3.2.1 L'attività di vigilanza - 1.3.2.2 L'attività ispettiva - 1.3.3 Le misure di protezione - 1.3.3.1 Interventi vietati - 1.3.3.2 Interventi soggetti ad autorizzazioni - 1.3.4 Misure di conservazione - 1.3.4.1 Interventi conservativi volontari - 1.3.4.2 Interventi conservativi imposti - 1.3.4.3 Accessibilità al pubblico dei beni culturali oggetto di interventi conservativi - 1.3.4.4 Custodia coattiva, comodato e deposito volontario - 1.3.5 Valorizzazione del patrimonio culturale - 1.3.5.1 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà pubblica - 1.3.5.2 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà privata - 1.3.5.3 La gestione delle attività di valorizzazione dei beni culturali: gestione diretta ed indiretta - 1.3.6 La fruizione - 1.3.6.1 La fruizione dei beni culturali di appartenenza pubblica - 1.3.6.2 La fruizione dei beni culturali di proprietà privata

1.1 Il patrimonio culturale

1.1.1 Definizione di patrimonio culturale

L'articolo 1 del Codice dei beni culturali e del paesaggio[1] introduce la nozione di *patrimonio culturale nazionale,* concetto che assume un ruolo centrale nell'architettura del sistema di tutela dei beni culturali. La portata di tale nozione impone una riflessione

[1] D'ora in avanti, per brevità, il Codice dei beni culturali e del paesaggio (D.lgs. 22 gennaio 2004, n.42) sarà indicato come "Codice dei beni culturali".

volta a chiarirne la funzione e le implicazioni nel contesto normativo italiano, anche alla luce del suo rapporto con la previsione costituzionale di cui all'art. 9 Cost.[2]

Con il Codice dei beni culturali del 2004, il legislatore ha ampliato sensibilmente l'ambito del patrimonio culturale rispetto alla formulazione costituzionale, che faceva riferimento esclusivamente al paesaggio e al patrimonio storico e artistico della Nazione. L'art. 2 del Codice, infatti, individua in modo espresso le categorie riconducibili al patrimonio culturale, includendovi non solo i beni strettamente legati alla dimensione storica, artistica o paesaggistica, ma anche ulteriori elementi di rilievo culturale, contribuendo così ad estendere l'ambito oggettivo della tutela oltre una concezione tradizionalmente materiale e monumentale del bene culturale.[3]

In tale prospettiva, parte della dottrina[4]. ha sostenuto che nel concetto di patrimonio culturale debbano essere ricompresi anche i valori immateriali e gli interessi collettivi connessi ai beni che lo compongono.

Questa impostazione consente di cogliere la natura non esclusivamente economica del patrimonio culturale, che si configura piuttosto come espressione di un valore identitario e simbolico della collettività.[5] In tale prospettiva si inserisce anche la relazione di accompagnamento al Codice, dei beni culturali che sottolinea come *"la nozione culturale sociale e giuridica di patrimonio culturale della Nazione, assurge al rango di principio unificatore e informatore del settore nella sua interezza".*

Il patrimonio culturale nazionale può dunque essere inteso come un insieme eterogeneo e dinamico, risultante da un processo di aggregazione in continua evoluzione, che riflette e al contempo rafforza l'identità collettiva della comunità nazionale. [6] In questo senso, la definizione legislativa si presenta come una nozione "aperta", idonea a ricomprendere tutto ciò che contribuisce alla formazione della memoria culturale della Nazione.[7]

---

[2] *"La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali."*

[3] E. MICHETTI*, Il Codice dei beni culturali e del paesaggio: commento, giurisprudenza modulistica e legislazione*, C. E. L., Gorle, 2006, p. 10.

[4] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Giuffrè Editore, Milano, 2014, p. 35.

[5] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, cit., p. 35.

[6] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, cit., p. 36.

[7] M.P CAPUTI, in A. ANGIULI, V. CAPUTI JAMBRENGHI (a cura di), *Commentario al codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Torino, 2005, p. 39.

Occorre tuttavia precisare che l'espressione *patrimonio culturale* non coincide con quella di *patrimonio storico e artistico*[8]*,* che nel Codice dei beni culturali è riferita esclusivamente ai beni culturali.

All'interno del *genus* patrimonio culturale rientrano, infatti, sia i beni culturali sia i beni paesaggistici, i quali, pur condividendo una comune base valoriale e l'applicazione della Parte I del Codice dei beni culturali, restano disciplinati da regimi normativi distinti e autonomi. Ne consegue che l'unitarietà concettuale del patrimonio culturale non si traduce in un'uniformità di disciplina, ma svolge piuttosto una funzione di coordinamento e di orientamento sistematico dell'intero apparato di tutela.[9]

1.1.2 Evoluzione storica della concezione di patrimonio culturale

L'attuale nozione di *patrimonio culturale* è il risultato di un lungo e progressivo processo evolutivo, segnato da molteplici tentativi di definizione e di sistematizzazione, tanto sul piano nazionale quanto su quello internazionale.

Un primo contributo organico alla razionalizzazione del concetto di patrimonio culturale è stato offerto dalla Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione delle cose di interesse storico, archeologico, artistico e del paesaggio, istituita dal Parlamento nel 1964 e comunemente nota come Commissione Franceschini, dal nome del suo presidente. Al termine dei lavori, la Commissione pervenne alla redazione di una serie di *Dichiarazioni*, formulate sotto forma di proposte e raccomandazioni rivolte al legislatore. In particolare, nella I Dichiarazione si affermava che *"appartengono al patrimonio culturale della Nazione tutti i beni aventi riferimento alla storia della civiltà".*[10]

Parallelamente, anche a livello internazionale si sono sviluppati significativi tentativi di definizione del concetto di patrimonio culturale. Secondo parte della dottrina[11], un contributo rilevante è stato fornito della Convenzione UNESCO del 14 novembre 1970, relativa alla prevenzione dell'importazione, esportazione e trasferimento illecito di beni culturali, ratificata dall' Italia con legge 30 ottobre 1975, n. 873. [12] L'art. 4 della Convenzione rinvia, infatti, all'art. 1, il quale individua, mediante un elenco

[8] Espressione utilizzata nell'articolo 9 della Costituzione al comma 2.
[9] E. FOLLIERI, *Le disposizioni generali*, in E. FOLLIERI (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2005, p. 39.
[10] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Wolters Kluwer, Milano, 2024, p.20.
[11] T. ALIBRANDI, P.G. FERRI, *I beni culturali e ambientali*, Giuffrè Editore, Milano, 2001, p. 55 ss.
[12] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit.,* p. 36.

esemplificativo[13], le categorie di beni che ciascuno Stato può qualificare come parte del proprio patrimonio culturale, lasciando emergere una concezione flessibile e culturalmente orientata del bene protetto.

Ulteriori elementi definitori si rinvengono nella Convenzione culturale europea di Parigi del 16 dicembre 1954, finalizzata a promuovere lo studio della storia, della lingua e della civiltà dei Paesi firmatari, e che contribuisce a delineare una dimensione sovranazionale del patrimonio culturale, inteso come fattore di coesione e dialogo tra le comunità europee.[14]

Tuttavia, l'espressione patrimonio culturale è emersa con maggiore chiarezza nel lessico giuridico europeo solo in epoca più recente. Essa compare espressamente nell'art. 3 del Progetto di Trattato che istituisce una Costituzione per l'Europa del 2003, poi non entrato in vigore, il quale annoverava tra gli obiettivi dell'Unione la *"salvaguardia e lo sviluppo del patrimonio culturale europeo"*.[15]

Sebbene privo di efficacia giuridica, tale riferimento testimonia la progressiva emersione di una concezione del patrimonio culturale come bene comune europeo, destinata a influenzare le politiche culturali dell'Unione negli anni successivi.

1.2 I beni culturali

1.2.1 Nozione di bene culturale: l'evoluzione storica

Il concetto di *bene culturale* è stato formalmente introdotto per la prima volta a livello internazionale con la Convenzione dell'Aja del 1954, promossa dall'UNESCO, che riconobbe la necessità di garantire una specifica protezione ai beni culturali in caso di conflitto armato.[16] Tale passaggio ha segnato l'ingresso del bene culturale nel lessico

---

[13] Ai fini della presente Convenzione sono considerati patrimonio culturale: *"i monumenti: opere architettoniche, plastiche o pittoriche monumentali, elementi o strutture di carattere archeologico, iscrizioni, grotte e gruppi di elementi di valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico; gli agglomerati: gruppi di costruzioni isolate o riunite che, per la loro architettura, unità o integrazione nel paesaggio hanno valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico; i siti: opere dell'uomo o opere coniugate dell'uomo e della natura, come anche le zone, compresi i siti archeologici, di valore universale eccezionale dall'aspetto storico ed estetico, etnologico o antropologico."*

[14] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit.,* p. 36.

[15] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit.,* p. 36.

[16] Si fa riferimento alla Convenzione per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato, firmata all'Aja, il 14 maggio 1954 e ratificata in Italia con legge 7 febbraio 1958, n. 279. Si parla di beni culturali anche nel Documento Ufficiale della X Conferenza Generale dell'UNESCO, tenutasi a New Delhi nel 1956.

giuridico internazionale, anticipando un'evoluzione concettuale destinata a riflettersi anche negli ordinamenti interni.

Nell'ordinamento italiano l'espressione *bene culturale* è comparsa per la prima volta soltanto nel 1974, con il decreto legislativo n. 657, istitutivo del Ministero per i beni culturali e ambientali. Fino ad allora, il legislatore aveva fatto ricorso a categorie più restrittive, quali le *"cose di interesse artistico e storico"* di cui alla legge n. 1089 del 1939, oppure al *"patrimonio storico e artistico della Nazione"*, menzionato dall'articolo 9 della Costituzione.[17] Tali formule riflettevano una concezione ancora parziale e prevalentemente estetica del bene oggetto di tutela.

Un punto di svolta fondamentale si ebbe con i lavori della Commissione Franceschini[18], che per la prima volta elaborò una nozione unitaria e innovativa di bene culturale, affermando che *"appartengono al patrimonio culturale della Nazione tutti i beni aventi riferimento alla storia della civiltà"*. Alla base di questa impostazione vi era l'idea che il valore del bene culturale non risiede solo nelle sue caratteristiche storiche e artistiche, ma anche nella sua capacità di testimoniare l'evoluzione della civiltà e di contribuire alla costruzione dell'identità collettiva.[19]

Si assistette così al superamento di una concezione puramente *"estetizzante",* in favore di una visione più ampia e funzionale, in cui il bene assume rilievo non tanto per ciò che è in sé, quanto per ciò che rappresenta come memoria storica e fattore identitario.[20]

Questa innovazione non si limitò a un aggiornamento terminologico, ma determinò un mutamento profondo nella concezione della tutela giuridica. L'interesse pubblico alla conservazione del bene non era più fondato esclusivamente sulla sua materialità o sulla sua rilevanza formale, ma sulla finalità sociale che esso assolve, in quanto strumento di sviluppo culturale della collettività e testimonianza dell'evoluzione storica, economica e sociale della Nazione.[21]

---

[17] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 19.

[18] Si fa riferimento alla già menzionata Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione delle cose d'interesse storico, archeologico, artistico e del paesaggio, istituita nel 1964 con l'obiettivo di indagare e ridefinire l'ambito della tutela culturale.

[19] L. CASOLI, *L'oggetto della tutela dei beni culturali*, in E. FOLLIERI, (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio,* Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2005, p. 53.

[20] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, Le Monnier Università, Milano, 2023, p. 67.

[21] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, *cit.,* p. 68.

Soltanto nel 1998, con l'articolo 148 del d.lgs. n. 112/1998, si è giunti a una nuova definizione normativa di bene culturale, inteso come l'insieme di beni "*che compongono il patrimonio storico, artistico, monumentale, archeologico, archivistico e librario e gli altri che costituiscono testimonianza avente valore di civiltà così individuati in base alla legge".*

Tale disposizione segnava una parziale inversione di prospettiva rispetto all'impostazione della Commissione Franceschini, affermando una concezione normativa del bene culturale, in cui la qualificazione giuridica del bene dipende non solo dal suo valore intrinseco, ma anche, e soprattutto, da un criterio legale di individuazione. [22]

Questo orientamento ha trovato una prima sistemazione organica nel Testo Unico del 1999, che richiamava ed armonizzava le definizioni contenute nella legge n. 1089/1939 e nel d. lgs. n. 112/1998. In questo contesto, il legislatore ha rinunciato ad elaborare una nozione unitaria e omogenea di bene cultuale, preferendo una definizione "mista" o "sincretica", capace di ricomprendere tutte le diverse stratificazioni normative e concettuali sviluppatesi nel tempo.[23]

Il medesimo approccio è confermato dal Codice dei beni culturali e del paesaggio del 2004, il quale all'articolo 2, comma 2, stabilisce che: "*Sono beni culturali le cose immobili e mobili che, ai sensi degli articoli 10 e 11, presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà".*

La norma, inoltre, fa salva la possibilità di ampliare la nozione di bene culturale includendovi anche beni non espressamente elencati dagli articoli 10 e 11 del Codice, purché riconosciuti come tali da leggi vigenti o future, ovvero da provvedimenti amministrativi adottati in base a leggi successive, integrative o modificative del Codice.[24]

Ne risulta una nozione di bene culturale strutturalmente aperta e dinamica, coerente con l'evoluzione del concetto di patrimonio culturale e con l'esigenza di adeguare la tutela giuridica alle trasformazioni della sensibilità culturale e sociale.

---

[22] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, *cit*., p. 69.

[23] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 38.

[24] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 39.

1.2.2 Le categorie di beni culturali

Sulla base dell'analisi degli articoli 10 e 11 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, è possibile distinguere tre diverse categorie di beni culturali, in relazione al diverso ruolo attribuito all'attività amministrativa di individuazione dell'interesse culturale: i beni qualificati come culturali *ex lege*, per i quali non è prevista alcuna attività amministrativa di individuazione dell'interesse culturale; i beni il cui interesse culturale, particolarmente o eccezionalmente rilevante, deve essere riconosciuto mediante apposita dichiarazione; i beni per i quali è necessaria una verifica dell'interesse culturale.

La prima categoria ricomprende i beni culturali sottratti all'attività amministrativa di individuazione, in quanto qualificati direttamente dal legislatore come beni culturali. Ai sensi dell'art. 10, comma 1, rientrano in tale novero i beni immobili e mobili appartenenti allo Stato, alle Regioni, agli altri enti pubblici territoriali, nonché a persone giuridiche private senza scopo di lucro che svolgano attività di interesse pubblico. [25] In questi casi, l'interesse culturale è presunto *ex lege* e non necessita di un accertamento discrezionale da parte dell'autorità amministrativa.

A tale categoria si aggiungono i beni elencati nell'articolo 10 comma 2, lettere a), b) e c)[26] , per i quali il legislatore ritiene che l'interesse culturale sia connaturato al bene stesso e talmente evidente da rendere superflua qualsiasi attività di valutazione amministrativa. Le raccolte di musei, pinacoteche, gallerie, archivi, singoli documenti e le raccolte librarie delle biblioteche sono considerati beni culturali non solo, per la loro valenza storica e artistica, ma anche in ragione della loro destinazione funzionale alla fruizione pubblica.

Analoga qualificazione *ex lege* è prevista dall'art. 11 del Codice dei beni culturali, che individua ulteriori categorie di beni culturali per i quali si prescinde da un accertamento individuale del valore storico-artistico, essendo la qualificazione funzionale all'applicazione di specifiche disposizioni di tutela previste dal Codice stesso.[27]

---

[25] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 33.

[26] *"a) le raccolte di musei, pinacoteche, gallerie e altri luoghi espositivi dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico; b) gli archivi e i singoli documenti dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico; c) le raccolte librarie delle biblioteche dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente e istituto pubblico, ad eccezione delle raccolte che assolvono alle funzioni delle biblioteche indicate all'articolo 47, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616."*

[27] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit.*, p. 34.

La seconda categoria è costituita dai beni indicati all'art. 10, comma 3, il cui interesse culturale, particolarmente o eccezionalmente importante, deve essere formalmente accertato mediante la dichiarazione di interesse culturale prevista dagli artt. 13 e ss. del Codice dei beni culturali. In questo caso, la qualificazione del bene come culturale discende da un procedimento amministrativo che si conclude con un provvedimento vincolistico, qualora l'interesse venga riconosciuto, ovvero con un provvedimento negativo che ne esclude la rilevanza culturale. Tale procedimento si applica ai beni appartenenti a soggetti privati, persone fisiche o giuridiche, nonché ai beni immobili e mobili e alle collezioni o serie di oggetti, a chiunque appartenenti. Per quanto riguarda i beni di enti pubblici, la dichiarazione è richiesta soltanto se si tratta di beni diversi da quelli indicati alle lettere a), b) e c) del comma 2 dell'art. 10.

La terza categoria riguarda i beni indicati all'art. 10, comma 4, ossia i beni mobili e immobili appartenenti a soggetti pubblici o a soggetti privati senza scopo di lucro che presentino un interesse storico, artistico o archeologico non ulteriormente qualificato. Per tali beni, la tutela è subordinata allo svolgimento della verifica dell'interesse culturale, disciplinata dall'art. 12 del Codice dei beni culturali, che ha la funzione di accertare in concreto la sussistenza dei presupposti per l'applicazione del regime di protezione.

A titolo esemplificativo, la norma include tra questi beni le cose di interesse paleontologico, paletnologico e numismatico; i singoli documenti, libri, carte geografiche, spartiti musicali, fotografie e pellicole cinematografiche aventi caratteri di rarità e pregio; nonché le costruzioni rurali, i siti minerari, le navi e i galleggianti di interesse storico, artistico o etnoantropologico. Particolarmente rilevante è anche la menzione delle pubbliche piazze, vie, strade e spazi urbani aperti che rivestano interesse storico o artistico, poiché tale previsione consente di ricondurre alla categoria dei beni culturali, previa verifica, ampie porzioni dei centri storici delle città italiane.[28]

1.2.3 Le modalità di individuazione del bene culturale

Nel Codice dei beni culturali e del paesaggio del 2004 il legislatore opera una distinzione terminologica consapevole e funzionale tra i concetti di *"cosa"* e di *"bene"*. Con il termine *cosa* si fa riferimento a qualsiasi oggetto, mobile o immobile, considerato nella

[28] L. CASOLI, *L'oggetto della tutela dei beni culturali*, in E. FOLLIERI, (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio, cit.,* p. 34.

sua dimensione meramente materiale, che può potenzialmente essere portatore di interesse culturale.[29] Si tratta, dunque, di una nozione descrittiva, priva di immediata rilevanza giuridica sul piano della tutela.

Il termine *bene,* invece, designa quegli elementi per i quali l'interesse culturale è già stato accertato in via formale dall'autorità competente, ovvero è riconosciuto direttamente dalla legge.[30] Solo a seguito di tale accertamento, o della qualificazione *ex lege*, la cosa si trasforma in bene culturale, entrando a pieno titolo nel regime giuridico di protezione previsto dal Codice dei beni culturali.

Questa distinzione rende necessario esaminare i procedimenti amministrativi di individuazione e verifica dell'interesse culturale, attraverso i quali l'amministrazione esercita il potere di qualificazione, attribuendo all'oggetto una specifica rilevanza giuridica e assoggettandolo al regime pubblicistico di tutela.

1.2.3.1 La verifica dell'interesse culturale

Il primo meccanismo previsto dal Codice dei beni culturali per l'accertamento dell'interesse culturale è rappresentato dalla *verifica*, disciplinata dall'art. 12. Tale procedimento è finalizzato all'individuazione della sussistenza di un interesse culturale c.d. *semplice*, il cui riconoscimento non richiede l'adozione formale di un provvedimento di dichiarazione di interesse culturale, ma si colloca in una fase preliminare rispetto all'applicazione definitiva del regime di tutela.[31]

L'attività di verifica si configura come un giudizio tecnico-discrezionale, volto ad accertare la sussistenza di un interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico nel bene, sulla base dei criteri individuati da apposite direttive ministeriali adottate al fine di garantire uniformità e coerenza nell'azione amministrativa a livello nazionale. [32] In tal modo, il legislatore tenta di bilanciare l'esigenza di omogeneità applicativa con il carattere necessariamente valutativo del giudizio.

Il comma 1 dell'articolo 12 del Codice circoscrive l'ambito di applicazione della verifica alle cose, mobili e immobili, appartenenti allo Stato, alle regioni, agli altri enti pubblici

---

[29] A. ANGIULI, V. CAPUTI JAMBRENGHI, *Commentario al codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Torino, 2005, p. 39.
[30] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio, cit.,* p. 45.
[31] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 99.
[32] L. CASOLI, *L'oggetto della tutela dei beni culturali*, in E. FOLLIERI, (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio, cit.,* p. 76.

territoriali, purché si tratti di opere di autori non più viventi la cui esecuzione risalga ad oltre settant'anni.[33]

I beni sottoposti a verifica ai sensi dell'articolo 12 sono, in via provvisoria e anticipata, assoggettati al regime di tutela e dichiarati inalienabili ai sensi dell'articolo 54 del Codice. Tale forma di tutela preventiva è volta a evitare che nel corso del procedimento, i beni possano essere alienati o subire danni. La misura si applica sin dall'avvio del procedimento di verifica e cessa di produrre effetti in caso di esito negativo dell'istruttoria. [34] Fino all'esito del procedimento, tali beni sono assoggettati in via provvisoria al regime di tutela previsto dal Codice.

Il procedimento di verifica può essere avviato d'ufficio, su iniziativa degli organi competenti del Ministero, oppure su istanza dell'ente proprietario. Quest'ultima ipotesi ricorre frequentemente quando il proprietario, consapevole del potenziale valore culturale del bene e intenzionato a procedere alla sua alienazione, intenda evitare di incorrere nella violazione del divieto di cui all'articolo 54 del Codice.

Ai sensi del comma 2 e 3 dell'articolo 12 del Codice, le richieste devono essere corredate da schede descrittive e da elenchi contenenti gli elementi conoscitivi rilevanti per la valutazione. Tali informazioni devono essere inserite negli elenchi dei beni di potenziale interesse culturale, che ciascun ente proprietario, pubblico o privato senza scopo di lucro, è tenuto a trasmettere alla Soprintendenza, richiedendo la verifica della loro rilevanza culturale.[35]

Il procedimento è assoggettato alle norme generali in materia di partecipazione e trasparenza amministrativa di cui alla legge n. 241 del 1990. In particolare, il diritto alla partecipazione procedimentale e l'obbligo di motivazione costituiscono strumenti essenziali per il contenimento della discrezionalità amministrativa e per la tutela delle posizioni giuridiche dei soggetti coinvolti. [36]

All'esito dell'istruttoria, la Soprintendenza competente per materia e territorio formula una proposta di esito positivo o negativo circa la sussistenza dell'interesse culturale, da sottoporre alla Commissione regionale per il patrimonio culturale. La proposta deve

[33] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 49.
[34] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 100.
[35] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 100.
[36] A. MORRONE, *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio, cit*., p. 50.

essere comunicata all'ente proprietario, il quale può presentare osservazioni entro il termine assegnato, in attuazione del principio del contraddittorio procedimentale.

Ai sensi dell'articolo 12, comma 10, del Codice il procedimento di verifica deve concludersi entro novanta giorni dal ricevimento della richiesta.[37] La giurisprudenza ha tuttavia chiarito che tale termine non ha natura perentoria, con la conseguenza che il suo superamento non determina la decadenza del potere di verifica né l'invalidità del provvedimento adottato tardivamente, configurandosi piuttosto come termine ordinatorio.[38]

In caso di esito negativo, per i beni appartenenti al demanio dello Stato e degli enti territoriali minori si procede alla sdemanializzazione: tali beni cessano di essere sottoposti alla disciplina codicistica e divengono alienabili. Come chiarito lo stesso Codice, la *verifica* negativa costituisce prova della non veridicità di quanto sino a quel momento legalmente presunto, ossia della sussistenza dell'interesse culturale.

L'esito positivo della *verifica*, invece, comporta la definitiva sottoposizione del bene alla disciplina codicistica. Vengono meno gli effetti temporanei della tutela e il bene acquisisce formalmente la qualifica di bene culturale.

Ne consegue la sua inalienabilità, salvo autorizzazione dell'autorità competente ai sensi dell'art. 54. Inoltre, ai sensi dell'art. 15, comma 2, il provvedimento di riconoscimento deve essere trascritto nei pubblici registri, al fine di garantirne l'opponibilità ai terzi. [39]

Infine, al fine di assicurare un'efficace attività di monitoraggio del patrimonio immobiliare e di programmare gli interventi conservativi, il Codice prevede che i dati relativi ai beni immobili dello Stato riconosciuti di interesse culturale confluiscano in un archivio informatico accessibile al Ministero della cultura e all'Agenzia del demanio, rafforzando così il coordinamento tra tutela e gestione del patrimonio pubblico. [40]

1.2.3.2 La dichiarazione dell'interesse culturale

Il procedimento di dichiarazione è finalizzato all'accertamento della rilevanza culturale *particolarmente importante* o *eccezionale* dei beni indicati dall'art. 10, comma 3, del

[37] Termine modificato dal D.L. 24 febbraio 2023, n.13, convertito con modificazioni, dalla legge 21 aprile 2023, n. 41.
[38] Cons. Stato, sez. VI, 30 giugno 2011, n.3894, in *DeJure.*
[39] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, *cit*. p. 87.
[40] L. CASOLI, *op. cit.*, p. 77.

Codice dei beni culturali e del paesaggio. Rientrano in tale categoria i beni che presentano un interesse artistico, storico o bibliografico particolarmente rilevante, appartenenti a persone fisiche o a soggetti giuridici privati con fini di lucro; le raccolte librarie di eccezionale interesse culturale appartenenti a privati, a persone giuridiche con fini di lucro, a fondazioni, associazioni o enti religiosi; nonché i singoli beni che, indipendentemente dal soggetto proprietario, si distinguono per il loro valore in relazione alla storia politica, militare, letteraria, artistica e culturale della Nazione.

Affinché tali beni possano essere qualificati come beni culturali, è necessario che venga adottata la dichiarazione di interesse culturale prevista dall'art. 13 del Codice dei beni culturali. Solo a seguito di tale atto amministrativo i beni appartenenti a soggetti privati entrano formalmente nel novero delle cose di rilevanza culturale e risultano, pertanto, assoggettati al regime pubblicistico di tutela.[41]

La struttura del procedimento è disciplinata dall'art. 14 del Codice dei beni culturali, che si conforma al modello generale del procedimento amministrativo delineato dalla legge n. 241 del 1990, pur presentando alcune peculiarità proprie della materia della tutela culturale, legate alla forte connotazione tecnico-scientifica delle valutazioni e alla rilevanza dell'interesse pubblico coinvolto.[42]

L'avvio del procedimento avviene su impulso della Soprintendenza competente, che può agire direttamente tramite le proprie articolazioni territoriali. È altresì riconosciuta ai soggetti privati la facoltà di segnalare l'esistenza di un bene meritevole di tutela, sollecitando l'attivazione del procedimento, senza tuttavia poter vantare un diritto all'instaurazione dello stesso, trattandosi di una valutazione rimessa alla discrezionalità dell'amministrazione.

Sotto il profilo delle garanzie procedimentali, la disciplina presenta alcuni profili critici. Il destinatario della comunicazione di avvio non si trova infatti in una posizione di piena parità procedimentale, poiché non gli è consentito accedere integralmente agli elementi istruttori acquisiti dalla Soprintendenza successivamente all'avvio del procedimento, né alla valutazione conclusiva che si traduce nella proposta di dichiarazione trasmessa alla Commissione regionale per il patrimonio culturale. Tale asimmetria informativa attenua

---

[41] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, *cit*., p. 89.

[42] A. MORRONE, *op. cit*., p. 55.

la portata effettiva del principio del contraddittorio procedimentale, incidendo sull'effettività del diritto di partecipazione.[43]

Ai sensi dell'art. 14, comma 2, la comunicazione di avvio deve contenere gli elementi di identificazione e di valutazione del bene risultanti dalle prime indagini, l'indicazione degli effetti previsti dal comma 4, nonché il termine, non inferiore a trenta giorni, per la presentazione di eventuali osservazioni. Da tale previsione emerge una fase preistruttoria, nella quale l'amministrazione verifica la sussistenza dei presupposti minimi per l'attivazione del procedimento in senso proprio. Dalla comunicazione di avvio discende l'applicazione, in via cautelare, delle misure di tutela previste dal Codice dei beni culturali, che rimangono efficaci per tutta la durata del procedimento e cessano automaticamente allo spirare del termine fissato per la sua conclusione. Anche in questo caso, l'eventuale superamento del termine non comporta la decadenza del potere amministrativo, trattandosi di un termine ordinatorio e non perentorio.[44]

Decorso il termine concesso per la presentazione delle osservazioni, la Soprintendenza procede allo svolgimento dell'istruttoria, acquisendo gli elementi storici, artistici e tecnici necessari alla valutazione e formulando una proposta motivata di accoglimento o di rigetto della dichiarazione.[45]

La competenza ad adottare la decisione finale spetta, in via ordinaria, alla Commissione regionale per il patrimonio culturale. Tuttavia, qualora il bene presenti un interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico eccezionale per l'integrità e la completezza del patrimonio culturale nazionale, la competenza è attribuita direttamente alla Direzione generale competente del Ministero, ai sensi dell'art. 1, comma 175, lett. d), della legge n. 124 del 2017, che ha introdotto tale previsione con riferimento ai beni di eccezionale valore identitario.

In caso di esito positivo, viene adottata la dichiarazione di interesse culturale, che, ai sensi dell'art. 15 del Codice, deve essere notificata al proprietario, possessore o detentore a qualsiasi titolo del bene, mediante messo comunale o raccomandata con avviso di ricevimento. Qualora il bene sia soggetto a pubblicità immobiliare o mobiliare, il

---

[43] S. AMOROSINO, *op. cit*., p. 107.
[44] TAR Sardegna, Cagliari, se. II, 19 febbraio 2010, n. 203, in *DeJure*.
[45] F. GAFFURI, *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, *cit*., p. 92.

provvedimento è trascritto nei relativi registri, producendo effetti anche nei confronti dei successivi aventi causa.[46]

La dichiarazione non svolge soltanto una funzione di pubblicità, ma ha natura costitutiva, poiché attribuisce formalmente al bene la qualifica giuridica di bene culturale e ne determina l'assoggettamento stabile al regime di tutela.[47]

Avverso la dichiarazione è ammesso ricorso al Ministero, ai sensi dell'art. 16 del Codice, per motivi sia di legittimità sia di merito, entro il termine di trenta giorni dalla notifica. La proposizione del ricorso comporta la sospensione degli effetti del provvedimento impugnato, ferma restando l'adozione di eventuali misure cautelari a tutela del bene. Ricevuto il ricorso, il Ministero è tenuto ad acquisire, entro novanta giorni, il parere dell'organo consultivo competente e ad adottare la decisione, potendo annullare o riformare l'atto impugnato in caso di accoglimento, con totale o parziale soccombenza del privato.[48]

1.2.3.3 La catalogazione dei beni culturali

Una volta individuati, i beni di interesse culturale devono essere sottoposti a catalogazione, ai sensi dell'art. 17 del Codice dei beni culturali e del paesaggio. La competenza in materia spetta al Ministero della cultura, il quale, con il concorso delle Regioni e degli altri enti pubblici territoriali, assicura la catalogazione dei beni culturali e coordina le attività connesse, in un'ottica di cooperazione istituzionale e di integrazione delle funzioni amministrative.[49]

Le modalità e le procedure di catalogazione sono disciplinate mediante decreto ministeriale. In tale ambito, il Ministero definisce le metodologie per la raccolta, l'elaborazione, lo scambio e l'accesso ai dati, promuovendo l'interoperabilità tra le banche dati statali e quelle regionali e locali. A tal fine, il Codice prevede forme di collaborazione tra il Ministero, le Regioni e le Università, finalizzate allo sviluppo di programmi di studio e di ricerca volti al perfezionamento delle tecniche di catalogazione e all'aggiornamento degli strumenti conoscitivi.

---

[46] F. GAFFURI, *op. cit.*, p. 93.
[47] S. AMOROSINO*, op. cit.*, p. 108.
[48] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 57.
[49] S. AMOROSINO, *op. cit.*, p.114.

Nel contesto contemporaneo, il processo di catalogazione è stato profondamente trasformato dalla digitalizzazione, che ha consentito un significativo avanzamento in termini di efficienza, accessibilità e circolazione delle informazioni. L'impiego delle tecnologie informatiche permette oggi l'interconnessione dei cataloghi nazionali e regionali, agevolando la consultazione dei dati, la condivisione delle informazioni, nonché l'accesso a rappresentazioni visive e a documentazione correlata.[50]

La catalogazione è svolta direttamente dagli enti pubblici territoriali per i beni di loro proprietà; per i beni appartenenti ad altri soggetti, essa è effettuata sulla base di intese preventive con i rispettivi proprietari o detentori. Tutti i dati raccolti confluiscono nel Catalogo nazionale dei beni culturali, che costituisce lo strumento conoscitivo fondamentale per l'esercizio delle funzioni di tutela, valorizzazione e programmazione degli interventi conservativi.[51]

1.3 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale.

1.3.1 La tutela

La tutela, secondo quanto stabilito dall'art. 3 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, consiste nell'esercizio delle funzioni e nella regolamentazione delle attività dirette, sulla base di un'adeguata attività conoscitiva, all'individuazione dei beni che compongono il patrimonio culturale, nonché alla loro protezione e conservazione in funzione della pubblica fruizione. Essa si realizza, inoltre, mediante l'adozione di provvedimenti amministrativi che incidono su diritti e comportamenti connessi ai beni culturali, configurandosi come una funzione pubblica di carattere autoritativo e finalizzata alla salvaguardia di un interesse collettivo primario.

La funzione di tutela si articola, sul piano operativo, in tre finalità fondamentali: l'individuazione dei beni culturali, la loro protezione e la loro conservazione.[52]

In particolare, le attività di protezione e conservazione risultano essenziali per prevenire il degrado dei beni e garantirne l'integrità nel tempo, poiché, in assenza di un'adeguata attività conservativa, la possibilità stessa di fruizione sarebbe irrimediabilmente compromessa. La centralità della c.d. fruizione conservativa è stata riconosciuta anche

[50] S. AMOROSINO, *op. cit.,* p. 114.
[51] F. GAFFURI, *op. cit.*, p. 97.
[52] C. BARBATI, M. CAMMELLI, G. SCIULLO*, Il diritto dei beni culturali*, Il Mulino, Bologna, 2006, pp. 40,41.

dalla Corte costituzionale, che nella sentenza n. 9 del 2004 ha affermato che la tutela è *"diretta principalmente ad impedire che il bene possa degradarsi nella sua struttura e quindi nel suo contenuto culturale"*.[53]

Questa impostazione evidenzia il superamento di una concezione statica della tutela, tradizionalmente incentrata sulla mera conservazione materiale del bene, a favore di una visione dinamica e funzionale, che comprende non solo la protezione fisica e la conservazione, ma anche l'esigenza di garantire l'accessibilità pubblica e la trasmissione del valore culturale alle generazioni future. In tale prospettiva, la tutela si pone in diretta continuità con l'art. 9 della Costituzione, che affida alla Repubblica il compito di promuovere lo sviluppo della cultura e di tutelare il patrimonio storico e artistico della Nazione.[54]

La disciplina delle attività attraverso cui la funzione di tutela si realizza è contenuta nel Titolo I della Parte seconda del Codice. Il Capo I, dedicato all'individuazione dei beni culturali, è stato già esaminato nei paragrafi precedenti. Si procederà ora all'analisi della disciplina dei Capi II e III, rispettivamente dedicati alle attività di vigilanza e ispezione e agli interventi di protezione e conservazione, che costituiscono il nucleo operativo della funzione di tutela in senso stretto.

1.3.2 Vigilanza e ispezione

1.3.2.1 L'attività di vigilanza

L'attività di vigilanza, disciplinata dall'art. 18 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, riguarda i beni già riconosciuti come culturali, nonché quelli appartenenti a soggetti pubblici o a persone giuridiche private senza scopo di lucro, realizzati da autore non più vivente e la cui esecuzione risalga a oltre settant'anni, per i quali non sia ancora stata effettuata la verifica della sussistenza dell'interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico. L'ambito della vigilanza si estende altresì alle aree soggette a misure di tutela indiretta, previste dall'art. 45 del Codice

In tali ipotesi, l'attività di vigilanza è esercitata in via esclusiva dal Ministero della cultura, il quale può tuttavia avvalersi della collaborazione delle Regioni e degli altri enti

[53] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Milano, 2021, p. 71.
[54] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit.*, p. 70.

pubblici territoriali, mediante intese e forme di coordinamento, limitatamente ai beni di loro proprietà.[55]

Sotto il profilo funzionale, la vigilanza si sostanzia in attività di controllo, monitoraggio e accertamento, finalizzate a verificare lo stato di conservazione dei beni e la conformità delle modalità di utilizzo alle esigenze di tutela, nonché a individuare tempestivamente la necessità di adottare misure di protezione o interventi conservativi.[56] Essa rappresenta, pertanto, un elemento essenziale del sistema di tutela, poiché consente un controllo costante e continuativo sul patrimonio culturale, prevenendo situazioni di degrado o di compromissione del valore culturale dei beni.

La natura strumentale e propedeutica dell'attività di vigilanza giustifica l'attribuzione della relativa competenza al Ministero, quale amministrazione titolare della funzione di tutela, chiamata a intervenire attraverso l'adozione dei provvedimenti necessari alla protezione e alla conservazione dei beni.[57]

In tale contesto, un ruolo centrale è svolto dai soprintendenti, che costituiscono gli organi periferici maggiormente idonei all'esercizio della vigilanza, in ragione del loro radicamento sul territorio e della specifica competenza tecnico-scientifica di cui dispongono.[58]

1.3.2.2 L'attività ispettiva

Strettamente connessa all'attività di vigilanza è l'attività ispettiva, disciplinata dall'art. 19 del Codice dei beni culturali e del paesaggio. Essa costituisce uno strumento operativo attraverso cui l'amministrazione esercita un controllo diretto sullo stato dei beni culturali e sull'osservanza delle prescrizioni di tutela.

I soprintendenti, previa comunicazione con un preavviso non inferiore a cinque giorni, possono effettuare ispezioni volte ad accertare l'esistenza dei beni, il loro stato di conservazione e di custodia, nonché il rispetto delle misure di tutela indiretta previste dall'art. 45 del Codice.[59] La competenza è attribuita espressamente ai soprintendenti, i quali, in virtù del loro radicamento territoriale e della specifica competenza tecnico-

[55] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit.*, p. 72.
[56] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit.*, p. 72.
[57] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit.,* p. 71.
[58] C. BARBATI, M. CAMMELLI, L. CASINI, G. PIPERATA, G. SCIULLO*, Diritto del patrimonio culturale*, Il Mulino, Bologna, 2017, p. 153.
[59] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit*., 73.

scientifica, rappresentano i soggetti più idonei allo svolgimento di un'attività che implica una verifica diretta e personale delle condizioni in cui versano i beni oggetto di tutela.[60]
L'attività ispettiva ha carattere puntuale e si esercita con riferimento al singolo bene culturale, al fine di valutare la conformità delle modalità di utilizzo e l'adeguatezza delle condizioni di conservazione rispetto agli standard imposti dalla disciplina di tutela.[61]
A tale funzione si affiancano i poteri cautelari attribuiti al soprintendente dall'art. 28 del Codice. In particolare, il soprintendente può ordinare la sospensione degli interventi vietati, ovvero eseguiti senza la prescritta autorizzazione o in difformità da essa. Secondo la dottrina, tale sospensione perde efficacia nel caso in cui l'autorizzazione venga successivamente rilasciata o qualora sia accertata la conformità degli interventi rispetto all'autorizzazione già concessa.[62]
Il comma 2 dell'art. 28 attribuisce inoltre al soprintendente il potere di vietare o sospendere interventi anche su beni che, pur non essendo ancora formalmente dichiarati di interesse culturale, presentino caratteristiche tali da renderli potenzialmente qualificabili come beni culturali. Si tratta di una misura cautelare a carattere preventivo, finalizzata a evitare che interventi irreversibili possano compromettere beni in attesa di verifica o di dichiarazione di interesse culturale.
Infine, il comma 3 dell'art. 28 stabilisce che l'ordine di sospensione o di inibizione perde efficacia qualora, entro trenta giorni dalla ricezione del provvedimento, il soprintendente non comunichi l'avvio del procedimento di verifica o di dichiarazione di interesse culturale.[63]
Tale previsione risponde all'esigenza di garantire un equilibrio tra tutela del patrimonio culturale e certezza dei rapporti giuridici, evitando che misure limitative dei diritti dei proprietari si protraggano in assenza di un tempestivo accertamento formale da parte dell'amministrazione.[64]

[60] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit*., 73.
[61] E. FOLLIERI, *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2005, p. 87.
[62] G. SCIULLO in M. CAMMELLI, *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 171.
[63] P. PROVENZANO in F. GAFFURI*, Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, Milano, 2023, p. 118.
[64] [64] P. PROVENZANO in F. GAFFURI*, op. cit.,* p.118.

1.3.3 Le misure di protezione

Le misure di protezione, disciplinate dalla Sezione I del Capo III del Codice dei beni culturali e del paesaggio, sono finalizzate a garantire l'integrità materiale del bene culturale e a prevenirne la dispersione, intesa sia come perdita fisica del bene sia come sottrazione alla sua funzione culturale e pubblica.

Esse si traducono in un complesso di disposizioni che incidono sulla sfera giuridica del proprietario, comprimendo il diritto di proprietà in funzione dell'interesse pubblico alla tutela del patrimonio culturale. In particolare, tali misure possono assumere la forma di divieti o limitazioni all'uso del bene, di obblighi di conformazione alle prescrizioni impartite dall'autorità amministrativa competente, nonché di doveri positivi di facere, consistenti nell'adozione di comportamenti o attività necessarie a garantire la conservazione del bene.[65]

In tal modo, il legislatore configura la tutela attraverso l'imposizione di vincoli e obblighi, giustificati dalla rilevanza costituzionale del patrimonio culturale quale espressione dell'identità storica e culturale della collettività.

1.3.3.1 Interventi vietati

A tutela dell'integrità dei beni culturali, l'articolo 20 del Codice dei beni culturali e del paesaggio individua una categoria di interventi radicalmente vietati, sottraendoli a qualsiasi possibilità di autorizzazione o deroga da parte dell'amministrazione. La norma vieta espressamente la distruzione, il deterioramento e il danneggiamento dei beni culturali, nonché il loro utilizzo per fini incompatibili con il loro carattere storico o artistico o comunque idonei a comprometterne la conservazione.

Dalla disposizione emerge con chiarezza la volontà del legislatore di prevenire qualsiasi forma di compromissione del bene culturale, riconosciuto come portatore di un valore che trascende la dimensione proprietaria individuale e si colloca nella sfera dell'interesse pubblico e identitario della collettività.[66] Il divieto di distruzione rappresenta, in tal senso, una deroga espressa al principio civilistico secondo cui il proprietario può disporre liberamente del bene, anche mediante la sua eliminazione.[67]

---

[65] N. GRASSO, *La tutela dei beni culturali*, in M.A. CABIDDU, N. GRASSO (a cura di), *Diritto dei beni culturali e del paesaggio,* Giappichelli Editore, Milano, 2021, p.74.
[66] P. PROVENZANO, *op.cit.*, p. 111.
[67] P. PROVENZANO, *op.cit.*, p. 111.

In caso di violazione di tali divieti, l'articolo 106 del Codice prevede una sanzione di natura amministrativa e ripristinatoria: il responsabile del danno è tenuto, a proprie spese, a eseguire le opere necessarie alla reintegrazione del bene. Qualora la reintegrazione risulti impossibile, il soggetto obbligato deve corrispondere allo Stato una somma pari al valore del bene perduto o alla diminuzione patrimoniale subita.[68]. La quantificazione del danno è effettuata dal Ministero competente ed è suscettibile di contestazione da parte dell'interessato; in tal caso, la valutazione è rimessa a una commissione composta da tre membri, designati rispettivamente dal Ministero, dal presidente del tribunale competente e dal soggetto responsabile del danno.[69]

Il sistema di tutela non si esaurisce, tuttavia, nella dimensione amministrativa. In presenza di violazioni particolarmente gravi, l'ordinamento prevede l'applicazione di sanzioni penali, oggi disciplinate dall'articolo 518-*duodecies* del Codice penale, introdotto con la riforma dei reati contro il patrimonio culturale. Tale disposizione prevede due distinti regimi sanzionatori, graduati in relazione alla gravità della condotta.[70]

Il primo comma punisce con la reclusione da due a cinque anni e con la multa da 2.500 a 15.000 euro chiunque distrugga, disperda, deteriori o renda inservibili e non fruibili beni culturali o paesaggistici propri o altrui. Il comma secondo punisce con la reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da 1.500 a 10.000 euro chiunque deturpi o imbratti beni culturali beni propri o altrui, ovvero li destini a un uso incompatibile o con il loro carattere storico o artistico ovvero pregiudizievole per la loro conservazione o integrità.

La norma prevede, inoltre, che la sospensione condizionale della pena possa essere subordinata al ripristino dello stato dei luoghi, all'eliminazione delle conseguenze dannose o pericolose del reato, ovvero allo svolgimento di attività non retribuita a favore della collettività, per un periodo non superiore alla durata della pena sospesa, secondo le modalità stabilite dal giudice nella sentenza di condanna.

I reati previsti dall'articolo 518-*duodecie*s del Codice penale, sono dolosi, richiedono che l'autore abbia previsto e voluto l'evento lesivo come conseguenza della propria condotta attiva o omissiva. Qualora il danno derivi invece da negligenza, imprudenza o imperizia,

[68] N. GRASSO, *op.cit.*, p.74.
[69] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 113.
[70] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 112.

trova applicazione l'articolo 733 Codice del penale, che disciplina il danneggiamento colposo al patrimonio archeologico, storico o artistico.[71]

1.3.3.2 Interventi soggetti ad autorizzazioni

Nel sistema di tutela delineato dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, taluni interventi sui beni culturali sono subordinati al rilascio di un'autorizzazione preventiva da parte del Ministero, quale strumento di controllo ex ante volto a garantire la compatibilità dell'intervento con le esigenze di conservazione del bene.

L'articolo 21, comma 1, del Codice individua in modo puntuale le ipotesi in cui l'autorizzazione è necessaria. Essa è richiesta, in particolare, per:

a) la rimozione o la demolizione dei beni culturali, anche quando seguita da ricostituzione;

b) lo spostamento, anche temporaneo, dei beni culturali mobili, salvo le eccezioni previste dai commi 2 e 3;

c) lo smembramento di collezioni, serie e raccolte;

d) lo scarto dei documenti degli archivi pubblici e degli archivi privati dichiarati di interesse culturale ai sensi dell'articolo 13, nonché del materiale bibliografico delle biblioteche pubbliche e delle biblioteche private dichiarate, con l'eccezione prevista dall'articolo 10, comma 2, lettera c);

e) il trasferimento ad altre persone giuridiche di complessi organici di documentazione di archivi pubblici e di archivi privati dichiarati di interesse culturale.[72]

Il comma 2 dell'articolo 21 introduce, tuttavia, una significativa deroga al regime autorizzatorio, prevedendo che, qualora lo spostamento del bene culturale sia conseguenza del cambio di dimora o di sede del detentore, non sia necessaria l'autorizzazione, ma sia sufficiente una denuncia preventiva al soprintendente. Entro trenta giorni dal ricevimento della comunicazione, quest'ultimo può indicare le misure idonee a garantire la salvaguardia del bene durante il trasporto.[73] In tale ipotesi, il legislatore ha inteso riconoscere la prevalenza del diritto al domicilio, tutelato dall'articolo 14 della Costituzione, che non può essere subordinato a un'autorizzazione

[71] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 112.
[72] A. MORRONE, *op. cit*, p. 141.
[73] P. PROVENZANO, *op. cit*, p. 112.

amministrativa. L'intervento dell'amministrazione si limita, pertanto, alla definizione delle modalità di trasferimento, senza potere impeditivo.[74]

Una disciplina analoga è prevista dal comma 3 dell'articolo 21 per lo spostamento degli archivi dello Stato e degli enti e istituti pubblici, per i quali è richiesta una mera comunicazione, e non un'autorizzazione.

In tutte le altre ipotesi, l'esecuzione di interventi, opere o lavori sui beni culturali è subordinata alla preventiva autorizzazione del soprintendente, che viene rilasciata sulla base di un progetto ovvero, ove ritenuto sufficiente, di una descrizione tecnica dell'intervento. Tale valutazione consente all'amministrazione di verificare la compatibilità dell'intervento con l'interesse pubblico alla tutela del bene, esercitando un controllo tecnico-discrezionale che costituisce uno dei cardini del sistema di protezione.

In caso di diniego, il soprintendente è tenuto a fornire una motivazione puntuale, nella quale devono essere esplicitati gli effetti pregiudizievoli che l'intervento proposto produrrebbe sul bene culturale.[75]

Infine, il comma 5 dell'articolo 21 prevede che, qualora i lavori non abbiano inizio entro cinque anni dal rilascio dell'autorizzazione, il soprintendente possa dettare nuove prescrizioni ovvero integrare o modificare quelle già impartite, tenendo conto dell'evoluzione delle tecniche di conservazione. La norma conferma il carattere dinamico della tutela, la quale deve adattarsi al progresso scientifico e alle mutate condizioni del bene, assicurando un costante aggiornamento delle modalità di intervento.[76]

1.3.4 Misure di conservazione

Le misure di conservazione si caratterizzano per la loro funzione di tutela dei beni culturali rispetto ai fattori di degrado di origine naturale e ambientale. Esse comportano un vero e proprio obbligo di facere in capo al proprietario, possessore o detentore del bene, consistente nello svolgimento di specifiche attività volte a garantirne la salvaguardia nel tempo.

A differenza delle misure di protezione, che sono principalmente orientate a prevenire i danni derivanti da comportamenti umani, le misure di conservazione intervengono per

[74] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 79.
[75] N. GRASSO, *op. cit.*, p.7 9.
[76] N. GRASSO, *op. cit.*, p.7 9.

contrastare il deterioramento progressivo del bene causato dal tempo, dall'ambiente o da condizioni di conservazione inadeguate.[77]

L'articolo 29 del Codice dei beni culturali e del paesaggio stabilisce che la conservazione del patrimonio culturale deve essere assicurata mediante un'attività programmata e coordinata di studio, prevenzione, manutenzione e restauro.

In particolare, la prevenzione è definita come l'insieme delle attività idonee a limitare le situazioni di rischio connesse al bene culturale, mediante l'individuazione e la riduzione delle cause potenzialmente lesive della sua integrità, con l'obiettivo di contenere la necessità di interventi diretti e invasivi.[78]

La manutenzione, ai sensi del comma 3, consiste nell'insieme di attività e interventi periodici finalizzati al controllo delle condizioni del bene e alla conservazione della sua integrità, funzionalità e identità, garantendo la continuità della fruizione senza alterarne i caratteri essenziali.

Il restauro, disciplinato dal comma 4, costituisce invece un intervento diretto e più incisivo sul bene culturale, volto a recuperarne e preservarne l'integrità materiale. Esso rappresenta l'*extrema ratio* tra le misure di conservazione, da attuarsi solo in presenza di un deterioramento significativo, quando gli interventi ordinari di manutenzione non risultino più sufficienti a garantire la salvaguardia del bene e a evitarne la perdita dei valori culturali.[79]

L'articolo 30 del Codice individua i soggetti tenuti all'attuazione delle misure di conservazione, comprendendo lo Stato, le Regioni, gli altri enti pubblici territoriali e ogni altro ente o istituto pubblico, in relazione ai beni culturali di loro appartenenza. Tale obbligo si estende anche ai soggetti privati, non solo per i beni di cui siano proprietari, ma anche per quelli che detengano o possiedano a qualsiasi titolo.

Il comma 2 dell'articolo 30 prevede inoltre che i soggetti pubblici e le persone giuridiche private senza scopo di lucro debbano mantenere i beni culturali di loro appartenenza nel luogo indicato dal soprintendente, garantendo la stabilità della collocazione e la coerenza della destinazione d'uso, quale ulteriore presidio di tutela conservativa.[80]

---

[77] G. SCIULLO, *Patrimonio e beni*, in C. BARBATI *et al.* (a cura di), *Diritto del patrimonio culturale*, Il Mulino, Bologna, 2017, p. 155.
[78] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 90.
[79] M. ANIS, M. FIORILLO, L'ordinamento della cultura. Manuale di legislazione dei beni culturali, Giuffrè Editore, Milano, 2015, p. 216.
[80] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 91.

1.3.4.1 Interventi conservativi volontari

Ai sensi dell'articolo 31 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, il proprietario, possessore o detentore del bene può promuovere autonomamente interventi di restauro o di conservazione, purché previamente autorizzati ai sensi dell'articolo 21 del Codice. In sede di rilascio dell'autorizzazione, qualora l'interessato ne faccia richiesta, il soprintendente è chiamato a pronunciarsi sia sull'ammissibilità dell'intervento ai contributi statali previsti dagli articoli 35 e 37, sia sul riconoscimento del carattere di necessità dell'intervento medesimo, ai fini della fruizione delle agevolazioni tributarie previste dalla normativa vigente.

In caso di parere favorevole, l'articolo 35 del Codice prevede che il Ministero della cultura possa concorrere alle spese sostenute dal privato fino alla misura massima del 50%, ovvero anche per l'intero importo qualora si tratti di interventi di particolare rilevanza o riguardanti beni destinati all'uso o al godimento pubblico.

Ai sensi dell'articolo 37 del Codice, inoltre, il Ministero può concedere contributi in conto interessi su mutui o su altre forme di finanziamento attivate dai proprietari, possessori o detentori per la realizzazione di interventi conservativi regolarmente autorizzati.[81]

Tali strumenti di sostegno economico svolgono una funzione di incentivazione dell'iniziativa privata, favorendo la collaborazione dei privati nella tutela del patrimonio culturale e compensando, almeno in parte, il sacrificio imposto dal regime pubblicistico del bene culturale, anche nei casi in cui l'intervento non derivi da un obbligo giuridico immediato ma da una scelta volontaria del soggetto interessato.[82]

1.3.4.2 Interventi conservativi imposti

Gli articoli 32 e 33 del Codice dei beni culturali e del paesaggio disciplinano gli interventi conservativi imposti, ossia quegli interventi ritenuti necessari alla salvaguardia del bene culturale che il Ministero può imporre al proprietario, possessore o detentore a qualsiasi titolo, ovvero eseguire direttamente nei casi di inadempienza del soggetto obbligato o qualora la Soprintendenza ritenga di procedere all'esecuzione diretta per ragioni di tutela.[83]

---

[81] N. GRASSO, *op. cit.,* p. 92.
[82] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 124.
[83] N. GRASSO, *op cit.,* p. 93.

Il procedimento è avviato d'ufficio dal soprintendente, il quale redige una relazione tecnica nella quale dichiara la necessità degli interventi conservativi da eseguire. Tale relazione è trasmessa, unitamente alla comunicazione di avvio del procedimento, al soggetto proprietario, possessore o detentore del bene, che può presentare eventuali osservazioni entro il termine di trenta giorni dal ricevimento degli atti.

Qualora il soprintendente non ritenga necessario procedere all'esecuzione diretta degli interventi, assegna al soggetto obbligato un termine entro il quale dovrà essere presentato un progetto esecutivo conforme alle indicazioni contenute nella relazione tecnica. Il progetto è sottoposto all'approvazione della Soprintendenza, che può impartire prescrizioni integrative e stabilire il termine per l'inizio dei lavori. Nel caso di beni immobili, il progetto approvato è trasmesso al Comune e alla Città Metropolitana territorialmente competenti, i quali possono formulare un parere motivato entro trenta giorni.

L'esecuzione diretta degli interventi da parte del Ministero si verifica qualora il soggetto obbligato non presenti il progetto nei termini assegnati, non provveda ad adeguarlo alle prescrizioni impartite, ovvero qualora il progetto venga rigettato. In tali ipotesi si configura il cosiddetto intervento sostitutivo, attraverso il quale l'amministrazione si sostituisce al soggetto obbligato al fine di garantire la conservazione del bene culturale.[84]

In presenza di situazioni di comprovata urgenza, il soprintendente può disporre immediatamente le misure conservative necessarie, omettendo la fase procedimentale di coinvolgimento del proprietario, possessore o detentore, al fine di evitare danni gravi e irreversibili al bene.[85]

L'articolo 34 del Codice stabilisce infine che gli oneri economici derivanti dagli interventi conservativi imposti o eseguiti direttamente dal Ministero sono posti a carico del proprietario o possessore del bene. Tuttavia, il Ministero può concorrere, in tutto o in parte, alla copertura delle spese sostenute, qualora l'intervento riguardi beni destinati al godimento pubblico o presenti particolare rilevanza sotto il profilo culturale.[86]

---

[84] CLEMENTE DI SAN LUCA, R. SAVOIA, *Elementi di diritto dei beni culturali*, Editoriale Scientifica, Napoli, 2019, p. 179.
[85] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 94.
[86] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 94.

1.3.4.3 Accessibilità al pubblico dei beni culturali oggetto di interventi conservativi

Gli interventi conservativi non sono finalizzati esclusivamente alla tutela materiale dei beni culturali, ma perseguono anche l'obiettivo della loro valorizzazione, nella misura in cui contribuiscono a garantirne l'accessibilità e la fruizione da parte della collettività.[87]

In questa prospettiva, l'articolo 38 del Codice dei beni culturali e del paesaggio disciplina l'accessibilità ai beni oggetto di interventi conservativi realizzati con il concorso finanziario dello Stato, prevedendo la stipulazione di accordi o convenzioni tra il Ministero della cultura e il proprietario del bene. Tali strumenti negoziali definiscono i limiti e le modalità temporali dell'obbligo di apertura al pubblico, tenendo conto della natura degli interventi eseguiti, del valore storico-artistico del bene e delle caratteristiche degli immobili e dei beni in essi contenuti.

Il soprintendente provvede a trasmettere gli accordi o le convenzioni al Comune e alla Città Metropolitana territorialmente competenti, al fine di garantire il coordinamento con gli enti locali coinvolti nella gestione del territorio e nella promozione della fruizione culturale.[88]

L'accessibilità al pubblico costituisce una condizione essenziale per l'ottenimento del finanziamento pubblico, poiché l'accordo o la convenzione devono essere stipulati contestualmente all'assunzione dell'onere di spesa o alla concessione del contributo da parte dello Stato. Ne deriva che l'obbligo di apertura al pubblico rappresenta il corrispettivo del sostegno economico pubblico, esprimendo il bilanciamento tra l'interesse pubblico alla fruizione collettiva del patrimonio culturale e il sacrificio imposto al proprietario privato beneficiario del contributo.[89]

1.3.4.4 Custodia coattiva, comodato e deposito volontario

Tra le misure finalizzate alla conservazione dei beni culturali rientra la custodia coattiva, disciplinata dall'articolo 43 del Codice dei beni culturali e del paesaggio. Tale istituto attribuisce al Ministero della cultura la legittimazione a disporre il trasferimento e la custodia temporanea dei beni culturali mobili presso istituti pubblici, quando ciò sia necessario per assicurarne la protezione o la conservazione.[90]

---

[87] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 125.
[88] N. GRASSO, *op. cit*, p. 94.
[89] N. GRASSO, *op. cit*, p. 94
[90] G. SCIULLO, *op. cit,* p. 159.

La custodia coattiva ha natura cautelare e restrittiva, in quanto comporta la temporanea privazione della disponibilità del bene da parte del proprietario o detentore. Proprio in ragione della sua incisività, essa deve mantenere carattere eccezionale e limitarsi al tempo strettamente necessario al venir meno delle circostanze che ne hanno giustificato l'adozione. La durata della misura non è predeterminabile in astratto, ma è funzionalmente collegata alla causa che l'ha determinata: qualora, ad esempio, la custodia sia disposta per consentire l'esecuzione di un intervento di restauro, essa dovrà coincidere con il tempo necessario alla realizzazione dell'intervento stesso.[91]

Il comma 1-*bis* dell'articolo 43. prevede una specifica ipotesi di deposito coattivo in materia archivistica: il Ministero, su proposta del soprintendente competente, può disporre il deposito presso l'Archivio di Stato territorialmente competente delle sezioni separate di archivio di cui all'articolo 30, comma 4, ovvero di quelle parti di archivi pubblici che avrebbero dovuto costituire una sezione separata. In alternativa, è consentita l'istituzione della sezione separata presso l'ente inadempiente, così da garantire la corretta conservazione e gestione della documentazione.[92]

Accanto alla custodia coattiva, l'articolo 44 del Codice disciplina un'ipotesi speciale di comodato di beni culturali mobili, finalizzata a favorire la fruizione pubblica di beni di particolare pregio appartenenti a soggetti privati.[93] In base a tale disposizione, i direttori degli archivi e degli istituti che abbiano in deposito o in amministrazione raccolte artistiche, archeologiche, bibliografiche o scientifiche possono ricevere in comodato beni culturali mobili da privati, qualora essi risultino idonei ad integrare o completare collezioni pubbliche già esistenti.[94] La durata del comodato non può essere inferiore a cinque anni e si intende tacitamente prorogata, salvo disdetta comunicata da una delle parti almeno due mesi prima della scadenza.

I commi 4 e 5 dello stesso articolo disciplinano, infine, il contratto di deposito dei beni culturali appartenenti a enti pubblici. I direttori degli istituti, previo assenso del competente organo ministeriale, possono ricevere in deposito tali beni, con la

[91] G. SCIULLO, *op. cit,* p. 159.
[92] N. GRASSO, *op. cit.*, p. 98.
[93] P. PROVENZANO, *op. cit.*, p. 126.
[94] N. GRASSO, *op. cit.,* p. 98.

conseguenza che le spese di custodia e conservazione sono, di regola, poste a carico dell'ente depositario, salvo diverso accordo che ne attribuisca l'onere al Ministero.[95]
La ratio della disciplina risiede nell'esigenza di concentrare i beni culturali pubblici presso sedi istituzionalmente preposte alla loro conservazione, al fine di garantirne una migliore tutela, favorirne la fruizione e razionalizzare l'impiego delle risorse amministrative.[96]

1.3.5 Valorizzazione del patrimonio culturale

La valorizzazione del patrimonio culturale trova il proprio fondamento nell'articolo 9 della Costituzione, che attribuisce alla Repubblica il compito di promuovere la cultura e di tutelare il patrimonio storico e artistico della Nazione. Sebbene originariamente la valorizzazione non fosse espressamente menzionata, essa ha trovato una disciplina puntuale nell'articolo 6 del Codice dei beni culturali e del paesaggio (D.Lgs. n. 42/2004), che ne ha definito strumenti e finalità, configurandola come funzione distinta, ma strettamente integrata alla tutela. [97]
La valorizzazione si configura quale "funzione oggetto di esercizio*"*, poiché impone alle amministrazioni competenti di svolgere attività mirate alla promozione del patrimonio culturale. [98] In particolare, l'articolo 6 del Codice dei beni culturali dispone che la valorizzazione: *"consiste nell'esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio stesso, anche da parte delle persone diversamente abili, al fine di promuovere lo sviluppo della cultura. Essa comprende anche la promozione e il sostegno degli interventi di conservazione del patrimonio culturale"*.
Una definizione complementare è contenuta nell'articolo 111 del Codice, che qualifica la valorizzazione come l'attività di costituzione e organizzazione stabile di risorse, strutture e reti, nonché di messa a disposizione di competenze tecniche, risorse finanziarie o strumenti idonei, finalizzata all'esercizio delle funzioni e al perseguimento delle finalità indicate nell'articolo 6.

---

[95] P. PROVENZANO, *op. cit.* p. 127.
[96] N. GRASSO, *op. cit*, p. 99.
[97] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, *cit*., p. 165.
[98] A. MORRONE, *op. cit*., p. 132.

Il Codice riconosce il ruolo sia dei soggetti pubblici sia di quelli privati nell'attivazione di ricerche, studi e altre attività conoscitive, sottolineando come la valorizzazione non si esaurisca nella fruizione materiale dei beni, ma comporti una crescita qualitativa e quantitativa del patrimonio culturale e delle conoscenze collegate.

Il legislatore del 2004 ha quindi superato la visione della conservazione come unico obiettivo, concependo il patrimonio culturale anche come strumento di diffusione di valori culturali, volto a promuovere la partecipazione della collettività.[99] La valorizzazione, in tale accezione, non si riferisce alla mera valorizzazione commerciale, bensì all'incremento del valore culturale e sociale dei beni, con utilità diretta per la collettività, sia sul piano culturale, accrescendo il patrimonio conoscitivo dei fruitori, sia sul piano economico, incentivando indirettamente la circolazione dei beni e dei servizi connessi.[100]

La valorizzazione può realizzarsi sia attraverso interventi diretti sui beni, sia indirettamente, ad esempio come fattore di attrazione per il territorio, generando investimenti in infrastrutture, accessibilità e fruibilità, senza compromettere la natura culturale dei beni stessi.[101]

Per sostenere l'attività di valorizzazione, l'articolo 118 del Codice prevede la possibilità per il Ministero, le Regioni e altri enti territoriali di stipulare accordi per istituire centri permanenti di studio e documentazione, anche a livello interregionale, con il concorso delle università e di altri soggetti pubblici e privati.

Analogamente, l'articolo 119 autorizza il Ministero a concludere accordi con il Ministero dell'Istruzione, le università, le Regioni e altri enti territoriali, finalizzati alla diffusione della conoscenza e della fruizione del patrimonio culturale. Sulla base di tali accordi, gli istituti e i luoghi della cultura possono stipulare convenzioni con scuole, università e altri istituti di formazione per l'elaborazione e l'attuazione di percorsi didattici e progetti formativi, anche tenendo conto delle esigenze delle persone con disabilità.

Infine, la disciplina costituzionale all'articolo 117, comma 3, qualifica la valorizzazione dei beni culturali come materia di competenza concorrente, con i principi fondamentali fissati dallo Stato e la disciplina di dettaglio affidata alle Regioni.[102]

---

[99] C.BARBATI, M. CAMMELLI, G. SCIULLO, *Diritto e gestione dei beni culturali*, *cit*., p. 55.
[100] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 132.
[101] T. ALIBRANDI, P.G. FERRI, *I beni culturali e ambientali*, *cit*., p. 4.
[102] F. GAFFURI*, Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, *cit*., p. 165.

In merito alla ripartizione delle competenze, la Corte costituzionale, con sentenza n. 194/2013, ha chiarito che: *"se tutela e valorizzazione esprimono [...] aree di intervento diversificate, è necessario che restino inequivocabilmente attribuiti allo Stato, ai fini della tutela, la disciplina e l'esercizio unitario delle funzioni destinate alla individuazione dei beni costituenti il patrimonio culturale nonché alla loro protezione e conservazione e, invece, anche alle Regioni, ai fini della valorizzazione, la disciplina e l'esercizio delle funzioni dirette alla migliore conoscenza e utilizzazione e fruizione di quel patrimonio e, perciò - secondo i principi di cui agli artt. 111 e seguenti del Codice -, la costituzione e l'organizzazione stabile di risorse o la messa a disposizione di competenze".*

1.3.5.1 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà pubblica

Sia i soggetti pubblici sia i soggetti privati concorrono all'attività di valorizzazione del patrimonio culturale, in conformità a quanto previsto dall'articolo 111, comma 2, del Codice dei beni culturali e del paesaggio, che prevede che tale attività possa essere promossa sia su iniziativa pubblica sia su iniziativa privata.

La valorizzazione pubblica si fonda su alcuni principi fondamentali, tra cui la libertà di partecipazione, la continuità nell'esercizio delle attività, la parità di trattamento tra i soggetti coinvolti, l'economicità nella gestione delle risorse e la trasparenza dei processi amministrativi.[103]

Ai sensi dell'articolo 112 del Codice, i soggetti istituzionalmente competenti per la valorizzazione dei beni culturali di proprietà pubblica sono lo Stato, le Regioni e gli altri enti pubblici territoriali. Questi soggetti devono promuovere la valorizzazione dei beni presenti negli istituti e nei luoghi indicati dall'articolo 101 del Codice.

Per quanto riguarda la ripartizione delle competenze normative, la valorizzazione dei beni presenti negli istituti e nei luoghi della cultura di proprietà dello Stato è riservata alla disciplina legislativa statale, mentre la valorizzazione dei beni situati in istituti e luoghi della cultura non statali, o la cui disponibilità sia stata trasferita ad altri soggetti, rientra nella competenza normativa delle Regioni.

---

[103] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, *cit.,* p. 134.

Per i beni pubblici al di fuori degli istituti e dei luoghi di cui all'articolo 101, la valorizzazione deve essere assicurata in coerenza con gli scopi istituzionali a cui tali beni sono destinati.

Il comma 4 dell'articolo 112 prevede che Stato, Regioni e altri enti pubblici territoriali possano stipulare accordi finalizzati a definire strategie comuni di valorizzazione, elaborare piani strategici di sviluppo culturale e promuovere programmi operativi. Tali accordi possono avere carattere regionale o sub-regionale e mirano all'integrazione delle infrastrutture e dei settori produttivi collegati. Qualora gli accordi riguardino beni culturali di proprietà privata, è necessario il previo consenso dei proprietari. Gli accordi sono stipulati dallo Stato tramite il Ministero, che può agire direttamente o d'intesa con altre amministrazioni statali eventualmente competenti.

Ai sensi del comma 6, in assenza di accordi generali, ciascun soggetto pubblico resta comunque tenuto a garantire la valorizzazione dei beni di cui dispone, potendo istituire soggetti giuridici ad hoc per l'elaborazione e l'attuazione dei piani strategici.

Infine, anche in assenza di piani strategici o accordi generali, il Codice consente la stipula di accordi specifici tra Stato, Regioni e altri enti pubblici per regolamentare servizi strumentali comuni destinati alla fruizione e valorizzazione dei beni culturali. [104]

1.3.5.2 La valorizzazione dei beni culturali di proprietà privata

L'attività di valorizzazione del patrimonio culturale non costituisce una prerogativa esclusiva dei soggetti pubblici, ma coinvolge in misura significativa anche i soggetti privati.

L'articolo 6, comma 3, del Codice ne riconosce l'importanza, prevedendo che *"la Repubblica favorisce e sostiene la partecipazione dei privati singoli o associati, alla valorizzazione del patrimonio culturale"*.

La dottrina è divisa sull'interpretazione di tale disposizione. Secondo un primo orientamento, il termine "partecipazione" va inteso in senso ampio, comprendendo sia le attività spontanee promosse dai privati, sia quelle svolte nell'ambito del sistema nazionale di valorizzazione. In questa prospettiva, la norma rifletterebbe l'applicazione del

[104] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*., p. 167.

principio di sussidiarietà orizzontale, incoraggiando i privati a concorrere attivamente alla valorizzazione del patrimonio culturale.[105]

Un diverso orientamento ritiene invece che la norma indichi una semplice forma di cooperazione dei privati nell'ambito delle attività di valorizzazione, senza attribuire loro un ruolo autonomo o strutturale.[106]

Una precisazione sull'attività di valorizzazione promossa dai privati è fornita dall'articolo 113 del Codice. La norma stabilisce che le attività e le strutture di valorizzazione, promosse su iniziativa privata e riguardanti beni culturali di proprietà privata, possono beneficiare di sostegno pubblico da parte degli enti pubblici territoriali.

Tale sostegno è subordinato all'adozione di misure che tengano conto della rilevanza culturale dei beni oggetto di valorizzazione. Le modalità di valorizzazione devono essere definite mediante accordi con il proprietario, possessore o detentore del bene, in sede di adozione delle misure di sostegno. Le Regioni e gli enti locali possono partecipare a tali accordi, contribuendo al processo di valorizzazione in relazione a:

a) Cose immobili e mobili che presentano un interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico particolarmente importante;

b) Cose immobili e mobili, di qualunque proprietà, che rivestono un interesse particolarmente importante in relazione alla storia politica, militare, letteraria, artistica, scientifica, tecnica, industriale o culturale, o come testimonianze dell'identità e della storia delle istituzioni pubbliche, collettive o religiose;

c) Collezioni private per le quali sia intervenuta la dichiarazione di interesse culturale ai sensi dell'articolo 13 del Codice. [107]

In questo modo, il Codice riconosce e favorisce un ruolo attivo dei privati nella valorizzazione del patrimonio culturale, integrandolo con le politiche pubbliche e con i programmi istituzionali di tutela e fruizione.

---

[105] P. CARPENTIERI, *Commento all'art. 6, Il Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n.42, coordinato da R. Tamiozzo, Milano, 2005, p. 17.
[106] A. MORRONE*, op. cit.,* p. 133.
[107] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*., p. 168.

1.3.5.3 La gestione delle attività di valorizzazione dei beni culturali: gestione diretta ed indiretta

Con l'espressione "forme di gestione" si intende l'insieme delle misure organizzative, procedimentali e finanziarie mediante le quali soggetti pubblici e privati contribuiscono alla valorizzazione dei beni culturali. [108]

Le attività di valorizzazione dei beni culturali di proprietà pubblica sono disciplinate dall'articolo 115 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, che prevede due modalità principali di gestione: diretta e indiretta.

La gestione diretta dei beni culturali è esercitata attraverso strutture organizzative interne alle amministrazioni, le quali devono essere dotate di un'adeguata autonomia scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile, nonché di personale tecnico qualificato.

Le amministrazioni possono, inoltre, gestire i beni in forma consortile pubblica, consentendo un coordinamento tra più enti e ottimizzando le risorse disponibili.[109]

La gestione indiretta, disciplinata dal comma terzo dell'articolo 115, si realizza mediante la concessione a terzi o l'affidamento di appalti pubblici di servizi, anche in forma congiunta e integrata, da parte dei soggetti titolari dei beni. Tali procedure devono essere effettuate attraverso gare ad evidenza pubblica, basate su un'analisi comparativa dei progetti di valorizzazione presentati.

Si tratta di forme di esternalizzazione (*outsourcing*), nelle quali l'amministrazione affida a soggetti esterni l'attuazione delle attività di valorizzazione, utilizzando le risorse e le strutture del concessionario, pur mantenendo la supervisione sugli obiettivi e sull'efficacia gestionale.[110] L'adozione della gestione indiretta da parte dello Stato, delle Regioni e degli altri enti pubblici territoriali ha l'obiettivo di potenziare le attività di valorizzazione, permettendo un impiego più efficiente delle risorse e una maggiore qualità dei servizi offerti.

La scelta tra la forma diretta e quella indiretta viene effettuata sulla base di una valutazione comparativa fondata su criteri di sostenibilità economico-finanziaria, efficacia gestionale e coerenza con obiettivi previamente definiti. In ogni caso, la gestione indiretta deve rispettare i livelli minimi di qualità delle attività di valorizzazione, definiti

---

[108] C. BARBATI, M. CAMMELLI, G. SCIULLO, *Diritto e gestione dei beni culturali*, *cit.,* p. 199.
[109] A seguito delle modifiche apportate dal d.lgs. 156/2006
[110] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 177.

dal Ministero, dalle Regioni e dagli altri enti pubblici territoriali, anche con il contributo delle università.[111]

Le amministrazioni mantengono la possibilità di progettare direttamente i servizi e i relativi contenuti, anche di dettaglio, pur continuando a far gravare sul concessionario il rischio operativo e l'equilibrio economico-finanziario della gestione.

Il comma quinto dell'articolo 115 disciplina la concessione a terzi quale strumento specifico per la gestione indiretta. Le amministrazioni titolari dei beni e i soggetti giuridici costituiti ai sensi dell'articolo 112 del Codice assumono il ruolo di soggetti concedenti e regolano i rapporti con i concessionari attraverso un contratto di servizio. Tale contratto definisce i contenuti del progetto di gestione, le attività da assicurare, i servizi da erogare e le professionalità richieste, precisando altresì i servizi essenziali necessari per garantire un'adeguata fruizione del bene da parte del pubblico. L'articolo disciplina, inoltre, le conseguenze derivanti dall'inadempimento del concessionario, prevedendo la risoluzione del rapporto concessorio e la cessazione senza indennizzo degli effetti del conferimento in uso, unitamente alle ulteriori conseguenze stabilite contrattualmente.[112]

Il comma ottavo consente, infine, ai concessionari di operare in forma congiunta o integrata, stipulando accordi per affidare a terzi l'attività di valorizzazione o una pluralità di attività di valorizzazione.[113]

Le attività di valorizzazione comprendono anche la gestione dei cosiddetti *servizi aggiuntivi* [114]*,* disciplinati dall'articolo 117 del Codice. Con tale espressione si intendono quei servizi pubblici che possono essere svolti negli istituti e nei luoghi della cultura con l'obiettivo di assicurare una migliore fruizione dei beni. [115] Rientrano in questa categoria servizi di informazione e guida, assistenza didattica, fornitura di sussidi catalografici, audiovisivi e informatici, la gestione dei punti vendita e dei centri di incontro e ristoro, nonché delle raccolte discografiche, delle biblioteche museali e delle diapoteche. Vi rientrano anche l'organizzazione di mostre e altre iniziative promozionali, oltre a tutte le attività strumentali necessarie, quali pulizia, vigilanza e gestione dei biglietti di

---

[111] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit.,* p. 169.
[112] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 177-178.
[113] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 138.
[114] Tale nozione è stata introdotta nell'ordinamento dal decreto-legge 14 novembre 1992, n. 433, convertito in legge 14 gennaio 1993, n. 4 (c.d. legge Ronchey)
[115] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*., p. 169.

ingresso.[116] La gestione dei servizi aggiuntivi rappresenta un'espressione delle attività di valorizzazione e può essere realizzata sia in forma diretta che indiretta, secondo quanto previsto dall'articolo 115 del Codice.

1.3.6 La fruizione

La fruizione può essere definita come la "ragione ultima della tutela" [117], poiché l'attività di tutela è preordinata all'individuazione, alla protezione e alla conservazione dei beni culturali affinché possano essere effettivamente goduti dalla collettività.

Essa persegue un duplice obiettivo: da un lato, garantire l'accesso al valore culturale dei beni; dall'altro, promuovere tutte le attività funzionali al raggiungimento di tale scopo.[118]

Come sottolineato nella relazione illustrativa del Codice dei beni culturali e del paesaggio, la fruizione costituisce il presupposto della valorizzazione. In particolare, si afferma che: *"la funzione di valorizzazione così come definita dall'art.6, comma 1, presuppone un prius, consistente nell'ordinaria attività di fruizione del patrimonio culturale. La fruizione precede la valorizzazione in quanto inscindibilmente connessa alla tutela della quale rappresenta lo sbocco necessario: si individua, si protegge e si conserva il bene culturale affinché possa essere offerto alla conoscenza e al godimento collettivo."* [119]

L'articolo 6 del Codice conferma che la fruizione del patrimonio culturale pubblico costituisce uno degli obbiettivi principali della valorizzazione. [120]

La disciplina della fruizione, contenuta nel Titolo II del Codice, individua nell'articolo 101 gli istituti e i luoghi della cultura come ambiti fondamentali per la fruizione pubblica. In tale categoria rientrano musei, biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici e complessi monumentali. Tali strutture, ospitando numerosi beni culturali, costituiscono spazi essenziali per la conoscenza e l'accesso collettivo al patrimonio.[121]

Secondo la definizione codicistica, il museo è una struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali a fini di educazione e studio; la biblioteca è una struttura permanente che raccoglie, cataloga e conserva un insieme organizzato di libri, materiali e informazioni, indipendentemente dal supporto,

---

[116] G. PIPERATA, *Natura e funzione dei servizi aggiuntivi nei luoghi di cultura*, in Aedon, 2010, I, p. 1.
[117] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 139.
[118] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit*., p. 139.
[119] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 170.
[120] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*. p. 158.
[121] S. AMOROSINO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio, cit*., p.183

assicurandone la consultazione al fine di promuovere lettura e studio; l'archivio è una struttura permanente che raccoglie, inventaria e conserva documenti originali di interesse storico, garantendone la consultazione per finalità di ricerca e studio; l'area archeologica è un sito caratterizzato dalla presenza di resti fossili, manufatti o strutture preistoriche o di età antica; il parco archeologico è un ambito territoriale che, oltre a contenere evidenze archeologiche significative, si configura come museo all'aperto integrando valori storici, paesaggistici e ambientali; infine, il complesso monumentale è costituito da un insieme di edifici, spesso realizzati in epoche diverse, che nel tempo hanno acquisito un'autonoma rilevanza artistica, storica o etnoantropologica.

L'articolo 101 distingue inoltre tra beni culturali di proprietà pubblica e privata. Gli istituti e i luoghi della cultura pubblici sono destinati alla fruizione collettiva e svolgono una funzione di servizio pubblico, mentre quelli privati, se aperti al pubblico, svolgono un servizio di natura privata ma di rilevanza sociale. In altre parole, gli istituti pubblici assicurano la pubblica fruizione e l'adempimento di un servizio pubblico, mentre quelli privati garantiscono un servizio di utilità sociale quando mettono a disposizione del pubblico i beni culturali di cui sono titolari.[122]

1.3.6.1 La fruizione dei beni culturali di appartenenza pubblica

L'articolo 102 del Codice dei beni culturali individua come soggetti competenti ad assicurare la fruizione dei beni presenti negli istituti e nei luoghi della cultura lo Stato, le Regioni, gli altri enti pubblici territoriali e ogni altro ente o istituto pubblico.

La disciplina relativa alla fruizione dei beni presenti negli istituti e nei luoghi della cultura non appartenenti allo Stato, ovvero trasferiti, rientra invece nella competenza esclusiva delle Regioni. Per quanto riguarda i beni culturali pubblici che non rientrano nel novero di quelli individuati dall'articolo 101, la fruizione deve comunque essere garantita compatibilmente con le finalità istituzionali cui tali beni sono destinati.[123]

Al fine di coordinare, armonizzare e integrare le attività di fruizione degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica statale, il Codice prevede che il Ministero, le Regioni e gli altri enti pubblici definiscano appositi accordi, secondo quanto previsto dall'articolo 112. In assenza di tali accordi, i soggetti pubblici sono comunque tenuti a

[122] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 172.
[123] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, cit., p. 160.

garantire autonomamente la fruizione dei beni di cui hanno la disponibilità. Il comma 5 dell'articolo 102 stabilisce, inoltre, che mediante tali accordi il Ministero possa trasferire la disponibilità di istituti e luoghi della cultura alle Regioni e agli altri enti pubblici territoriali, al fine di assicurarne una fruizione e valorizzazione adeguata. Da ciò deriva che la potestà legislativa regionale è prevista esclusivamente in relazione ai beni non statali e a quelli la cui disponibilità sia stata trasferita dallo Stato ad un altro ente.[124]

Collegata alla fruizione è la disciplina dell'accesso agli istituti e ai luoghi della cultura, disciplinata dall'articolo 103 del Codice.[125]

L'accesso può essere realizzato in forma gratuita o a pagamento, mentre il Ministero, le Regioni e gli altri enti pubblici possono stipulare intese finalizzate a coordinarne le modalità. Ai sensi del comma 2, l'accesso alle biblioteche e agli archivi pubblici per finalità di lettura, studio e ricerca deve essere garantito gratuitamente.

Nei casi in cui l'accesso sia a pagamento, i soggetti competenti determinano i criteri relativi al libero accesso e all'ingresso gratuito, definiscono le categorie di biglietti e i criteri per la determinazione del relativo prezzo, includendo nel costo eventuali oneri derivanti dalla stipula di convenzioni con soggetti pubblici o privati. Vengono altresì disciplinate le modalità di emissione, distribuzione e vendita dei biglietti d'ingresso, anche mediante convenzioni con terzi convenzionati e l'impiego di tecnologie informatiche per la prevendita e la gestione dei pagamenti. Infine, è prevista l'eventuale assegnazione di una percentuale dei proventi dei biglietti all'Ente nazionale di assistenza e previdenza per pittori, scultori, musicisti, scrittori e autori drammatici.

1.3.6.2 La fruizione dei beni culturali di proprietà privata

Dopo aver analizzato la disciplina della fruizione dei beni culturali di appartenenza pubblica, che si configura come un servizio pubblico volto a garantire la piena accessibilità e fruibilità dei beni da parte della collettività, è opportuno soffermarsi sulla fruizione dei beni culturali di proprietà privata. [126] In questo caso, la fruizione non assume natura pubblica, ma si configura come un servizio privato di utilità sociale, la cui

[124] A. MORRONE, *op. cit.*, p. 172.
[125] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, cit., p. 160.
[126] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, cit., p. 140.

realizzazione deve contemperare l'interesse collettivo con quello del proprietario al godimento individuale del bene.[127]

A tal fine, l'articolo 104 del Codice dei beni culturali prevede la possibilità che determinati beni culturali privati siano soggetti a visite pubbliche per scopi culturali, qualora ricorrano specifici presupposti. Possono essere aperti al pubblico, in particolare, gli immobili indicati dall'articolo 10, comma 3, lettere a) e d), qualora rivestano un interesse eccezionale, e le collezioni private per le quali sia intervenuta una dichiarazione di interesse culturale ai sensi dell'articolo 13. Si tratta di immobili privati che presentano un interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico particolarmente rilevante, anche in relazione al loro legame con la storia politica, militare, letteraria, artistica, scientifica, tecnica, industriale o culturale della Nazione, ovvero come testimonianze dell'identità e della storia delle istituzioni pubbliche, collettive o religiose. Alle stesse categorie appartengono le collezioni private per le quali sia intervenuta la dichiarazione di interesse culturale secondo quanto previsto dall'articolo 13 del Codice dei beni culturali.[128]

Le modalità di visita devono essere concordate tra il proprietario e il soprintendente, che provvede a darne comunicazione al Comune e alla Città Metropolitana nel cui territorio i beni si trovano. Analogamente, l'articolo 38 del Codice stabilisce forme di fruizione pubblica per beni culturali privati che siano stati restaurati o sottoposti a interventi conservativi finanziati, anche parzialmente, dallo Stato, oppure per i quali siano stati concessi contributi in conto interessi. In tali casi, le modalità di accesso al pubblico sono definite mediante appositi accordi tra il Ministero e i proprietari, che devono essere stipulati contestualmente all'assunzione dell'onere o alla concessione del contributo.[129]

Infine, l'articolo 105 del Codice attribuisce al Ministero e alle Regioni il compito di vigilare, nell'ambito delle rispettive competenze, affinché siano rispettati i diritti di uso e godimento acquisiti dal pubblico sui beni culturali di proprietà privata soggetti alle disposizioni normative della Parte. Tale disposizione normativa trova applicazione esclusivamente nelle ipotesi in cui vi sia un effettivo godimento collettivo dei beni, al fine

[127] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, *cit.,* p. 140.
[128] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*. p. 161.
[129] M.A. CABIDDU, N. GRASSO, *op. cit.*, p. 144.

di garantire il bilanciamento tra il diritto del proprietario e l'interesse pubblico alla fruizione.[130]

[130] F. GAFFURI, *Diritto dei beni culturali*, *cit*., p. 161.

2 CAPITOLO 2: LA RIPRODUZIONE DEI BENI CULTURALI E I PROFILI DI TUTELA GIURIDICA

SOMMARIO: 2.1 La riproduzione dei beni culturali: problematiche e prospettive - 2.2 Il quadro normativo - 2.3 Tipologie di beni culturali e modalità di riproduzione - 2.3.1 Beni culturali protetti dal diritto d'autore: riproduzioni fedeli e creative - 2.3.2 Beni culturali protetti dal Codice dei beni culturali - 2.3.3 Beni culturali in pubblico dominio: riproduzioni fedeli e creative - 2.3.3.1 La direttiva UE 2019/790 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale - 2.4 Limiti e divieti per la riproduzione dei beni culturali - 2.5 Eccezioni al divieto di riproduzione - 2.6 Canoni e corrispettivi per l'uso e la riproduzione dei beni - 2.7 Rimedi in caso di violazione della normativa relativa alla riproduzione dei beni culturali - 2.8 Diritto all'immagine dei beni culturali - 2.9 Casi giurisprudenziali di rilievo nella tutela dei beni culturali e della proprietà intellettuale - 2.10 Il Teatro Massimo: la sentenza n. 4901/2017 del Tribunale di Palermo - 2.11 L'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci: l'ordinanza del 24/10/22 del Tribunale di Venezia - 2.11.1 Profili di diritto internazionale nel caso dell'Uomo Vitruviano: la pronuncia del Landgericht Stuttgart del 14 marzo 2024 - 2.12 Il caso del Duca d'Este: la sentenza n. 1792/2024 del Tribunale di Bologna - 2.13 I casi di riproduzione del David di Michelangelo - 2.13.1 Ordinanza del 25/10/2017 del Tribunale di Firenze - 2.13.2 Ordinanza 11/04/2022 del Tribunale di Firenze - 2.13.3 Sentenza n. 1207 del 20/04/2023 del Tribunale di Firenze - 2.13.4 Il paradosso degli Uffizi - 2.14 Tribunale di Napoli: il caso del Cristo Velato della Cappella di San Severo

2.1 La riproduzione dei beni culturali: problematiche e prospettive

Nell'attuale contesto, caratterizzato dalla centralità dell'informazione e dai processi di globalizzazione, le immagini dei beni culturali assumono un ruolo strategico nei sistemi di diffusione e promozione della cultura. Esse rappresentano uno strumento fondamentale per la valorizzazione del patrimonio culturale, in quanto permettono a un pubblico ampio ed eterogeneo di accedere alla conoscenza dei beni culturali nazionali, anche in assenza

di una fruizione diretta. In tal senso, l'immagine si configura come un elemento chiave all'interno del sistema di comunicazione culturale contemporaneo.[131]

In tale prospettiva, si rende necessario garantire una forma di accesso ai beni culturali che si concentri maggiormente sui contenuti che essi veicolano, piuttosto che limitatamente alla sola componente fisica.

Rendere accessibile un bene culturale significa consentire la piena espressione della sua natura, contribuendo in modo significativo alla diffusione della conoscenza e alla valorizzazione del patrimonio culturale. Tale finalità trova fondamento nel principio di valorizzazione, il cui scopo è quello di promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e garantire le migliori condizioni per la sua utilizzazione e fruizione pubblica. Affinché questa fruizione sia effettiva e soddisfi le esigenze del pubblico, è essenziale che la diffusione dei contenuti culturali mantenga un legame concreto con la materialità del bene.

L'immagine del bene culturale, grazie alla sua capacità di veicolare contenuti in modo fedele e accessibile, rappresenta un mezzo efficace per trasmettere la cultura di cui il bene è portatore. In questa prospettiva, la riproduzione del bene costituisce una forma di valorizzazione essenziale che consente a un ampio pubblico di conoscere e apprezzare il patrimonio culturale.[132]

Tuttavia, il Codice dei beni culturali introduce rilevanti limitazioni alla libera riproduzione dei beni, in particolare dagli articoli 107 e seguenti. Tale normativa regola l'attività di riproduzione in termini che ne limitano l'esercizio, configurandola come un beneficio destinato all'individuo o all'ente richiedente, pur mantenendo un vincolo implicito all'interesse pubblico.

Un orientamento dottrinale[133] ritiene che la legge consideri la riproduzione non come uno strumento volto alla diffusione e alla valorizzazione collettiva del patrimonio, ma come un'attività finalizzata a un beneficio individuale. Tale impostazione risulta in contrasto con la funzione culturale e sociale che la riproduzione potrebbe svolgere, limitando la

---

[131] G. SEVERINI, *L'immateriale economico nei beni culturali*, in Aedon, III, 2015, p. 1.
[132] A. TUMICELLI, *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, in Aedon, I, 2014, p.1.
[133] A. TUMICELLI, *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, *cit.* p. 1.

piena fruizione e la circolazione della conoscenza, che invece la riproduzione digitale o fotografica potrebbe notevolmente ampliare.[134]

Proprio per questo, è necessario soffermarsi in modo più approfondito sul concetto stesso di riproduzione.

La nozione di *"riproduzione"* può essere dedotta dall'articolo 13 della L. 22 aprile 1941, n. 633, che definisce l'attività riproduttiva come qualsiasi operazione finalizzata alla moltiplicazione dell'opera in copie, siano esse dirette o indirette, temporanee o permanenti, totali o parziali, indipendentemente dal mezzo o dalla forma utilizzata.[135]

In tale ambito rientrano, a titolo esemplificativo, la copiatura manuale, la stampa, la litografia, la grafia, l'incisione, la fotografia, la fonografia, la cinematografia e ogni altro procedimento idoneo a realizzare una copia dell'opera.

L'introduzione della digitalizzazione ha ulteriormente ampliato le possibilità riproduttive, consentendo di realizzare copie estremamente fedeli dell'originale. Tuttavia, una copia, pur derivando dall'originale, non sempre ne costituisce una riproduzione esatta. Questo fenomeno solleva diverse problematiche, in particolare per quanto concerne l'interpretazione e l'applicazione del concetto di riproduzione nell'ambito del diritto d'autore. Di conseguenza, si è assistito a un significativo ampliamento del campo di applicazione del concetto stesso, dando origine a numerosi dubbi giuridici e a riflessioni teoriche ancora in fase di sviluppo.[136]

2.2 Il quadro normativo

Nel settore dei beni culturali, la disciplina della riproduzione presenta un elevato grado di complessità, derivante dalla necessità di coordinare due distinti ambiti normativi.

Da un lato, opera la normativa di natura pubblicistica, rappresentata dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, finalizzata alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale; dall'altro, interviene la disciplina di carattere privatistico contenuta nella Legge sul diritto d'autore (L. n. 633/1941), volta alla protezione delle opere dell'ingegno e dei diritti ad esse connessi.

---

[134] A. TUMICELLI, *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, *cit.,* p. 2.

[135] A. TUMICELLI, *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, *cit.,* p. 3.

[136] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, in Arte e Diritto, I, 2024, p. 1.

Come rilevato dalla dottrina[137], il rapporto tra la disciplina privatistica in materia di diritto d'autore e quella pubblicistica relativa ai beni culturali non si configura in termini di alternativa esclusiva, bensì come una relazione di coesistenza normativa. Ciascun ambito regolatorio opera entro confini oggettivi e temporali propri, delineati in funzione delle diverse finalità di tutela perseguite entro un ambito oggettivo e temporale specificamente delineato.

Il diritto d'autore, in particolare, è finalizzato alla tutela delle opere dell'ingegno per un periodo di tempo determinato, perseguendo l'obiettivo di salvaguardare gli interessi morali e patrimoniali dell'autore, nonché di incentivare la creatività individuale. Diversamente, la disciplina dei beni culturali opera sulla base del riconoscimento del valore culturale del bene, prescindendo dalla titolarità originaria nonché dalla vigenza dei diritti patrimoniali d'autore. Essa persegue finalità di conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, inteso quale espressione dell'identità collettiva e bene di interesse pubblico.[138]

Il quadro fin qui delineato, caratterizzato dalla coesistenza della tutela autorale e della disciplina pubblicistica dei beni culturali, mette in luce un sistema strutturalmente articolato, nel quale l'individuazione del regime giuridico applicabile dipende dall'interazione tra più fattori normativi. Tale assetto, riconducibile alla logica del *"doppio binario"* [139], ha dato luogo, nel tempo, a differenti letture interpretative, con particolare riguardo ai limiti e alle modalità di utilizzazione delle opere.

In particolare, alla luce della disciplina di diritto positivo attualmente vigente, è possibile individuare diverse ipotesi rilevanti, rispetto alle quali la dottrina ha proposto differenti criteri di classificazione.

Un primo orientamento dottrinale, riconducibile in particolare a Resta[140], evidenzia come il regime giuridico dell'immagine dei beni culturali pubblici presenti caratteri sensibilmente diversi a seconda della tipologia di bene considerata. In tale prospettiva, si distinguono:

---

[137] F. LA ROCCA SENA, *Beni culturali: valore identitario e diritto all'immagine*, Artribune, 26 aprile 2025., p. 1.
[138] F. LA ROCCA SENA, *Beni culturali: valore identitario e diritto all'immagine*, *cit.,* p. 1.
[139] K. KURCANI, *L'immagine del bene culturale "fra i due mondi". La riproduzione dei beni culturali: la tutela del bene alla prova della liberalizzazione della sua immagine*, in Aedon, II, 2023, p. 3.
[140] G. RESTA, L'immagine dei beni, in *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, UTET Giuridica, Milano, 2011, pp. 582-583.

a) beni sui quali insistono veri e propri diritti di proprietà intellettuale, quali, ad esempio, il nuovo Auditorium di Renzo Piano o la struttura del Museo dell'Ara Pacis progettata da Richard Meier;
b) beni liberi da titoli di proprietà intellettuale, ma soggetti alla disciplina degli artt. 107-110 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, come il David di Donatello;
c) beni, inclusi quelli rientranti nella categoria sub b), esposti alla pubblica vista, quali il Colosseo, la Fontana dei Fiumi del Bernini o i templi di Paestum.
Un diverso orientamento dottrinale[141] ritiene, invece, più corretto adottare una classificazione fondata sul cumulo o meno delle forme di tutela applicabili. In tal senso, possono individuarsi tre principali ipotesi:
a) il caso in cui l'opera d'arte sia soggetta esclusivamente alla tutela del diritto d'autore;
b) il caso in cui l'opera sia sottoposta sia alla disciplina del diritto d'autore sia a quella del Codice dei beni culturali;
c) il caso in cui l'opera rientri nella categoria dei beni culturali ma sia collocata nel cosiddetto pubblico dominio, non essendo più soggetta alla tutela del diritto d'autore. Quest'ultima ipotesi risulta la più frequente e di maggiore interesse applicativo, poiché riguarda la maggior parte dei beni culturali presenti sul territorio nazionale, rispetto ai quali la disciplina della riproduzione e dell'utilizzo dell'immagine solleva le questioni interpretative più rilevanti.[142]
Alla luce della compresenza di differenti orientamenti giurisprudenziali in ordine al regime giuridico applicabile alle opere e ai relativi utilizzi, risulta, a mio parere, metodologicamente opportuno adottare una articolazione sistematica; idonea a ricondurre le diverse soluzioni interpretative emerse in giurisprudenza entro un quadro unitario e coerente, chiarendo i criteri di applicazione delle rispettive discipline.
Sulla base di tale impostazione, è possibile distinguere tre principiali ipotesi.
In primo luogo, si colloca il caso in cui l'opera sia tutelata esclusivamente dalla normativa sul diritto d'autore: in tale evenienza trovano applicazione le disposizioni della legge n. 633 del 1941, che disciplinano i diritti morali e patrimoniali dell'autore e dei suoi aventi causa.

---

[141] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit.* p.3.
[142] M. C. PANGALLOZZI, *La fruizione del patrimonio culturale nell'era digitale: quale evoluzione per il "museo immaginario"?* in Aedon, II, 2022, p. 3.

In secondo luogo, si configura l'ipotesi delle opere non protette da diritti di proprietà intellettuale, ma assoggettate alla disciplina del Codice dei beni culturali e del paesaggio (articoli 107-110). In questo contesto opera un regime di matrice pubblicistica, volto alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale, che impone l'obbligo di una preventiva autorizzazione da parte dell'amministrazione competente e, nei casi di utilizzo non personale, la corresponsione di un canone.[143]

Infine, si presenta la fattispecie delle opere cadute in pubblico dominio, ossia non più protette dal diritto d'autore. Tale condizione può derivare dalla scadenza dei termini di tutela previsti dalla legge, in particolare, decorso il termine di settant'anni dalla morte dell'autore, ai sensi dell'art. 25 della legge n. 633 del 1941, ovvero da una espressa rinuncia ai diritti patrimoniali da parte dei titolari, nei limiti consentiti dall'ordinamento. In questa ipotesi, il venir meno della tutela autoriale non esclude l'applicabilità della disciplina pubblicistica qualora l'opera presenti un interesse culturale tale da giustificarne l'assoggettamento alle disposizioni del Codice dei beni culturali.[144]

La terza ipotesi risulta particolarmente significativa, poiché riguarda una situazione ampiamente diffusa nel contesto italiano.

Numerosi beni culturali, soprattutto quelli conservati nelle collezioni museali, appartengono infatti a soggetti pubblici e rientrano nel pubblico dominio. Ciò nondimeno, la circostanza che tali opere non siano più protette dalla normativa autorale non comporta la loro libera utilizzabilità, poiché, in quanto beni culturali, esse restano assoggettate alla disciplina del Codice dei beni culturali e del paesaggio, che ne regola le modalità di riproduzione e di utilizzo.[145]

2.3 Tipologie di beni culturali e modalità di riproduzione

La distinzione tra le diverse tipologie di beni culturali assume rilevanza fondamentale ai fini dell'individuazione delle modalità di riproduzione legittime, delle autorizzazioni

[143] G. RESTA, *op. cit*., pp. 582-583.

[144] Occorre precisare che, in tal caso, la proprietà dell'opera può essere sia pubblica sia privata. Qualora l'opera appartenga a un soggetto privato, si applica la disciplina prevista per la tutela dei beni culturali di proprietà privata, ai sensi degli articoli 10 e 29 e seguenti del Codice dei beni culturali e del paesaggio.

[145] M. C. PANGALLOZZI, *La fruizione del patrimonio culturale nell'era digitale: quale evoluzione per il "museo immaginario"?* cit. p. 3.

eventualmente necessarie e dei diritti patrimoniali e morali coinvolti nell'utilizzo delle immagini dei beni culturali. [146]

2.3.1 Beni culturali protetti dal diritto d'autore: riproduzioni fedeli e creative

Il diritto d'autore declina la tutela del patrimonio culturale in maniera diversa rispetto al Codice dei beni culturali. Pur concorrendo indirettamente alla promozione della cultura, esso è primariamente orientato alla protezione dell'interesse individuale dell'autore, garantendogli il controllo e lo sfruttamento economico dell'opera, in quanto espressione della sua personalità creativa.[147]

Coerentemente con tale impostazione, l'ordinamento italiano accoglie una nozione ampia e inclusiva di opera dell'ingegno, individuando le categorie di opere astrattamente tutelabili agli artt. 2575 c.c. e 2 della legge sul diritto d'autore.[148]

L'elencazione contenuta in tali disposizioni non ha carattere tassativo, ma meramente esemplificativo: secondo un orientamento giurisprudenziale[149] ormai consolidato, essa consente di estendere la tutela autorale anche a creazioni non espressamente menzionate

---

[146] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit*. p. 3.

[147] BOSOTTI L., BOGNI M., BOSSHARD M., BUTICCHI A., CALABI G., CICCOLO S., GALLI C., MAGELLI S., MONTERO P, TAVASSI M., *Proprietà intellettuale e beni culturali*, Wolters Kluwer, 2018, p. 96, *Tavola rotonda: "Sfide e opportunità nella gestione e valorizzazione dei diritti IP sui beni culturali. Intersezioni tra diritto d'autore e beni culturali nelle istituzioni: una possibile convivenza?"*, interventi di G. CALABI E A. BUTICCHI.

[148] *"In particolare sono comprese nella protezione:1) le opere letterarie, drammatiche, scientifiche, didattiche, religiose, tanto se in forma scritta quanto se orale;2) le opere e le composizioni musicali, con o senza parole, le opere drammatico-musicali e le variazioni musicali costituenti di per sé opera originale;3) le opere coreografiche e pantomimiche, delle quali sia fissata la traccia per iscritto o altrimenti;4) le opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, compresa la scenografia1;5) i disegni e le opere dell'architettura; 6) le opere dell'arte cinematografica, muta o sonora, sempreché non si tratti di semplice documentazione protetta ai sensi delle norme del capo quinto del titolo secondo;7) le opere fotografiche e quelle espresse con procedimento analogo a quello della fotografia sempre che non si tratti di semplice fotografia protetta ai sensi delle norme del capo V del titolo II2;8) i programmi per elaboratore, in qualsiasi forma espressi purché originali quale risultato di creazione intellettuale dell'autore. Restano esclusi dalla tutela accordata dalla presente legge le idee e i principi che stanno alla base di qualsiasi elemento di un programma, compresi quelli alla base delle sue interfacce. Il termine programma comprende anche il materiale preparatorio per la progettazione del programma stesso3;9) Le banche di dati di cui al secondo comma dell'articolo 1, intese come raccolte di opere, dati o altri elementi indipendenti sistematicamente o metodicamente disposti ed individualmente accessibili mediante mezzi elettronici o in altro modo. La tutela delle banche di dati non si estende al loro contenuto e lascia impregiudicati diritti esistenti su tale contenuto4; 10) Le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico"*

[149] Cass. civ., sez. I, 26 marzo 1984, n. 1988, in *DeJure*; Cass. civ., sez. I, 19 luglio 1990, n. 7397, in *DeJure.*

dal legislatore, purché dotate dei requisiti richiesti dalla normativa, primo fra tutti l'originalità.

In forza di questa apertura concettuale, il catalogo delle opere protette si è progressivamente ampliato nel tempo. Da un lato, il legislatore ha esteso la tutela autorale a creazioni riconducibili all'ambito tecnico e tecnologico, affiancando alle forme artistiche tradizionali quali le fotografie, i programmi per elaboratore e le banche dati. Dall'altro, un ruolo significativo è stato svolto dall'elaborazione giurisprudenziale, che ha riconosciuto tutela a un ampio novero di opere c.d. "atipiche" o "innominate", quali, a titolo esemplificativo, i personaggi dei cartoni animati, i format televisivi, le creazioni pubblicitarie e i siti web.[150]

All'interno di tale sistema l'ordinamento italiano riconosce all'autore due distinti nuclei di diritti.

In primo luogo, i diritti patrimoniali o di sfruttamento economico, disciplinati dagli artt. 12 e seguenti della legge 22 aprile 1941, n. 633, che consentono all'autore o ai suoi aventi causa di trarre benefici economici dall'opera. Tali diritti sono cedibili, licenziabili o rinunciabili e hanno durata limitata nel tempo, estendendosi dalla creazione dell'opera fino al 31 dicembre del settantesimo anno successivo alla morte dell'autore.

In secondo luogo, i diritti morali, previsti dagli artt. 20 e seguenti della legge sul diritto d'autore, che sottolineano il legame "spirituale" tra l'autore e la propria opera. Essi permangono in capo all'autore in via perpetua, non sono cedibili né rinunciabili e, alla morte dell'autore, possono essere fatti valere dai soggetti indicati nell'art. 23.

Il richiamo ai diritti morali evidenzia come il diritto d'autore tuteli principalmente un interesse personale dell'autore, pur perseguendo indirettamente finalità di promozione culturale, incentivando la creazione e la diffusione di opere dell'ingegno.

Tali tutele, tuttavia, possono trovare applicazione solo qualora sia soddisfatto il requisito del carattere creativo, o originalità, dell'opera.

Per richiamare un esempio ormai classico, un barattolo di zuppa *Campbell's*, finché rimane sullo scaffale di un supermercato, non veicola alcun significato espressivo e non può essere oggetto di tutela autorale. La forma dell'oggetto diventa invece forma espressiva nel momento in cui l'autore le attribuisce un significato e la rende veicolo di

[150] J. CIANI SCIOLLA, *Il pubblico dominio nella società della conoscenza*, Giappichelli Editore, Torino, 2021, p. 288.

una propria idea, come avviene nella celebre opera di Andy Warhol *Campbell's Soup Cans.*[151]

Il carattere creativo, infatti, non si misura sulla base di criteri di bellezza o di artisticità, inevitabilmente soggettivi e, per alcune categorie di opere, difficilmente accertabili. Esso consiste piuttosto in un atto creativo dell'autore, idoneo a personalizzare l'opera e a rendere riconoscibile il suo apporto intellettuale e personale.[152]

L'originalità non può dunque mai ridursi a una mera imitazione o a una riproduzione passiva della realtà, ma presuppone una mediazione intellettuale riconducibile alla personalità dell'autore. Tale mediazione può, peraltro, manifestarsi anche attraverso scelte espressive minime o persino nella rinuncia consapevole a qualsiasi artificio formale, purché l'opera risulti comunque espressione di una libera scelta creativa.[153]

Partendo da questa premessa, occorre distinguere le riproduzioni di un bene culturale che si limitano a una mera copia fedele da quelle che, invece, apportano elementi creativi e originali, configurandosi così come nuove opere dell'ingegno.

Per riproduzione fedele di un'opera ancora protetta da diritto d'autore, si intende una copia priva di carattere creativo. In questi casi è necessario ottenere l'autorizzazione preventiva del titolare dei diritti, che mantiene il controllo anche sulle eventuali copie successive, comprese quelle fotografiche. Tale autorizzazione è richiesta anche quando il bene è divenuto di proprietà o è custodito dal Ministero della Cultura, salvo condizioni diverse stabilite nell'atto di trasferimento (ad esempio in caso di compravendita, donazione, deposito o prestito).

La legge 22 aprile 1941, n. 633, all'art 70 prevede alcune eccezioni[154], che consentono la citazione, il riassunto o la riproduzione di brani o porzioni di opere, anche con

---

[151] J. CIANI SCIOLLA*, Il pubblico dominio nella società della conoscenza*, *cit.,* p. 295.

[152] Trib. Firenze, 24 dicembre 2018, in *DeJure*

[153] BERTANI M., *Diritto d'autore europeo,* Quaderni di AIDA, n. 21, Giappichelli, Torino, 2011, p. 125.

[154] *"1. Il riassunto, la citazione o la riproduzione di brani o di parti di opera e la loro comunicazione al pubblico sono liberi se effettuati per uso di critica o di discussione, nei limiti giustificati da tali fini e purché non costituiscano concorrenza all'utilizzazione economica dell'opera; se effettuati a fini di insegnamento o di ricerca scientifica l'utilizzo deve inoltre avvenire per finalità illustrative e per fini non commerciali. 1-bis. È consentita la libera pubblicazione attraverso la rete internet, a titolo gratuito, di immagini e musiche a bassa risoluzione o degradate, per uso didattico o scientifico e solo nel caso in cui tale utilizzo non sia a scopo di lucro. Con decreto del Ministro per i beni e le attività culturali, sentiti il Ministro della pubblica istruzione e il Ministro dell'università e della ricerca, previo parere delle Commissioni parlamentari competenti, sono definiti i limiti all'uso didattico o scientifico di cui al presente comma. 2. Nelle antologie ad uso scolastico la riproduzione non può superare la misura determinata dal regolamento, il quale fissa la modalità per la determinazione dell'equo compenso.3. Il riassunto, la citazione o la riproduzione*

comunicazione al pubblico, quando ciò avvenga per finalità di critica, discussione, insegnamento o ricerca scientifica, purché in contesti non commerciali e con funzione illustrativa.

Se la riproduzione dell'opera è destinata a scopi commerciali, è necessario ottenere non solo il consenso dell'autore, ma anche quello dell'ente pubblico proprietario del bene, conformemente alle disposizioni del Codice dei beni culturali.

Un'opera ancora protetta può comunque essere riprodotta da un istituto culturale se classificata come fuori commercio o quando la riproduzione sia necessaria per scopi di conservazione, secondo le deroghe previste dalla Legge sul diritto d'autore in attuazione della Direttiva UE 2019/790.

Quando invece si realizza una riproduzione creativa di un bene culturale ancora soggetto a tutela autoriale, vanno considerati tre diversi livelli di diritti, ciascuno da disciplinare attraverso accordi specifici: i diritti spettanti all'autore dell'opera originale, quelli relativi alla riproduzione, e le disposizioni previste del Codice dei beni culturali.[155]

2.3.2 Beni culturali protetti dal Codice dei beni culturali

A differenza del diritto d'autore, il Codice dei beni culturali persegue in via diretta la tutela dell'interesse pubblico alla conservazione e alla protezione del patrimonio culturale già formatosi.

Tale impostazione si riflette, ad esempio, nel criterio temporale dei "settanta anni" dalla morte dell'autore, che costituisce una soglia significativa per l'esercizio del potere dello Stato di sottoporre un bene a tutela culturale.[156]

Dal confronto tra i due sistemi emerge, dunque, una differenza strutturale: il diritto d'autore è prevalentemente orientato alla protezione di interessi individuali, con riguardo all'oggetto della tutela, alle finalità perseguite, alla durata dei diritti e alla legittimazione alla loro rivendicazione; il diritto dei beni culturali, invece, è finalizzato alla salvaguardia

---

debbono essere sempre accompagnati dalla menzione del titolo dell'opera, dei nomi dell'autore, dell'editore e, se si tratti di traduzione, del traduttore, qualora tali indicazioni figurino sull'opera riprodotta."

[155] MINISTERO DELLA CULTURA – Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale – Digital Library, *Linee guida per l'acquisizione, la circolazione e il riuso delle riproduzioni dei beni culturali in ambiente digitale.* Piano Nazionale di Digitalizzazione del Patrimonio Culturale 2022–2023, Roma, 2022, p. 11.

[156] BOSOTTI L., BOGNI M., BOSSHARD M., BUTICCHI A., CALABI G., CICCOLO S., GALLI C., MAGELLI S., MONTERO P., TAVASSI M., *op. cit.*, p. 96.

e alla valorizzazione dell'interesse pubblico, assicurando la conservazione e la fruizione collettiva del patrimonio culturale.

La disciplina della riproduzione dei beni culturali nell'ordinamento italiano è principalmente contenuta negli artt. 107 e 108 del d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio), ed è stata recentemente integrata dal decreto ministeriale 11 aprile 2023, n. 161, recante le *Linee guida per la determinazione degli importi minimi dei canoni e dei corrispettivi per la concessione d'uso dei beni in consegna agli istituti e luoghi della cultura statali*. Tale quadro normativo si colloca all'interno di una logica pubblicistica di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, distinta e autonoma rispetto alla disciplina privatistica del diritto d'autore.

L'art. 107 del Codice attribuisce al Ministero della Cultura, alle Regioni e agli altri enti pubblici territoriali la facoltà di autorizzare la riproduzione e l'uso strumentale e temporaneo dei beni culturali affidati alla loro custodia, ferma restando l'osservanza della normativa in materia di diritto d'autore. La disposizione pone, tuttavia, limiti stringenti a tutela dell'integrità materiale del bene, prevedendo il divieto generale di riproduzioni che comportino il contatto diretto con l'originale, quali i calchi di sculture e opere a rilievo, consentiti solo in via eccezionale e secondo modalità predeterminate. Tale impostazione evidenzia come l'autorizzazione alla riproduzione non costituisca un diritto soggettivo del richiedente, bensì una prerogativa discrezionale dell'amministrazione, funzionale alla salvaguardia del bene culturale nella sua dimensione materiale e simbolica.

Il successivo art. 108 disciplina i profili economici connessi alla riproduzione e all'uso dei beni culturali, stabilendo che i canoni e i corrispettivi siano determinati dall'autorità che ha in consegna il bene, tenendo conto di una pluralità di criteri, quali il carattere dell'attività svolta, le modalità tecniche della riproduzione, la durata e la destinazione dell'uso, nonché i benefici economici che ne derivano per il richiedente. La norma prevede, tuttavia, un regime di favore per le riproduzioni effettuate per uso personale, per motivi di studio o per finalità di valorizzazione prive di scopo di lucro, per le quali non è dovuto alcun canone, restando comunque fermo l'obbligo di rimborso delle spese sostenute dall'amministrazione. Inoltre, il legislatore ha individuato una serie di attività che devono considerarsi in ogni caso libere, purché svolte senza fini commerciali, come la riproduzione dei beni culturali senza contatto fisico con l'opera e la divulgazione di

immagini legittimamente acquisite, purché non ulteriormente riproducibili a scopo di lucro.

In tale contesto si inserisce il decreto ministeriale n. 161 del 2023, che, senza innovare radicalmente la disciplina codicistica, ne ha rafforzato l'impianto applicativo, introducendo criteri uniformi per la determinazione degli importi minimi dei canoni e dei corrispettivi dovuti per la riproduzione dei beni culturali e per la concessione in uso degli spazi degli istituti culturali statali. Il decreto, corredato da un allegato tecnico, stabilisce soglie economiche minime vincolanti, lasciando comunque agli enti la possibilità di prevedere importi superiori in relazione alle specificità del caso concreto. Soprattutto, esso ribadisce il principio secondo cui il rilascio dell'autorizzazione resta subordinato a una valutazione di compatibilità tra l'uso richiesto e il carattere storico-artistico del bene, attribuendo all'amministrazione un ampio margine di discrezionalità nel negare l'autorizzazione per utilizzi ritenuti non consoni o non opportuni.

Ne emerge un sistema nel quale, pur in presenza di un generale favor per la diffusione e la valorizzazione del patrimonio culturale, la riproduzione delle immagini dei beni culturali continua a essere assoggettata a un regime autorizzatorio e, in caso di sfruttamento economico, oneroso, fondato su prerogative pubblicistiche connesse alla proprietà e alla custodia del bene. Tale assetto si pone in una posizione di potenziale tensione rispetto alle più recenti istanze euro-unitarie di apertura e di libero riutilizzo delle riproduzioni di opere in pubblico dominio, ma trova la propria giustificazione nella finalità primaria del Codice dei beni culturali, che resta quella della tutela e del controllo pubblico del patrimonio culturale nazionale.

2.3.3 Beni culturali in pubblico dominio: riproduzioni fedeli e creative

Il regime giuridico delle opere in pubblico dominio può essere ricostruito muovendo dalle modalità attraverso le quali un'opera perde la protezione offerta dal diritto d'autore. Il pubblico dominio, infatti, non rappresenta una categoria omogenea, ma il risultato di differenti dinamiche normative che incidono sull'estensione temporale ed effettiva della tutela autorale.

Una prima fattispecie di rilievo è quella del pubblico dominio conseguente alla scadenza dei termini di protezione previsti dalla legge.[157] In tal caso, decorso il periodo di durata del diritto d'autore, l'opera diviene liberamente accessibile e riutilizzabile. L'individuazione del momento esatto in cui si verifica tale passaggio non è sempre agevole e risente delle specificità dei singoli ordinamenti, nonché delle modifiche legislative che, nel tempo, hanno inciso sulla durata dei diritti di proprietà intellettuale.[158] In questo senso, si registra una tendenza generalizzata all'estensione dei termini di tutela, con l'effetto di comprimere l'area del pubblico dominio.

Accanto a questa ipotesi, si colloca il pubblico dominio di origine volontaria, che si realizza quando l'autore rinuncia in modo definitivo ai diritti patrimoniali sulla propria opera, nei limiti consentiti dall'ordinamento. Tale rinuncia è normalmente accompagnata da una manifestazione espressa di volontà e dalla diffusione dell'opera, con l'obiettivo di consentirne il libero utilizzo da parte della collettività.

La terza ipotesi è rappresentata dal c.d. pubblico dominio imposto[159], ossia il caso in cui l'opera è sottratta alla protezione autorale fin dalla sua creazione e pubblicazione. Rientrano in tale categoria, anzitutto, i *"testi degli atti ufficiali dello Stato e delle amministrazioni pubbliche, sia italiane che straniere"*, vale a dire quegli atti emanati da un ente pubblico nell'esercizio delle proprie funzioni amministrative o giurisdizionali, quali, a titolo esemplificativo, leggi, regolamenti, delibere, verbali, sentenze e ordinanze. In relazione a tali opere, l'art. 5 della legge sul diritto d'autore stabilisce espressamente che *"le disposizioni di questa legge non si applicano"*. Un'ulteriore ipotesi di pubblico dominio imposto riguarda le *"fotografie di scritti, documenti, carte di affari, oggetti materiali, disegni tecnici e prodotti simili",* le quali non esprimono né un apporto creativo in senso proprio né una funzione di documentazione dotata di autonoma rilevanza autoriale. L'art. 87 della legge sul diritto d'autore precisa, infatti, che tali fotografie non sono soggette ad alcuna forma di protezione, né a titolo di diritto d'autore né di diritti connessi.[160]

---

[157] Si fa riferimento al decorso del termine di settant'anni dalla morte dell'autore, ai sensi dell'art. 25 della legge n. 633 del 1941.

[158] G. MARROSU, *Il diritto dello Stato sulle immagini dei beni culturali*, Trento Law and Technology Research Group, Student Paper n. 98, Trento, 2018, p. 85.

[159] *Public domain by law.*

[160] J. CIANI SCIOLLA, Il pubblico dominio nella società della conoscenza, *cit*., p. 288.

Nel settore dei beni culturali, la prima delle ipotesi considerate assume un ruolo centrale, in quanto la maggior parte delle opere di rilevanza storico-artistica presenti sul territorio nazionale si trova in pubblico dominio per effetto della scadenza dei termini di protezione. È proprio con riferimento a tali beni che si concentrano le principali questioni interpretative in materia di riproduzione e utilizzazione delle immagini, poiché, pur essendo venuta meno la tutela autorale, continua a operare la disciplina pubblicistica dettata dal Codice dei beni culturali e del paesaggio.

Ai sensi dell'art. 13 della Legge sul diritto d'autore (L.22 aprile 1941, n. 633), *"il diritto esclusivo di riprodurre ha per oggetto la moltiplicazione in copie, diretta o indiretta, temporanea o permanente, in tutto o in parte dell'opera, in qualunque modo o forma, come la copiatura a mano, la stampa, la litografia, l'incisione, la fotografia, la fonografia, la cinematografia ed ogni altro procedimento di riproduzione"*.

La disposizione individua, dunque, in termini ampi il contenuto del diritto esclusivo di riproduzione, ricomprendendovi qualsiasi modalità tecnica idonea a fissare e moltiplicare l'opera.

Muovendo da tale premessa, occorre distinguere le ipotesi in cui la riproduzione di un bene culturale in pubblico dominio si risolva in una mera riproduzione fedele da quelle in cui essa presenti un apporto creativo e originale idoneo a configurare una nuova opera dell'ingegno.

Nel caso delle riproduzioni creative dei beni culturali, la riproduzione si configura come un'opera dell'ingegno autonoma, idonea a beneficiare della tutela accordata dal diritto d'autore. Le riproduzioni creative dei beni culturali in pubblico dominio si caratterizzano, infatti, per l'introduzione di elementi espressivi personali, quali scelte compositive, interpretative o stilistiche, che conferiscono all'opera una propria individualità artistica.

In tali casi, trovano applicazione congiuntamente due distinti regimi giuridici.

Da un lato, opera la disciplina del diritto d'autore, che tutela i profili privatistici connessi alla nuova opera creativa e attribuisce all'autore il diritto esclusivo di sfruttamento economico della stessa, ivi compreso il diritto di vietarne la riproduzione ai sensi dell'art. 13 della legge sul diritto d'autore. Una conferma della compatibilità di tale ricostruzione con il sistema vigente si rinviene nella disciplina delle edizioni critiche e scientifiche, già note all'ordinamento. Anche in tali ipotesi, infatti, l'opera originaria, spesso caduta in pubblico dominio, viene arricchita da un apporto intellettuale autonomo, che il legislatore

reputa meritevole di tutela, riconoscendo al curatore un diritto esclusivo di sfruttamento economico, seppur temporalmente limitato, ai sensi degli artt. 85 ss. Della legge sul diritto d'autore. Tale disciplina dimostra come l'ordinamento sia già orientato a tutelare forme di creatività che si innestano su materiali preesistenti, purché frutto di un'attività intellettuale originale.

Dall'altro lato, resta ferma l'applicazione della normativa del Codice dei beni culturali e del paesaggio, che disciplina gli aspetti pubblicistici connessi all'utilizzo dell'immagine del bene culturale sottostante.

In tale contesto, qualora fotografi o artisti intendano esercitare i propri diritti di sfruttamento economico su opere creative che ritraggono beni culturali, si rende necessario che, in via preliminare, vengano stipulati specifici accordi con l'ente o l'istituto culturale cui è affidata la custodia del bene. Tali accordi sono finalizzati a disciplinare in modo trasparente le modalità di utilizzo dell'opera creativa, nonché l'eventuale corresponsione di compensi, in conformità a quanto previsto dal Codice dei beni culturali in relazione alle ipotesi di riutilizzo commerciale delle riproduzioni.

Ne consegue che la tutela autorale riconosciuta alla riproduzione creativa non esclude l'operatività delle disposizioni del Codice dei beni culturali. Pertanto, anche nel caso in cui le immagini vengano sfruttate a fini economici dall'autore della riproduzione o da soggetti terzi, continuano a trovare applicazione le regole relative alle autorizzazioni amministrative e ai corrispettivi eventualmente dovuti, secondo quanto stabilito dalla normativa sui beni culturali.

Invece, con riferimento alle riproduzioni fedeli di beni culturali non più protetti dal diritto d'autore, deve rilevarsi come esse, di regola, non presentino il requisito minimo di creatività necessario per accedere alla tutela autorale.

Tali riproduzioni si limitano a restituire l'immagine dell'opera senza introdurre elementi espressivi personali, pur potendo richiedere competenze tecniche specifiche, costituendo, peraltro, la forma più diffusa di riproduzione posta in essere dagli istituti pubblici preposti alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale.

In questa categoria rientrano le cosiddette *"semplici fotografie",* come definite dall'art. 87 della legge sul diritto d'autore[161], ossia immagini che ritraggono persone, oggetti o fatti della realtà, comprese le riproduzioni fotografiche di opere d'arte e i fotogrammi di opere cinematografiche.

Proprio con riferimento a tali ipotesi, l'art. 32-*quater* della legge n. 633 del 1941[162] chiarisce che le riproduzioni fedeli di opere per le quali siano scaduti i termini di protezione del diritto d'autore non possono essere, a loro volta, oggetto di tutela autoriale, salvo che presentino elementi di originalità tali da configurarle come opere autonome. [163]

Ne consegue che tali immagini, pur non potendo essere qualificate come opere dell'ingegno, possono beneficiare di una tutela limitata attraverso i diritti connessi, i quali riconoscono al fotografo o, in determinate ipotesi, al committente o al datore di lavoro il diritto esclusivo di riproduzione e diffusione per un periodo pari a settanta anni dalla realizzazione.

Alla luce di tale quadro normativo, la prassi, ancora diffusa presso numerosi istituti culturali, di pubblicare online le riproduzioni di beni culturali in pubblico dominio accompagnandole dalla dicitura *"© Copyright – tutti i diritti riservati"* non appare più giuridicamente sostenibile, non trovando fondamento né nella disciplina del Codice dei beni culturali e del paesaggio né nella normativa sul diritto d'autore.[164]

Il principio secondo cui le riproduzioni fedeli di opere in pubblico dominio non sono assoggettate a nuova tutela autoriale è oggi espressamente sancito anche a livello eurounitario, in particolare dalla direttiva (UE) 2019/790[165] sul diritto d'autore nel mercato unico digitale, recepita nell'ordinamento italiano con il d.lgs. n. 177 del 2021.

---

[161] *"Sono considerate fotografie ai fini dell'applicazione delle disposizioni di questo capo le immagini di persone o di aspetti, elementi o fatti della vita naturale e sociale, ottenute col processo fotografico o con processo analogo, comprese le riproduzioni di opere dell'arte figurativa e i fotogrammi delle pellicole cinematografiche. Non sono comprese le fotografie di scritti, documenti, carte di affari, oggetti materiali, disegni tecnici e prodotti simili."*

[162] *"Alla scadenza della durata di protezione di un'opera delle arti visive, anche come individuate all'articolo 2, il materiale derivante da un atto di riproduzione di tale opera non è soggetto al diritto d'autore o a diritti connessi, salvo che costituisca un'opera originale. Restano ferme le disposizioni in materia di riproduzione dei beni culturali di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42."*

[163] MINISTERO DELLA CULTURA – Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale – Digital Library, *Linee guida per l'acquisizione, la circolazione e il riuso delle riproduzioni dei beni culturali in ambiente digitale, cit.*, p. 11.

[164] MINISTERO DELLA CULTURA – Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale – Digital Library, *Linee guida per l'acquisizione, la circolazione e il riuso delle riproduzioni dei beni culturali in ambiente digitale, cit.*, p. 11.

[165] Per maggiori approfondimenti si rimanda al paragrafo successivo (2.3.3.1).

Tale principio trova conferma anche in un'ottica comparatistica, come dimostra l'esperienza dell'ordinamento statunitense.

Un esempio di particolare rilievo è offerto dalla controversia statunitense *Bridgeman Art Library v. Corel Corp.* del 1999. In tale occasione, la United States District Court for the Southern District of New York ha affermato che le riproduzioni fotografiche perfettamente fedeli di opere d'arte appartenenti al pubblico dominio non possono essere oggetto di tutela autoriale, in quanto prive del requisito dell'originalità.[166] Il giudice ha chiarito che, sebbene la realizzazione di tali riproduzioni possa richiedere competenze tecniche, esperienza professionale e un notevole impiego di risorse, tali elementi non sono sufficienti, di per sé, a fondare la protezione del copyright.

Ai fini della tutelabilità di un'opera ai sensi del diritto statunitense, il criterio determinante resta, infatti, l'apporto creativo originale, che nelle fotografie meramente riproduttive deve ritenersi assente.

Nonostante il quadro normativo delinei in modo sempre più chiaro il regime del pubblico dominio, nella prassi permangono numerosi fattori che ne ostacolano la piena effettività.[167]

Tali freni possono avere natura normativa o mista e possono provenire tanto dalle istituzioni pubbliche quanto da soggetti privati e istituti culturali coinvolti nella gestione e valorizzazione del patrimonio.

Tra i principali ostacoli si collocano, da un lato, elementi di carattere normativo, quali la complessità burocratica, la persistenza dei diritti morali e l'interferenza di altri diritti di privativa[168], tra cui il marchio, il diritto sui generis sulle banche dati e la disciplina dei beni culturali, e, dall'altro, pratiche restrittive di natura non strettamente legislativa, come l'adozione di misure tecnologiche di protezione, l'imposizione di termini d'uso limitativi, la previsione di contenuti a pagamento o la diffusione di riproduzioni a qualità ridotta.[169]

---

[166] Bridgeman Art Library v. Corel Corp., 36 F. Supp. 2d 191 (S.D.N.Y. 1999), in *JUSTITIA U.S. Law.*

[167] J. CIANI SCIOLLA, *Il pubblico dominio nella società della conoscenza*, cit., pp. 395-408.

[168] La portata del pubblico dominio può risultare limitata dall'esistenza di diritti connessi al diritto d'autore, conferiti dalla legge a soggetti che non hanno un ruolo creativo in senso puro (appartenente agli "autori"), ma hanno comunque un ruolo fondamentale, nel processo creativo, poiché si occupano di "confezionare" l'opera dell'ingegno e di renderla fruibile da parte del pubblico. È il caso, ad esempio, dei diritti garantiti al produttore, interprete o esecutore di opere musicali o cinematografiche, che ben possono insistere su opere di per sé già in pubblico dominio

[169] G. MARROSU, *Il diritto dello Stato sulle immagini dei beni culturali*, *cit*., p. 86.

Un ulteriore profilo critico riguarda la stipulazione di accordi privatistici tra istituti culturali e soggetti terzi, spesso fondati su incertezze interpretative o su strategie volte ad attribuire alle riproduzioni un'apparente tutela giuridica, anche mediante interventi minimi di post-produzione.[170]

Emblematico, in tal senso, è il caso del *Museum of Fine Arts di Boston*, i cui termini di utilizzo qualificano le immagini delle opere come espressione delle *"visioni accademiche ed estetiche"* dell'istituzione e, pertanto, come opere protette dal diritto d'autore. Simili prassi evidenziano come, al di là delle affermazioni di principio, il pubblico dominio continui a essere oggetto di significative compressioni nella pratica applicativa, ponendo interrogativi rilevanti in ordine al bilanciamento tra tutela, valorizzazione e accesso libero al patrimonio culturale.[171]

2.3.3.1 La direttiva UE 2019/790 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale

La distinzione tra diritto d'autore e disciplina pubblicistica diventa particolarmente significativa con riferimento alle riproduzioni dei beni culturali in pubblico dominio, soprattutto nell'era digitale. L' art. 14 della direttiva (UE) 2019/790, interviene proprio su questo punto.[172]

La norma stabilisce espressamente che le riproduzioni fedeli di opere delle arti visive appartenenti al pubblico dominio non possono essere assoggettate né al diritto d'autore né ai diritti connessi. Tale disposizione segna un deciso rafforzamento della tutela del pubblico dominio, escludendo in modo netto la possibilità di attribuire una protezione giuridica anche solo indiretta a riproduzioni prive di apporto creativo.

La Direttiva (UE) 2019/790, nota come Direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale[173], si inserisce in un più ampio processo di armonizzazione della disciplina europea in materia di protezione delle opere dell'ingegno e degli altri materiali tutelati.

---

[170] A. WALLACE, E. EULERN, *Revisiting Access to Cultural Heritage in the Public Domain: EU and International Developments*, in IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law, 51, (2020), p. 846.

[171] G. MARROSU, *Il diritto dello Stato sulle immagini dei beni culturali, cit.*, p. 86.

[172] BOSOTTI L., BOGNI M., BOSSHARD M., BUTICCHI A., CALABI G., CICCOLO S., GALLI C., MAGELLI S., MONTERO P., TAVASSI M., *Proprietà intellettuale e beni culturali*, *cit.* p. 96.

[173] La Direttiva è ufficialmente nominata *Digital Single Market, ma prende* anche il nome non ufficiale di *Direttiva Copyright* in quanto vertente su una profonda rielaborazione con scopi di armonizzazione del diritto d'autore e degli altri diritti connessi a livello europeo.

L'obiettivo perseguito dal legislatore eurounitario è quello di adeguare il quadro normativo alle trasformazioni indotte dall'ambiente digitale e alla crescente circolazione transfrontaliera dei contenuti, introducendo significative innovazioni soprattutto in tema di eccezioni e limitazioni al diritto d'autore e ai diritti connessi.

L'ultimo intervento organico in materia di diritto d'autore a livello unitario risaliva all'articolo 5 della Direttiva 2001/29/CE, nota come Direttiva InfoSoc.[174]

Nell'ambito della direttiva (UE) 2019/790, una delle innovazioni di maggiore rilievo è rappresentata dall'articolo 14, rubricato *"Opere delle arti visive di dominio pubblico"*, che introduce un nuovo equilibrio tra la tutela del diritto d'autore, esigenze di accesso e valorizzazione del patrimonio culturale, prevedendo che *"Gli Stati membri provvedono a che, alla scadenza della durata di protezione di un'opera delle arti visive, il materiale derivante da un atto di riproduzione di tale opera non sia soggetto al diritto d'autore o a diritti connessi, a meno che il materiale risultante da tale atto di riproduzione sia originale nel senso che costituisce una creazione intellettuale propria dell'autore"*.

Tale disposizione stabilisce dunque che, una volta scaduta la durata della protezione autorale di un'opera delle arti visive, le riproduzioni fedeli della stessa non possa essere assoggettate né al diritto d'autore, né ai diritti connessi, salvo che esse presentino un livello di originalità sufficiente da costituire una creazione intellettuale autonoma. In altri termini, la mera riproduzione di un'opera in pubblico dominio deve poter essere liberamente utilizzata, senza che su di essa possano essere rivendicate nuove forme di tutela autorale.

La portata innovatrice dell'art. 14 risiede nella sua capacità di impedire che le opere cadute in pubblico dominio, vengano "ri-privatizzate" attraverso le loro riproduzioni digitali, garantendo così che il patrimonio culturale resti liberamente accessibile e fruibile anche nell'era digitale, al fine di favorire la massima diffusione transfrontaliera delle opre d'arte.

Le divergenze normative tra gli Stati membri in merito alla tutela di tali riproduzioni hanno, tuttavia generato nel tempo incertezze giuridiche e ostacoli alla diffusione transfrontaliera delle opere visive digitalizzate. Pertanto, la Direttiva si pone l'obiettivo di uniformare la disciplina, stabilendo che il materiale risultante dalla riproduzione di

---

[174] M. ARISI, *Riproduzioni di opere d'arte visive in pubblico dominio: l'articolo 14 della Direttiva (UE) 2019/790 e la trasposizione in Italia*, in *Aedon*, I, 2021, p. 3.

un'opera in pubblico dominio debba rimanere privo di protezione autoriale, salvo che non si tratti di una creazione originale.

Questa impostazione è richiamata anche dal Considerando 49 della Direttiva (UE) 2019/1024, ove si afferma che il pubblico dominio non può essere ristretto attraverso atti di riproduzione tecnica.[175]

Un esempio particolarmente significativo dell'innovazione introdotta dall'art. 14 si rinviene nel regime delle riproduzioni fotografiche digitali, in particolare di opere delle arti visive conservate presso musei pubblici. La normativa italiana tradizionalmente distingue, infatti, tra tre categorie fotografiche: le *opere fotografiche*, protette dal diritto d'autore, le *semplici fotografie*, coperte da diritti connessi, e le *fotografie documentali,* escluse da qualsiasi forma di tutela.

Le *opere fotografiche*, caratterizzate da un apporto creativo sufficiente, godono di una tutela piena ai sensi della legge sul diritto d'autore. Al fine di distinguere la fotografia artistica dalla semplice fotografia e, conseguentemente, di individuare il corretto regime di tutela, la giurisprudenza prevalente[176] richiede che nell'immagine sia rinvenibile un apporto personale e riconoscibile del fotografo. Tale apporto si manifesta nella capacità dell'autore di esprimere la propria individualità attraverso l'uso consapevole e creativo del mezzo fotografico, operando scelte autonome in ordine all'inquadratura, alla composizione, alla gestione della luce e agli altri elementi tecnici ed espressivi.

Non è sufficiente, dunque, la mera intuizione del soggetto da ritrarre: l'autore deve imprimere all'immagine un carattere artistico mediante la selezione e l'organizzazione degli elementi essenziali della fotografia, in modo tale da comunicare la propria visione personale. In questa prospettiva, assumono rilievo, ai fini della tutela autorale, tutti quei segni esteriormente percepibili della creatività del fotografo che si riflettono nelle modalità di realizzazione dell'immagine, quali, a titolo esemplificativo, la particolare ricerca cromatica, la scelta della prospettiva, il taglio dell'inquadratura, nonché la capacità di cogliere espressioni, atteggiamenti o momenti significativi del soggetto fotografato.

---

[175] G. SCIULLO, *"Pubblico dominio" e "Dominio pubblico" in tema di immagine dei beni culturali: note sul recepimento delle Direttive (UE) 2019/790 e 2019/1024*, in Aedon, I, 2021, p.1.

[176] Tribunale di Roma - sentenza 20 gennaio 2023, n. 966, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

Le *semplici fotografie*, ossia quelle prive di carattere creativo, consistono in una mera riproduzione della realtà o sono caratterizzate da una prestazione del fotografo di natura essenzialmente tecnica o collaborativa, priva di un apporto espressivo personale. In tale categoria rientrano anche le riproduzioni fotografiche di opere figurative.

Queste immagini non sono tutelate dal diritto d'autore in senso pieno, ma beneficiano di una protezione più debole, riconducibile ai diritti connessi, la cui durata è limitata a vent'anni dalla realizzazione della fotografia.

Le *fotografie documentali*, infine, in quanto prive di qualsiasi espressività creativa, restano escluse dall'ambito di applicazione della disciplina autorale.

L'art. 14 della Direttiva (UE) 2019/790 interviene in modo significativo su tale assetto, ridefinendone i confini. Secondo tale disposizione, soltanto le riproduzioni caratterizzate da originalità, ossia dotate di apporto creativo, possono beneficiare della tutela offerta dal diritto d'autore.

La disposizione incide, quindi, in modo significativo sul regime delle semplici fotografie prive di un apporto creativo o intellettuale sufficiente da parte dell'autore. A seguito dell'attuazione della direttiva, tali fotografie, se raffigurano opere delle arti visive ormai cadute in pubblico dominio, non possono più beneficiare di alcuna forma di protezione nell'ambito della proprietà intellettuale.[177] Ne consegue che un'immagine digitale realizzata a fini meramente informativi, documentali o conservativi è destinata a seguire il medesimo regime giuridico dell'opera originale non più tutelata.

È opportuno, infine, precisare che la disposizione in esame non incide sul diritto all'immagine dell'opera d'arte in sé, bensì sul diritto connesso alla riproduzione fotografica della stessa. Questo implica che non viene imposto al proprietario dell'opera, sia esso pubblico o privato, alcun obbligo di consentirne la riproduzione. La norma si limita, piuttosto, a stabilire che, qualora la riproduzione venga effettuata, essa non possa essere assoggettata a tutela autoriale o a diritti connessi, salvo che non presenti un apporto creativo tale da configurare un'opera originale.[178]

Nel contesto italiano, l'attuazione della Direttiva (UE) 2019/790, realizzata mediante il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 177, ha riguardato esclusivamente la disciplina

---

[177] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit*. p.4

[178] G. SCIULLO, *"Pubblico dominio" e "Dominio pubblico" in tema di immagine dei beni culturali: note sul recepimento delle Direttive (UE) 2019/790 e 2019/1024*, *cit*., p.1.

privatistica del diritto d'autore, senza modificare le norme di natura pubblicistica contenute nel Codice dei beni culturali.

In particolare, l'art. 1, comma 1, lett. b), del d.lgs. n. 177/2021 ha introdotto nella legge sul diritto d'autore (L. n. 633/1941) il nuovo art. 32-*quater*[179], il quale, pur escludendo la protezione autorale delle riproduzioni fedeli di opere in pubblico dominio, ribadisce espressamente l'applicazione delle disposizioni del d.lgs. n. 42/2004 in materia di riproduzione dei beni culturali.

A conferma della separazione tra i due ambiti normativi, si può richiamare anche l'art. 107 del d.lgs. 42/2004, che consente a Ministero, Regioni ed enti pubblici territoriali di autorizzare la riproduzione e l'uso temporaneo dei beni culturali da essi custoditi, fermo restando il rispetto della normativa sul diritto d'autore e sulle riproduzioni per contatto.

Da tale quadro si evince come, da un lato, la nuova disciplina del diritto d'autore impedisca la rivendicazione di diritti di sfruttamento economico sulla mera riproduzione di opere appartenenti al pubblico dominio; dall'altro, le norme pubblicistiche continuano a prevedere la possibilità di richiedere autorizzazioni e corrispettivi per l'utilizzo dell'immagine del bene culturale, sulla base di prerogative connesse alla proprietà pubblica e alla funzione di tutela del bene stesso. Questo duplice regime risponde a logiche differenti ma complementari: la disciplina civilistica mira a garantire la libertà di utilizzo del pubblico dominio, mentre quella pubblicistica persegue finalità di tutela, valorizzazione e controllo del bene culturale, nella sua dimensione materiale e simbolica.[180]

Si deve osservare, in conclusione, come l'attuazione della Direttiva (UE) 2019/790 presenti ancora profili problematici, soprattutto con riferimento al rapporto tra disciplina del diritto d'autore e regime pubblicistico dei beni culturali.

Se, infatti, la spinta alla digitalizzazione del patrimonio culturale è stata costantemente accompagnata, a livello euro-unitario, da una marcata attenzione alla promozione dell'*open access* e del libero riutilizzo dei dati, come dimostra la Direttiva Open Data[181], volta a garantire l'apertura e la riutilizzabilità delle informazioni del settore pubblico, con

---

[179] "*Alla scadenza della durata di protezione di un'opera delle arti visive, anche come individuate all'articolo 2, il materiale derivante da un atto di riproduzione di tale opera non è soggetto al diritto d'autore o a diritti connessi, salvo che costituisca un'opera originale. Restano ferme le disposizioni* in materia di riproduzione dei beni culturali di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42."

[180] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit*., p. 4.

[181] Direttiva (UE) 2019/1024.

specifico riguardo al patrimonio culturale, e in particolare alle immagini che lo ritraggono, permane tuttavia un rilevante problema in ordine alla possibilità di libero riuso delle riproduzioni.[182]

L'attuale impianto del Codice dei beni culturali e del paesaggio, infatti, non consente un riutilizzo generalizzato delle immagini dei beni culturali, se non nei casi espressamente previsti dagli artt. 107[183] e 108[184] del d.lgs. n. 42/2004. Tale assetto normativo costituisce uno dei principali fattori che rendono, allo stato, solo parzialmente attuato l'art. 14 della direttiva (UE) 2019/790, soprattutto se letto alla luce delle finalità esplicitate nel Considerando n. 53, volto a garantire la piena fruibilità e circolazione delle riproduzioni fedeli di opere appartenenti al pubblico dominio.

La formulazione attuale dell'art. 14 è, del resto, il risultato di un processo di rielaborazione che riflette in modo sempre più coerente le tendenze della Commissione europea verso un rafforzamento dell'accesso aperto e della diffusione transfrontaliera delle opere culturali digitalizzate. Tuttavia, la mancata armonizzazione con le discipline nazionali di natura pubblicistica, come quella contenuta nel Codice dei beni culturali, continua a incidere sull'effettività della norma, determinando una frizione strutturale tra gli obiettivi di apertura del pubblico dominio perseguiti dal legislatore europeo e le prerogative di controllo e valorizzazione riconosciute agli enti pubblici proprietari dei beni culturali.

2.4 Limiti e divieti per la riproduzione dei beni culturali

Il Codice dei beni culturali e del paesaggio enuncia con chiarezza il principio per cui i beni appartenenti al patrimonio culturale sono assoggettati a una tutela pubblica rafforzata e che ogni loro utilizzazione, soprattutto quando finalizzata allo sfruttamento economico, è subordinata al preventivo rilascio di un'apposita autorizzazione da parte dell'autorità pubblica competente.

In particolare, l'art. 107, comma 1, rubricato come *"Uso strumentale e precario e riproduzione dei beni culturali*", attribuisce al Ministero della cultura, alle Regioni e agli

[182] G. MARROSU, *Il diritto dello Stato sulle immagini dei beni culturali*, cit., p. 92.

[183] L'art.107 del Codice dei beni culturali e del paesaggio attribuisce al Ministero, alle Regioni e agli enti pubblici territoriali la facoltà di autorizzare la riproduzione e l'uso temporaneo dei beni culturali da essi custoditi, ferma restando l'osservanza della normativa sul diritto d'autore e sulle riproduzioni per contatto.

[184] L'art 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio disciplina i canoni di concessione, i corrispettivi di riproduzione, e la cauzione.

altri enti pubblici territoriali la facoltà di autorizzare la riproduzione dei beni culturali nonché il loro uso *"strumentale"* e precario, nei limiti e alle condizioni stabilite dalla legge[185], ferma restando l'applicazione della disciplina in materia di diritto d'autore.

Ne consegue che la riproduzione dei beni culturali non è libera, ma è subordinata al preventivo consenso dell'ente pubblico che ne ha la gestione, il quale può autorizzarla o negarla discrezionalmente e, ove del caso, stabilire il canone o il corrispettivo[186] dovuto.

Il divieto di utilizzare l'immagine dei beni culturali in assenza di una specifica autorizzazione amministrativa si fonda sul principio secondo cui tali beni, se assoggettati in modo indiscriminato alle logiche di mercato, rischierebbero di perdere quel valore culturale che l'ordinamento riconosce e considera meritevole di tutela. [187]

In questa prospettiva, soltanto l'intervento dell'amministrazione competente è idoneo a rimuovere il limite all'esercizio dell'attività economica privata, attraverso una valutazione tecnico-discrezionale volta a verificare la compatibilità dell'uso dell'immagine con la destinazione culturale del bene.

Ne deriva che, in mancanza della prescritta autorizzazione, ovvero in caso di utilizzo difforme dalle condizioni stabilite dall'amministrazione, l'impiego dell'immagine deve qualificarsi come illecito. Tale condotta può pertanto dar luogo a una responsabilità risarcitoria ai sensi dell'art. 2043 c.c., qualora risultino integrati i presupposti richiesti dalla norma.[188]

A sostegno di questa impostazione si pone anche la giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea, la quale ha affermato che la *"conservazione del patrimonio storico ed artistico nazionale possono costituire esigenze imperative che giustificano una restrizione della libera prestazione dei servizi"* (Corte giust. UE, 21 febbraio 1991, causa C-180/89).[189]

---

[185] Si fa riferimento al comma 2 della medesima disposizione normativa.

[186] Si fa riferimento all'art 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio che disciplina i canoni di concessione, i corrispettivi di riproduzione, e la cauzione.

[187] C. DIERNA, *Diritto all'immagine di un dipinto tutelato come bene culturale: è risarcibile il danno derivante dall'uso indebito per fini commerciali dell'immagine riprodotta in un marchio registrato*, p. 1, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale, commento a giurisprudenza.*

[188] *"Qualunque fatto doloso o colposo, che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno".*

[189] C. DIERNA, *op. cit*., p. 1.

Occorre interrogarsi sulle conseguenze dell'eventuale negazione del consenso da parte dell'amministrazione competente: cosa accade qualora l'Ente non conceda l'autorizzazione alla riproduzione o all'uso dell'immagine di un bene culturale?

Ai sensi degli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, il mancato rilascio dell'autorizzazione determina, in primo luogo, l'impossibilità giuridica per il privato di procedere legittimamente all'utilizzo richiesto. In assenza del titolo autorizzatorio, l'uso dell'immagine del bene culturale deve considerarsi illecito e, qualora ne ricorrano i presupposti, può dar luogo a responsabilità civile e risarcitoria ai sensi dell'art. 2043 c.c. L'amministrazione potrà anche ottenere la rimozione della riproduzione, oltre che il provvedimento di inibitoria ad usi eccessivi. Parimenti, la giurisprudenza riconosce all'Amministrazione la possibilità di agire in sede cautelare ex art. 700 c.p.c..

Il diniego dell'autorizzazione non costituisce espressione di una discrezionalità meramente libera, bensì di una discrezionalità tecnico-amministrativa, che deve essere esercitata nel rispetto dei criteri e dei limiti fissati dalla legge. In particolare, l'amministrazione è chiamata a valutare la compatibilità della destinazione d'uso dell'immagine con il valore storico, artistico e simbolico del bene, nonché con le esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale. L'art. 106 del Codice dei beni culturali, prevede infatti, che il Ministero, le Regioni e gli altri enti pubblici territoriali possano concedere l'uso dei beni culturali che abbiano in consegna, esclusivamente per finalità compatibili con la loro destinazione culturale. Tale disposizione, spesso sottovalutata, esprime il principio informatore cui deve attenersi l'amministrazione nella valutazione sull'opportunità di autorizzare un determinato uso del bene, individuando nella compatibilità con la destinazione culturale il criterio decisivo. [190]

Proprio in ragione di tale natura, il provvedimento di diniego deve essere adeguatamente motivato, esplicitando le ragioni per cui l'uso richiesto è ritenuto non conforme alla destinazione culturale del bene ovvero potenzialmente lesivo della sua dignità e funzione pubblica. Un diniego privo di motivazione, fondato su argomentazioni generiche o manifestamente illogiche, risulterebbe pertanto illegittimo e come tale suscettibile di sindacato giurisdizionale.

[190] P. PIROLLO, *La tutela dell'immagine dei beni culturali*, Altalex, 2018, p.1.

Alla luce di ciò, occorre distinguere le conseguenze dell'utilizzo dell'immagine del bene culturale in assenza di autorizzazione. Da un lato, vi è l'ipotesi in cui l'assenso, se richiesto, sarebbe stato verosimilmente concesso, poiché l'uso risultava compatibile con la destinazione culturale del bene. In tal caso, il danno risarcibile è generalmente quantificato nel c.d. prezzo del consenso, ossia in una somma pari al compenso che sarebbe stato dovuto secondo i parametri di cui all'art. 108 c.b.c. qualora l'autorizzazione fosse stata regolarmente rilasciata.

Dall'altro lato, vi è l'ipotesi più grave in cui l'uso dell'immagine non avrebbe potuto essere autorizzato, in quanto incompatibile con la destinazione culturale del bene, ovvero sia stato realizzato nonostante un espresso divieto dell'amministrazione. In tali casi, oltre al danno patrimoniale, si configura un ulteriore pregiudizio, consistente nello svilimento dell'immagine e del valore simbolico del bene culturale, anch'esso suscettibile di risarcimento.[191]

Il diniego dell'autorizzazione è pienamente impugnabile dinanzi al giudice amministrativo. Trattandosi di un provvedimento amministrativo lesivo di una posizione giuridica soggettiva del richiedente, esso può essere contestato mediante ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale (TAR) competente per territorio, ai sensi dell'art. 29 c.p.a., entro il termine ordinario di sessanta giorni dalla comunicazione o piena conoscenza dell'atto.

Il sindacato del giudice amministrativo non si estende al merito delle valutazioni culturali, ma riguarda la verifica della legittimità del provvedimento sotto i profili: della competenza, del rispetto delle forme procedimentali, della congruità e coerenza della motivazione, dell'assenza di eccesso di potere, illogicità manifesta o sviamento.

In caso di accoglimento del ricorso, il giudice potrà annullare il provvedimento di diniego, imponendo all'amministrazione di riesaminare l'istanza alla luce dei principi affermati in sentenza, senza tuttavia sostituirsi all'amministrazione nella valutazione di merito.[192]

---

[191] P. PIROLLO, *La tutela dell'immagine dei beni culturali*, cit. p1.

[192] Si noti come nell'ambito della tutela dei beni culturali sono numerosi i procedimenti di impugnazione proposti dinanzi al T.A.R. avverso i provvedimenti di diniego adottati dall'amministrazione. In particolare, una consistente parte del contenzioso amministrativo riguarda il diniego di autorizzazione ex art. 68 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, relativo al rilascio dell'attestato di libera circolazione necessario per l'esportazione dei beni culturali. Per ulteriori approfondimenti si veda T.A.R. Lombardia Milano, Sez. III, Sent., 15/11/2023, n. 2666 in *OneLegale.*

Proprio alla luce di tale funzione di controllo e salvaguardia, risulta centrale chiarire cosa debba intendersi, ai sensi dell'art. 107 C.B.C., per *"uso strumentale"*. Con tale espressione la norma fa riferimento alla concessione temporanea del bene culturale, funzionale allo svolgimento di attività specifiche e di natura transitoria, quali mostre, manifestazioni pubbliche o eventi.[193]

Tale forma di utilizzo implica un contatto diretto con il bene nella sua dimensione materiale e presuppone, pertanto, l'accesso fisico allo stesso e una gestione concreta delle modalità di impiego.

Diverso è il concetto di *riproduzione*, che concerne la realizzazione di copie o rappresentazioni dell'opera, dirette o indirette, mediante qualsiasi tecnica o supporto. In questa nozione rientrano sia le riproduzioni statiche sia quelle dinamiche, come le riprese cinematografiche o audiovisive.

La riproduzione, secondo la dottrina,[194] *"non si esaurisce nella fase di acquisizione originaria dell'immagine del bene, ma si estende anche ai successivi utilizzi, riusi o rielaborazioni della stessa, che devono essere considerati parte integrante del processo riproduttivo"*.

In questa prospettiva, la nozione di riproduzione non è più limitata alla mera restituzione della forma esteriore dell'oggetto, bensì comprende anche la fissazione dell'immagine su un supporto artificiale, analogico o digitale, che consente la moltiplicazione, la diffusione e l'ulteriore sfruttamento della rappresentazione del bene culturale.[195]

La riproduzione dei beni culturali affidati in consegna al Ministero incontra, tuttavia, un limite qualora risulti idonea a pregiudicare in modo significativo le esigenze di tutela e conservazione del bene, in particolare sotto il profilo della sua integrità materiale, come espressamente previsto dall'art. 107, comma 2, del Codice dei beni culturali e del paesaggio.

Resta infatti fermo, oltre al rispetto della normativa in materia di diritto d'autore, il divieto generale di eseguire calchi per contatto direttamente sugli originali di sculture o di opere a rilievo, indipendentemente dal materiale di cui esse sono composte. Tali operazioni

---

[193] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, cit. p.5.
[194] A. L. TARASCO, *Diritto e gestione del patrimonio culturale*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2019, pag. 64 ss.
[195] C. DIERNA, *Diritto all'immagine di un dipinto tutelato come bene culturale: è risarcibile il danno derivante dall'uso indebito per fini commerciali dell'immagine riprodotta in un marchio registrato, cit.,* p.1.

sono ammesse esclusivamente in via eccezionale e nel rispetto delle modalità stabilite da apposito decreto ministeriale. È invece consentita, previa autorizzazione della Soprintendenza competente, la realizzazione di calchi a partire da copie già esistenti ovvero mediante tecniche che escludano qualsiasi contatto diretto con l'originale, in modo da salvaguardarne l'integrità fisica.[196]

Ai sensi dell'art. 108, commi 1 e 2, del Codice dei beni culturali e del paesaggio, *l'uso strumentale e temporaneo* dei beni culturali è subordinato al pagamento di un canone di concessione, mentre per le attività di *riproduzione* è previsto il versamento di specifici corrispettivi.

Tali importi sono determinati dall'autorità che ha in consegna il bene, la quale è chiamata a valutare una pluralità di elementi, tra cui la natura dell'attività per cui viene richiesta la concessione, i mezzi e le modalità di esecuzione della riproduzione, il tipo e la durata dell'utilizzo degli spazi o delle immagini, nonché la destinazione delle riproduzioni e i benefici economici che ne possono derivare in capo al richiedente. Di regola, canoni e corrispettivi devono essere corrisposti in via anticipata, prima del rilascio della concessione o dell'autorizzazione.

La necessità di ottenere un'autorizzazione da parte dell'ente custode del bene, così come l'eventuale obbligo di corrispondere un compenso, può variare in funzione delle modalità di riproduzione adottate. In particolare, le riproduzioni effettuate autonomamente dai privati sono generalmente consentite, purché avvengano nel rispetto della normativa sul diritto d'autore e delle esigenze di tutela del bene, e a condizione che non comportino l'utilizzo di strumenti idonei a determinare un contatto diretto con il bene o a comprometterne l'integrità materiale.[197]

2.5 Eccezioni al divieto di riproduzione

L'applicazione delle limitazioni previste per la riproduzione dei beni culturali conosce alcune significative deroghe.

---

[196] C. VIDETTA, *Le immagini dei beni culturali. Riflessioni a margine del dibattito*, in Aedon, II, 2024, p. 1.

[197] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit.,* p. 4.

In particolare, l'art. 108, comma 3[198] del Codice dei beni culturali stabilisce che non è dovuto alcun corrispettivo nei casi in cui la riproduzione sia effettuata da privati per uso personale o per finalità di studio, ovvero da soggetti pubblici o privati che perseguano finalità di valorizzazione del patrimonio culturale, purché tali attività siano svolte senza scopo di lucro.

La gratuità del regime economico, tuttavia, non comporta la piena libertà di utilizzo dell'immagine del bene culturale. Anche in tali ipotesi, infatti, l'uso resta subordinato alla preventiva valutazione di compatibilità da parte dell'amministrazione competente, titolare della custodia del bene, chiamata a verificare la conformità dell'attività richiesta con le esigenze di tutela e con la destinazione culturale del bene stesso.

Inoltre, pur in assenza di un canone o di un corrispettivo, permane in capo al richiedente l'obbligo di rimborsare le eventuali spese sostenute dall'amministrazione per consentire la riproduzione. Si configura, pertanto, un regime di concessione gratuita solo sotto il profilo economico, nel quale l'autorizzazione amministrativa continua a rappresentare un presupposto necessario e imprescindibile per il legittimo utilizzo dell'immagine del bene culturale.

Il comma 3-*bis* dell'art. 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio introduce un vero e proprio regime di libera fruizione per determinate attività, purché svolte senza finalità di lucro e per scopi culturali, quali lo studio, la ricerca, la libera manifestazione del pensiero, l'espressione creativa e la promozione della conoscenza del patrimonio culturale.

Rientrano in tale ambito, in primo luogo, le attività di riproduzione dei beni culturali, con esclusione dei beni archivistici sottoposti a restrizioni di consultabilità, a condizione che siano rispettate le disposizioni in materia di diritto d'autore e che la riproduzione avvenga mediante tecniche non invasive. In particolare, è richiesto che l'attività non comporti alcun contatto fisico con il bene, né l'esposizione dello stesso a sorgenti luminose potenzialmente dannose, né, all'interno degli istituti e luoghi della cultura, l'utilizzo di stativi, treppiedi o apparecchiature analoghe.

---

[198] *"Nessun canone è dovuto per le riproduzioni richieste o eseguite da privati per uso personale o per motivi di studio, ovvero da soggetti pubblici o privati per finalità di valorizzazione, purché attuate senza scopo di lucro. I richiedenti sono comunque tenuti al rimborso delle spese sostenute dall'amministrazione concedente."*

Inoltre, il regime di libera fruizione si estende alla divulgazione delle immagini legittimamente acquisite, effettuata con qualsiasi mezzo, purché tale diffusione avvenga in modo da escludere la possibilità di un successivo impiego delle immagini per finalità commerciali.

Dalla lettura sistematica delle due disposizioni emerge una chiara distinzione tra, da un lato, un regime di concessione gratuita, che, pur esonerando dal pagamento di canoni o corrispettivi, presuppone comunque il rilascio di una preventiva autorizzazione amministrativa, e, dall'altro, un regime di libera fruizione in senso proprio, nel quale le attività espressamente previste dalla norma risultano integralmente sottratte sia all'obbligo autorizzatorio sia a qualsiasi onere economico, purché siano svolte in assenza di finalità lucrative.[199]

Lo sfruttamento economico o commerciale dell'immagine di un bene culturale costituisce il criterio centrale per determinare l'estensione della libertà di utilizzo consentita dall'ordinamento. In tale prospettiva, la sussistenza di uno scopo di lucro assume valore dirimente, fungendo da elemento discriminante tra l'uso gratuito dell'immagine e quello assoggettato a canone o corrispettivo.

Lo scopo di lucro segna, infatti, il confine tra differenti regimi di utilizzo. Da un lato, vi sono le fattispecie in cui l'impiego dell'immagine può avvenire senza oneri economici. Dall'altro, si collocano quelle ipotesi in cui l'ordinamento richiede il versamento di un corrispettivo. La libertà di utilizzo, tuttavia, non si configura in maniera unitaria, ma si articola su due livelli distinti: in alcuni casi si traduce nella sola gratuità dell'uso, ossia nell'assenza dell'obbligo di corrispettivo economico; in altri, invece, si estende fino a comprendere anche l'esonero dall'obbligo di concessione, configurando così un regime di libera fruizione piena.[200]

L'attuale quadro normativo è il risultato di una serie di interventi legislativi succedutisi nel tempo, che hanno progressivamente inciso sul regime giuridico dell'immagine dei beni culturali, determinando una parziale apertura rispetto all'impostazione originaria. Tali modifiche hanno ampliato il sistema delle eccezioni alle restrizioni inizialmente

---

[199] A. BARTOLINI, *Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, in Aedon, II, 2023, p. 2.

[200] K. KURCANI, *L'immagine del bene culturale "fra i due mondi". La riproduzione dei beni culturali: la tutela del bene alla prova della liberalizzazione della sua immagine*, *cit*., p.2.

previste, estendendo le possibilità di riproduzione e di divulgazione dell'immagine anche a favore di soggetti privi di finalità lucrative.

L'evoluzione normativa si colloca in una prospettiva orientata alla valorizzazione e alla diffusione della conoscenza del patrimonio culturale, nel tentativo di bilanciare le esigenze di tutela con quelle di accesso e fruizione da parte della collettività.

Un passaggio particolarmente significativo in tale processo è rappresentato dall'introduzione del comma 2-*bis*, ad opera del decreto-legge 31 maggio 2014, n. 83(c.d. *Art Bonus)*, convertito con modificazioni dalla legge 29 luglio 2014, n. 106.

Tale disposizione ha esteso l'ambito soggettivo delle attività esenti dal pagamento di un corrispettivo, estendendo il beneficio non solo alle amministrazioni pubbliche, ma anche ai soggetti privati che a condizione che l'utilizzo dell'immagine avvenga senza finalità lucrative e persegua obiettivi di studio o di valorizzazione del patrimonio culturale.

L'intervento più incisivo del decreto è stato, tuttavia, l'inserimento del comma 3-*bis*, volto a introdurre una forma di liberalizzazione piena per specifiche attività di riproduzione e diffusione delle immagini dei beni culturali.

Come emerge dalla relazione illustrativa al Disegno di legge n. 2426, relativo alla conversione del d.l. n. 83 del 2014, la riforma perseguiva una duplice finalità. Da un lato, si intendeva adeguare la disciplina alle nuove modalità di circolazione dei contenuti culturali, in particolare attraverso il web e i mezzi digitali; dall'altro, si mirava a rendere la normativa coerente con i principi costituzionali sanciti dagli articoli 9 e 33 della Costituzione, che affidano allo Stato il compito di promuovere lo sviluppo della cultura e garantiscono la libertà dell'arte, della scienza e del loro insegnamento.

In tale ottica, la revisione normativa si inserisce in una più ampia strategia di valorizzazione del patrimonio culturale, fondata sulla convinzione che la libera riproduzione e diffusione delle immagini dei beni culturali costituisca uno strumento essenziale per favorirne la conoscenza e la fruizione da parte della collettività.[201]

Con la legge 4 agosto 2017, n. 124, recante la legge annuale per il mercato e la concorrenza, il legislatore ha compiuto un ulteriore passo nel processo di apertura avviato

[201] Il T.A.R. di Reggio Calabria, nella sentenza n. 1285 del 10 ottobre 2003, ha riconosciuto come la possibilità di riprodurre un bene costituisca uno strumento funzionale alla diffusione della cultura e al raggiungimento dell'obiettivo di valorizzazione previsto dal Codice. In particolare, la riproduzione del bene contribuisce ad ampliare la conoscenza dell'opera senza compromettere, ma anzi valorizzando, l'unicità dell'opera d'arte.

nel 2014 con il c.d *Art Bonus* (d.l. 31 maggio 2014, n. 83). Tale intervento si inserisce nel solco di una progressiva estensione delle facoltà riconosciute ai privati in materia di riproduzione dei beni culturali affidati alla custodia del Ministero della Cultura, delle Regioni e degli altri enti pubblici territoriali.

In particolare, l'art. 171 della legge è intervenuto nuovamente sull'art. 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, modificandone il comma 3-*bis.* La principale innovazione ha riguardato l'estensione del regime di libera riproduzione anche ai beni archivistici e bibliografici, purché non sottoposti a restrizioni di consultabilità, confermando la possibilità di procedere alla riproduzione in assenza di finalità lucrative.

Di rilievo è stata, inoltre, l'eliminazione del limite che in precedenza precludeva l'utilizzo delle immagini per finalità di *"lucro indiretto"*. Come risulta dai lavori preparatori del disegno di legge, tale scelta normativa era finalizzata, tra l'altro, a favorire la libera pubblicazione delle immagini in ambito scientifico e accademico. La riforma ha infine consentito la diffusione delle immagini legittimamente acquisite mediante qualsiasi mezzo, esonerando i privati sia dall'obbligo di richiedere una preventiva autorizzazione amministrativa sia dal pagamento di canoni o corrispettivi.[202]

In relazione a tali disposizioni normative, la dottrina ha evidenziato l'emersione di una svolta significativa, idonea a segnare il superamento di una visione tradizionale ormai ritenuta obsoleta, non pienamente coerente con i principi costituzionali e poco compatibile con la natura stessa dei beni culturali. Tale impostazione, di matrice marcatamente *"proprietaria"*, tendeva ad assimilare l'attività di custodia esercitata dagli enti pubblici a un vero e proprio diritto esclusivo di proprietà sul bene, con l'effetto di comprimere in modo eccessivo le possibilità di accesso, riproduzione e utilizzo da parte della collettività.[203]

L'assetto delineato dal Codice dei beni culturali, come sin qui ricostruito, consente invece di cogliere come l'art. 108 si ponga quale deroga rispetto alla regola generale sancita dall'art. 107, secondo cui la riproduzione dei beni culturali è subordinata al rilascio di un'autorizzazione da parte dell'amministrazione competente e, di regola, al pagamento di un canone. Le ipotesi di esenzione previste dall'art. 108 introducono, pertanto, un

---

[202] F. MINIO, *La libera riproducibilità dei beni culturali dopo l'emanazione della legge 4 agosto 2017, n. 124 (Legge annuale per il mercato e la concorrenza),* in *BusinessJus*, II, 2018, p.1.

[203] M. MODOLO, A. TUMICELLI, *Una possibile riforma sulla riproduzione dei beni bibliografici e archivistici*, in Aedon, I, 2016, p.1.

temperamento a tale modello autorizzatorio, in funzione di esigenze di studio, ricerca, valorizzazione e diffusione della conoscenza del patrimonio culturale.

Una logica analoga si rinviene anche nella disciplina del diritto d'autore. In tale ambito, la regola generale è rappresentata dall'attribuzione all'autore dei diritti di utilizzazione economica dell'opera, tra i quali rientra il diritto di riproduzione, disciplinato dall'art. 13 della legge sul diritto d'autore. Anche questo sistema conosce tuttavia una serie di eccezioni e limitazioni, previste dagli artt. 65 e seguenti, con particolare riferimento all'art. 70. Quest'ultima disposizione consente, al comma 1, la riproduzione di brani o parti di opere per finalità di critica o discussione, ovvero per fini di insegnamento o di ricerca scientifica, purché l'utilizzo abbia carattere illustrativo e sia privo di scopo commerciale. Il comma 2 prevede, inoltre, la libera diffusione tramite rete internet di immagini a bassa risoluzione o degradate per finalità didattiche o scientifiche, a condizione che non sussista alcuna finalità di lucro.[204]

2.6 Canoni e corrispettivi per l'uso e la riproduzione dei beni

In materia di determinazione dei canoni e dei corrispettivi per l'utilizzo e la riproduzione dei beni culturali, l'art. 108, comma 6, del Codice dei beni culturali e del paesaggio prevede che tali importi siano fissati dall'amministrazione concedente mediante apposito provvedimento. Con riferimento ai beni affidati al Ministero della Cultura, per lungo tempo hanno continuato ad applicarsi le tariffe stabilite dal D.M. 8 aprile 1994, adottato in attuazione del d.l. n. 433/1992 e della legge di conversione 14 gennaio 1993, n. 4 (c.d. *Legge Ronchey*).

Tale assetto tariffario risultava tuttavia ormai inadeguato, in quanto concepito in un contesto caratterizzato da modalità di riproduzione prevalentemente analogiche, profondamente diverse da quelle attuali. L'evoluzione tecnologica, in particolare la diffusione delle tecnologie digitali, ha infatti trasformato radicalmente le modalità di accesso, acquisizione, riproduzione e riutilizzo dei contenuti culturali, rendendo evidente l'esigenza non solo di un aggiornamento dei tariffari, ma anche di una revisione complessiva dell'impianto normativo in materia di gestione e diffusione delle immagini dei beni culturali, soprattutto in ambito digitale.[205]

---

[204] F. MINIO, *La libera riproducibilità dei beni culturali dopo l'emanazione della legge 4 agosto 2017, n. 124 (Legge annuale per il mercato e la concorrenza), cit.,* p.1.

[205] C. UCCELLO, *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, *cit*., p. 4.

In questa prospettiva si colloca l'adozione, nell'aprile 2023, da parte del Ministero della Cultura, delle Linee guida per la determinazione degli importi minimi dei canoni e dei corrispettivi per la concessione d'uso dei beni in consegna agli istituti e luoghi della cultura statali. Tali linee guida hanno individuato i valori economici minimi dovuti dai soggetti interessati all'utilizzo degli spazi o alla riproduzione dei beni culturali gestiti dagli enti statali, fornendo un quadro di riferimento uniforme a livello nazionale.

Le linee guida precisano, inoltre, che il rilascio della concessione resta in ogni caso subordinato alla verifica preventiva della compatibilità dell'uso richiesto con il carattere storico-artistico del bene, in conformità a un orientamento giurisprudenziale ormai consolidato. Poiché gli importi indicati hanno natura di minimi inderogabili, ciascun istituto o luogo della cultura conserva la facoltà di determinare corrispettivi più elevati, tenendo conto delle specifiche esigenze gestionali e delle peculiarità dei beni affidati alla propria cura.

Ne risulta una struttura articolata su tre livelli. In primo luogo, un atto di carattere generale rappresentato dal decreto ministeriale, che individua gli importi minimi dei canoni e dei corrispettivi, differenziandoli in base alla tipologia degli spazi concessi e delle riproduzioni richieste. In secondo luogo, una serie di atti adottati dai singoli istituti e luoghi della cultura, nei quali sono contenuti gli elenchi applicativi e le eventuali integrazioni o specificazioni degli importi. Infine, un atto puntuale e concreto, costituito dal provvedimento con cui viene rilasciata l'autorizzazione alla riproduzione o all'uso del bene culturale, mediante l'applicazione degli importi risultanti dagli elenchi di riferimento.

Occorre precisare che tale tripartizione, delineata dalle Linee guida, risulta pienamente compatibile con l'impianto normativo del Codice dei beni culturali. I criteri indicati dall'art. 108, comma 1, infatti, ben possono essere declinati attraverso atti generali adottati in via preventiva rispetto alle singole autorizzazioni. Inoltre, l'autorità competente alla determinazione dei canoni e dei corrispettivi, individuata nel soggetto che ha in consegna il bene, non coincide necessariamente con una struttura periferica del Ministero della Cultura. Per i beni affidati allo Stato, l'art. 106, comma 2, attribuisce tale competenza direttamente al Ministero, sia in relazione ai canoni sia, verosimilmente, anche ai corrispettivi. Ne deriva la legittimazione di assetti organizzativi differenziati

nella determinazione degli importi relativi alla riproduzione e al riutilizzo dei beni culturali.[206]

La sezione A delle Linee guida è dedicata alle ipotesi di riproduzione dei beni culturali e ai casi di riuso delle copie o delle immagini già realizzate. Le fattispecie considerate sono individuate principalmente sulla base di due criteri: da un lato, la presenza o l'assenza di finalità lucrative o commerciali; dall'altro, la circostanza che la riproduzione sia effettuata direttamente dal richiedente oppure su richiesta dall'amministrazione.

Dalla combinazione di tali elementi discende una distinzione fondamentale tra riproduzioni prive di scopo di lucro e riproduzioni a scopo di lucro.

All' interno della prima categoria rientrano due ipotesi principali.

La prima riguarda le riproduzioni che sono sempre libere e gratuite, come previste dall'art. 108, comma 3-bis, del Codice.

La seconda concerne le riproduzioni libere ma soggette al rimborso delle spese sostenute dall'amministrazione, disciplinate dall'art. 108, comma 3. In tale evenienza non è dovuto alcun canone, ma il richiedente è tenuto a rimborsare i costi sostenuti dall'ente concedente. L'entità di tale rimborso è determinata sulla base di una tariffa calcolata con riferimento ai cosiddetti *macro-prodotti*, quali stampe, fotografie e fotocopie, individuati in apposita tabella, in conformità a quanto previsto dal decreto legislativo 200 del 2021.

La seconda categoria riguarda invece le riproduzioni effettuate a scopo di lucro, aventi ad oggetto beni culturali o il riuso delle relative copie o immagini, quando tali attività sono realizzate con finalità commerciali mediante i medesimi macro-prodotti. In tali ipotesi, il corrispettivo dovuto dal richiedente è determinato applicando alla tariffa prevista per le riproduzioni prive di finalità lucrative due distinti coefficienti: il primo è parametrato all'uso o alla destinazione della riproduzione, ad esempio nell'ambito dell'editoria scientifica o di altre forme di pubblicazione; il secondo è invece correlato alla quantità delle riproduzioni realizzate o alla tiratura del mezzo di comunicazione utilizzato, come nel caso di gadget o pubblicazioni editoriali.[207]

---

[206] G. SCIULLO, *Canoni e corrispettivi per l'uso e la riproduzione dei beni culturali: prime riflessioni sul d.m. 161/2023. Il d.m. 161 del 2023: un'analisi giuridica*, in Aedon, II, 2023, p.1.

[207] G. SCIULLO, *Canoni e corrispettivi per l'uso e la riproduzione dei beni culturali: prime riflessioni sul d.m. 161/2023. Il d.m. 161 del 2023: un'analisi giuridica*, *cit*., p. 1.

2.7 Rimedi in caso di violazione della normativa relativa alla riproduzione dei beni culturali

L'attuale quadro normativo delineato dagli articoli 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio presenta, sotto diversi profili, significative criticità. In primo luogo, difetta una definizione chiara e univoca dell'oggetto giuridico della tutela; in secondo luogo, non risulta ancora compiutamente elaborato un sistema organico di protezione nei casi di violazione del c.d. *"diritto all'immagine"* del bene culturale. Tali lacune sono espressive di un'impostazione del Codice fortemente improntata a una concezione materialistica del patrimonio culturale, nella quale il bene è considerato prevalentemente nella sua dimensione fisica. Di conseguenza, gli strumenti di tutela, tanto preventivi quanto repressivi, risultano in larga parte orientati alla salvaguardia dell'integrità materiale del bene, piuttosto che alla protezione delle sue proiezioni immateriali.

A fronte di tali carenze, un contributo decisivo è stato offerto dalla dottrina. A partire dalla riflessione di Massimo Severo Giannini, si è progressivamente affermata la tesi secondo cui l'essenza del bene culturale non si esaurisce nel suo supporto materiale (*corpus mechanicum*), ma risiede soprattutto nel suo valore ideale e immateriale, definito *corpus mysticum*.[208]

In questa prospettiva, si è sviluppata una concezione più complessa dell'immaterialità culturale, articolata lungo due direttrici principali. Da un lato, una dimensione funzionale, che attiene al valore simbolico, identitario e intrinseco dell'opera, dall'altro, una dimensione economica, intesa come capitale intellettuale suscettibile di generare utilità, circolazione e reddito.[209]

Questa impostazione consente di leggere in modo più adeguato le problematiche connesse alla riproduzione e allo sfruttamento dell'immagine dei beni culturali, evidenziando l'esigenza di una tutela che vada oltre la mera protezione della materia e tenga conto della complessità del valore culturale nella sua dimensione immateriale.

Nonostante la richiamata evoluzione concettuale, la disciplina vigente continua a presentare rilevanti carenze sul piano della tutela. In particolare, manca una compiuta regolamentazione amministrativa volta a proteggere l'immagine dei beni culturali, sia con

---

[208] A. BARTOLINI, *Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, *cit.,* p. 2.

[209] G. SEVERINI, *L'immateriale economico nei beni culturali*, in G. MORBIDELLI E A. BARTOLINI (a cura di), *L'immateriale economico nei beni culturali*, Giappichelli, Torino, 2016, pp. 21 e ss.

riferimento alla sua dimensione immateriale e funzionale, connessa al decoro e al valore simbolico del bene, sia sotto il profilo economico, legato allo sfruttamento lucrativo dell'immagine stessa. Gli articoli 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio si limitano, infatti, a disciplinare le modalità e i criteri sostanziali di utilizzo dell'immagine del bene, senza però predisporre un vero e proprio apparato di tutela amministrativa in grado di reagire in modo sistematico alle ipotesi di uso indebito o lesivo.

Tale lacuna, tuttavia, non ha impedito, sul piano applicativo, l'emersione di una tutela effettiva dell'immagine dei beni culturali.

Come dimostra la prassi giurisprudenziale, le amministrazioni pubbliche hanno frequentemente ottenuto provvedimenti inibitori nei confronti di soggetti terzi che abbiano utilizzato l'immagine del bene culturale in assenza di autorizzazione o in violazione delle condizioni imposte dagli articoli 107 e 108 del Codice dei beni culturali. In questi casi, la tutela non è stata ricavata da una previsione amministrativa tipica, bensì attraverso il ricorso agli strumenti del diritto civile, in particolare all'azione inibitoria e risarcitoria ex art. 2043 c.c., nonché ai principi generali in materia di corretto esercizio dell'attività economica e di protezione del valore immateriale del bene culturale.

Un significativo esempio di tale orientamento è offerto dalla sentenza della Corte d'Appello di Bologna, Sezione I, n. 1792 del 24 settembre 2024, nel noto caso *"Aceto del Duca"*. In tale occasione, la Corte ha riconosciuto la legittimità dell'azione inibitoria promossa dal Ministero della cultura a tutela dell'immagine di un bene culturale, pur in assenza di una disciplina amministrativa specifica che prevedesse espressamente tale rimedio. All'esito del giudizio, la Corte ha ritenuto fondate le doglianze dell'amministrazione, condannando la società produttrice al risarcimento del danno derivante dall'indebito utilizzo dell'immagine del dipinto, riconoscendo sia il danno patrimoniale, connesso allo sfruttamento economico non autorizzato, sia il danno non patrimoniale, riferibile allo svilimento del valore simbolico e culturale dell'opera

Secondo autorevole dottrina[210], una regolamentazione espressa sarebbe nondimeno auspicabile, se non necessaria, considerando che la tutela del patrimonio culturale, in tutte

[210] A. BARTOLINI, *Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, *cit.,* p. 2.

le sue componenti materiali e immateriali, costituisce un dovere della Repubblica e un principio fondamentale dell'ordinamento giuridico.

2.8 Diritto all'immagine dei beni culturali

Il dibattito dottrinale sull'esistenza di un diritto all'immagine dei beni culturali si presenta oggi particolarmente articolato e controverso. Esso si inserisce in una riflessione più ampia che investe, tra le altre questioni, il rapporto tra dimensione materiale e dimensione immateriale del patrimonio culturale. Tuttavia, tale riflessione non può essere ricondotta a una mera contrapposizione tra patrimonio materiale e patrimonio immateriale, poiché l'immagine del bene culturale non è direttamente assimilabile a quest'ultimo.

L'immagine, infatti, non costituisce un bene culturale autonomo rispetto al bene che raffigura. Essa è priva, innanzitutto, dei requisiti materiali, storici e tipologici richiesti dal Codice dei beni culturali e del paesaggio per l'individuazione di un bene culturale in senso proprio. Inoltre, difetta di quella originalità che consenta di distinguerla dal bene rappresentato, ponendosi piuttosto come mera proiezione o riproduzione dello stesso. Il valore culturale, pertanto, risiede nel bene originario e non nella sua immagine, la quale non possiede una autonoma rilevanza culturale sul piano normativo.

Solo nell'ipotesi in cui l'immagine sia oggetto di una trasformazione tale da conferirle un valore artistico indipendente rispetto all'opera rappresentata, essa potrebbe assumere una diversa qualificazione giuridica. Anche in tale evenienza, tuttavia, l'immagine difficilmente potrebbe rientrare nella nozione di bene culturale ai sensi della disciplina vigente, soprattutto in ragione della mancanza del requisito della vetustità, che continua a rappresentare un elemento centrale ai fini della tutela pubblicistica.[211]

Tradizionalmente circoscritto alla persona fisica, il diritto all'immagine ha conosciuto negli ultimi anni un'estensione significativa del proprio ambito applicativo, anche grazie all'evoluzione giurisprudenziale che ha progressivamente valorizzato il profilo simbolico di determinati beni materiali. Sebbene l'art. 10 del Codice civile faccia espresso riferimento alla tutela dell'immagine della persona, una parte della dottrina e della giurisprudenza più recente ne ha proposto un'interpretazione estensiva, riconoscendo che

[211] C. VIDETTA, *Le immagini dei beni culturali. Riflessioni a margine del dibattito*, *cit.,* p. 1.

anche l'immagine di un bene, soprattutto se dotato di rilevanza culturale, possa essere meritevole di una forma di protezione giuridica autonoma.[212]

In tale prospettiva si colloca la sentenza della Corte di Cassazione n. 18218 del 2009, nella quale è stato affermato che anche le persone giuridiche, pur non essendo dotate di una fisicità propria, possono vantare un diritto all'immagine, fondato su beni o elementi materiali che le rappresentano simbolicamente.[213]

Secondo una parte della dottrina[214], questo approdo interpretativo consente di estendere la tutela anche agli enti pubblici territoriali, i quali potrebbero legittimamente agire a protezione dell'immagine dei beni culturali in loro disponibilità, in quanto espressione qualificata dell'identità storica e culturale della collettività di riferimento.

Questa ricostruzione si colloca al di fuori della tradizionale impostazione proprietaria. La disciplina codicistica del diritto di proprietà, infatti, è concepita per tutelare prevalentemente la dimensione materiale del bene e si rivela strutturalmente inadeguata quando la protezione richiesta concerne profili immateriali, quali l'immagine. Sebbene parte della dottrina abbia tentato di ricondurre il diritto all'immagine nell'ambito delle facoltà dominicali, valorizzandolo in particolare come strumento di controllo sullo sfruttamento economico dell'aspetto esteriore del bene, il Codice civile non prevede strumenti di tutela diretti e specificamente calibrati su tale esigenza. Ne consegue che la protezione dell'immagine non può essere efficacemente assicurata attraverso le categorie tradizionali della proprietà, rendendo necessaria una diversa ricostruzione sistematica.[215]

La giurisprudenza italiana ha dunque individuato una diversa via ricostruttiva, qualificando il diritto all'immagine come diritto della personalità. Tale inquadramento consente di superare i limiti strutturali della tutela proprietaria e di attivare rimedi

---

[212] F. LA ROCCA SENA, *Beni culturali: valore identitario e diritto all'immagine*, *cit.,* p. 2.

[213] Cass. civ., sez. I, 11 agosto 2009, n. 18218, in *DeJure*: *"La tutela civilistica del nome e dell'immagine, ai sensi degli artt. 6, 7 e 10 c.c., è invocabile non solo dalle persone fisiche ma anche da quelle giuridiche e dai soggetti diversi dalle persone fisiche e, nel caso di indebita utilizzazione della denominazione e dell'immagine di un bene, la suddetta tutela spetta sia all'utilizzatore del bene in forza di un contratto di leasing, sia al titolare del diritto di sfruttamento economico dello stesso. (Principio affermato dalla S.C. in una fattispecie in cui una società, senza ottenere il consenso dell'avente diritto e senza pagare il corrispettivo dovuto, aveva indebitamente riprodotto nel proprio calendario l'immagine e la denominazione di un'imbarcazione altrui, usata a fini agonistici o come elemento di richiamo nell'ambito di campagne pubblicitarie o di sponsorizzazione, inserendo nella vela il proprio marchio)".*

[214] A. TUMICELLI, *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, cit., p.2.

[215] A. BARTOLINI, *L'immagine del bene culturale "fra due mondi". Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, in *Aedon*, vol. II, 2023, p.1.

giuridici più incisivi, quali l'azione inibitoria e la tutela in forma specifica, strumenti particolarmente efficaci per impedire l'uso non autorizzato dell'immagine del bene culturale e per ristabilire la situazione preesistente alla violazione.

In questa prospettiva, la nota vicenda giudiziaria relativa al Teatro Massimo di Palermo[216] ha rappresentato un passaggio significativo, contribuendo a consolidare l'orientamento secondo cui i beni culturali possono beneficiare di una forma di protezione ulteriore, non riconducibile al solo valore patrimoniale, ma fondata anche sulla loro dimensione simbolica e identitaria quale espressione della collettività di riferimento.[217]

In quest'ottica, il bene culturale non è più concepito esclusivamente come un oggetto materiale, ma come una realtà caratterizzata da una duplice dimensione: una fisica e concreta, e una simbolica e immateriale. Quest'ultima racchiude valori culturali, storici, estetici e sociali, che trovano un preciso fondamento costituzionale nell'art. 9 della Costituzione, il quale impone alla Repubblica un dovere primario di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale.

Di conseguenza, la salvaguardia dell'immagine del bene assume una funzione essenziale, in quanto strumentale a garantire il rispetto della sua dignità e a prevenire forme di utilizzazione distorte, svilenti o meramente commerciali, incompatibili con la sua destinazione culturale.[218]

Si segnalano, per la loro portata innovativa, alcune pronunce giurisprudenziali che hanno contribuito a consolidare e rafforzare l'inquadramento del cosiddetto *"diritto all'immagine dei beni culturali"* nell'ambito dei diritti della personalità.

In particolare, il Tribunale di Venezia[219] ha riconosciuto, seppur in sede cautelare, la concedibilità di una tutela inibitoria, mentre il Tribunale di Firenze [220] ha esteso l'ambito di protezione anche al risarcimento per equivalente, comprensivo del danno di natura non patrimoniale.

Tali orientamenti giurisprudenziali hanno consentito di assicurare una tutela piena della dimensione immateriale funzionale dei beni culturali di appartenenza pubblica,

---

[216] Trib. Palermo, 21 settembre 2017, n. 4901/2017, in *DeJure.*

[217] La pronuncia, per la sua particolare rilevanza nell'evoluzione giurisprudenziale in materia di tutela dell'immagine dei beni culturali, sarà oggetto di analisi approfondita nel prosieguo della trattazione.

[218] A. BARTOLINI, *L'immagine del bene culturale "fra due mondi". Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, *cit*., p. 1.

[219] Trib. Venezia, 23 novembre 2022, in *DeJure.*

[220] Trib. Firenze, 20 aprile 2023, n. 1207, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

permettendo all'amministrazione di inibire l'uso non autorizzato dell'immagine del bene e garantendo così una protezione effettiva, coerente con il dettato costituzionale.

Tuttavia, questa apertura interpretativa non è priva di criticità sotto il profilo sistematico, poiché determina un intreccio non sempre lineare tra la tutela proprietaria e quella personalistica. Emblematico, in tal senso, è un passaggio dell'ordinanza del Tribunale di Venezia[221], nel quale si afferma che il diritto all'immagine non spetterebbe al soggetto titolare del bene, ma sarebbe riferibile direttamente alla "personalità" del bene culturale, con conseguente legittimazione del Ministero ad agire in sua vece.

Analogamente, nella sentenza del Tribunale di Firenze[222] si rileva come la lesione non colpisca tanto il titolare del bene, quanto l'opera stessa, la cui immagine risulterebbe compromessa dall'uso non autorizzato. Tale impostazione sembra suggerire, in via implicita, che il diritto all'immagine non riguardi il bene culturale in quanto oggetto giuridico, ma in quanto portatore di una soggettività meritevole di tutela.

Nonostante tali perplessità teoriche, l'inquadramento del diritto all'immagine del bene culturale nell'ambito dei diritti della personalità rappresenta, allo stato attuale, uno strumento indispensabile per colmare le lacune dell'ordinamento positivo e garantire un'effettiva tutela dell'interesse pubblico, in conformità ai principi costituzionali di effettività e proporzionalità.[223]

---

[221] Ord. Trib. Venezia, 23 novembre 2022 : *"ancorché il bene culturale, di per sé considerato - secondo la più autorevole dottrina - come entità immateriale distinta dal supporto materiale cui inerisce e costituente un valore identitario collettivo destinato alla fruizione pubblica, costituisca un bene giuridico meritevole di tutela rafforzata (anche a livello costituzionale) secondo l'ordinamento, tuttavia lo stesso non possiede evidentemente un'autonoma soggettività cosicché si verifica una scissione tra l'oggetto di tutela rispetto alla lesione dell'immagine (i.e. il bene culturale) e il soggetto deputato, quale titolare del potere concessorio/autorizzatorio rispetto alla sua destinazione, ad agire per la sua tutela e a ricevere l'eventuale risarcimento del conseguente danno non patrimoniale"*, in *DeJure.*

[222] Trib. Firenze, 20 aprile 2023, n. 1207 : *"sarebbe del tutto irragionevole escludere la tutela di tale diritto con riferimento al bene culturale, specie quando - come nel caso di specie - risulti gravemente lesa, per le ragioni e con le modalità poc'anzi evidenziate, l'immagine di un'opera di assoluto pregio artistico, che è assurta a simbolo, non solo della temperie rinascimentale che soprattutto nel nostro paese ha prodotto frutti di inestimabile valore, ma anche del nostro intero patrimonio culturale ed in definitiva del genio italico",* in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

[223] A. BARTOLINI, *L'immagine del bene culturale "fra due mondi". Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, *cit.,* p. 2.

2.9 Casi giurisprudenziali di rilievo nella tutela dei beni culturali e della proprietà intellettuale

La riproduzione di beni culturali a fini commerciali è stata oggetto di numerosi recenti interventi da parte della giurisprudenza nazionale, che ha ribadito la necessità di ottenere una preventiva autorizzazione da parte dell'amministrazione competente, nonché l'obbligo di corrispondere un canone per l'utilizzo. Appare quindi opportuno esaminare tali pronunce in modo approfondito, al fine di comprendere le conclusioni cui sono giunti i giudici e i criteri interpretativi adottati.

2.10 Il Teatro Massimo: la sentenza n. 4901/2017 del Tribunale di Palermo

La pronuncia trae origine da un contenzioso promosso dalla Fondazione Teatro Massimo nei confronti della Banca Popolare del Mezzogiorno, la quale, nel novembre 2013, aveva avviato in totale assenza di autorizzazione una campagna pubblicitaria denominata "Palermo al centro". Nell'ambito di tale iniziativa, erano stati affissi in vari punti della città cartelloni riportanti la fotografia del Teatro Massimo di Palermo, con l'intento di promuovere le agenzie dell'istituto bancario operanti sul territorio.

Mediante atto di citazione regolarmente notificato, la Fondazione aveva convenuto in giudizio la Banca, chiedendo che fosse accertata e dichiarata la responsabilità della convenuta per l'illecito utilizzo e la riproduzione non autorizzata dell'immagine del Teatro. In conseguenza di tale condotta, aveva inoltre domandato la condanna della Banca al risarcimento dei danni non patrimoniali subiti.[224]

A sostegno delle proprie domande, la Fondazione aveva evidenziato come la finalità della campagna pubblicitaria fosse quella di associare l'immagine iconica e il prestigio culturale di uno dei teatri più celebri al mondo all'identità commerciale dell'istituto di credito, con l'obiettivo di accreditarne la reputazione presso l'opinione pubblica e di ottenerne un indebito vantaggio economico.

La Fondazione aveva inoltre rilevato di essere titolare di un diritto all'uso esclusivo sia del bene materiale sia della relativa immagine, in virtù di quanto previsto dall'art. 15 del D.Lgs. n. 367 del 1996.

[224] Tribunale di Palermo, sent. 21 settembre 2017 in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

Tale decreto legislativo, recante disposizioni in materia di trasformazione degli enti operanti nel settore musicale in fondazioni di diritto privato, riconosceva, al secondo comma, in capo alla fondazione il diritto esclusivo all'utilizzo del proprio nome, della denominazione storica e dell'immagine del teatro ad essa affidato, nonché dei titoli delle manifestazioni da essa organizzate. Tale utilizzo poteva essere autorizzato o concesso a terzi solo se conforme agli scopi istituzionali della fondazione.

Il comma successivo specificava che, qualora alla fondazione fosse attribuito l'uso di immobili, le modalità di fruizione e la ripartizione degli oneri manutentivi, ordinari o straordinari, dovessero essere definite d'intesa con il soggetto concedente.

A completamento del quadro normativo, veniva richiamato l'indirizzo espresso dalla Regione Siciliana con le circolari n. 21/2005 e n. 15/2011, le quali, nel disciplinare l'utilizzo dei beni culturali, richiamavano la necessità di un'autorizzazione da parte degli enti proprietari dei teatri pubblici, fissando criteri e condizioni, inclusi eventuali oneri economici, per la concessione a soggetti privati.

Alla luce di tale quadro normativo e regolamentare, risultava evidente che l'ente territoriale proprietario avesse attribuito alla Fondazione l'uso esclusivo del Teatro Massimo, subentrando per legge all'Ente Autonomo Teatro Massimo. Di conseguenza, il Teatro doveva essere considerato a pieno titolo un bene culturale, disciplinato dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, così come modificato dal D.L. n. 83 del 2014, convertito con modificazioni dalla Legge 29 luglio 2014, n. 106.[225]

In applicazione degli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali, doveva riconoscersi in capo alla Fondazione il diritto a percepire un corrispettivo economico per la concessione in uso dell'immagine del bene culturale. Tuttavia, nel caso di specie, la parte attrice non aveva fornito elementi concreti né parametri oggettivi utili a determinare il valore del canone che la Banca Popolare del Mezzogiorno avrebbe dovuto corrispondere, limitandosi a dedurre genericamente l'esistenza di un danno patrimoniale.

Va osservato, peraltro, che pur essendo la campagna pubblicitaria stata affidata dalla banca convenuta a una società esterna, e pur essendo le immagini del Teatro Massimo

---

[225] Tribunale di Palermo, sent. 21 settembre 2017*[Diritto d'autore - Illecito utilizzo e riproduzione dell'immagine del Teatro Massimo di Palermo - Danno patrimoniale per mancato introito della somma dovuta a titolo concessorio - Danno all'immagine]*, in *SPRINT – Sistema di Proprietà Intellettuale.*

state reperite online, l'utilizzo dell'immagine a fini promozionali e commerciali rientra a pieno titolo nell'ambito applicativo delle disposizioni normative sopra richiamate. Tali norme, infatti, perseguono l'obiettivo di disciplinare in modo uniforme l'uso dei beni culturali, al fine di garantire un controllo pubblico sul loro impiego e prevenire forme di sfruttamento distorsivo, incompatibili con la funzione culturale e istituzionale del bene stesso.

In tale ottica, l'istituto di credito, ovvero in alternativa la società incaricata della gestione della campagna, avrebbe dovuto attivare l'iter necessario per ottenere una regolare concessione all'uso e alla riproduzione dell'immagine per finalità private e commerciali, con contestuale obbligo di corrispondere il cosiddetto "prezzo del consenso", come definito dalla stessa Fondazione.

Il mancato versamento di tale importo costituiva, in astratto, un danno patrimoniale. Tuttavia, la Fondazione non aveva assolto l'onere probatorio in ordine a tale pregiudizio, né aveva offerto elementi idonei a consentirne una stima attendibile. La somma domandata, peraltro, risultava priva di qualsiasi riferimento a tariffe, criteri di calcolo o prassi amministrative, e non poteva pertanto essere assunta quale misura attendibile del danno, tanto più se si considerava che l'uso dell'immagine si era limitato ad alcuni cartelloni pubblicitari affissi in specifiche aree della città e per un periodo di tempo circoscritto.

In assenza di determinazioni tariffarie approvate dagli organi interni della Fondazione o dall'ente pubblico proprietario, e in mancanza di documentazione in atti attestante l'esistenza di un criterio interno preesistente, appariva necessario fare riferimento ai parametri di natura secondaria allora vigenti. Nel caso di specie, risalente al 2017, trovavano applicazione le tariffe previste dal D.M. 8 aprile 1994, come successivamente aggiornate.

Attualmente, per la determinazione degli importi minimi dei canoni e dei corrispettivi dovuti per la concessione d'uso dei beni culturali affidati agli istituti e ai luoghi della cultura, il riferimento normativo è costituito dal D.M. 11 aprile 2023, n.161.

Con riferimento al secondo profilo della domanda risarcitoria, avente ad oggetto il preteso danno non patrimoniale derivante dalla lesione dell'immagine della Fondazione, lamentato in conseguenza dell'utilizzo a fini commerciali delle fotografie del Teatro

Massimo da parte della Banca Popolare del Mezzogiorno, la contestazione risultava infondata.

Pur dovendosi riconoscere, in linea con l'orientamento giurisprudenziale consolidato[226], che anche le persone giuridiche possono essere titolari di un diritto all'immagine, nel caso di specie non emergevano elementi idonei a configurare una lesione di tale diritto.

Infatti, sebbene l'istituto bancario avesse effettivamente utilizzato alcune immagini del Teatro su cartelloni pubblicitari con finalità promozionali, le modalità di diffusione non apparivano offensive né idonee a svilire il valore culturale e simbolico dell'opera.

Al contrario, come rilevato anche dalla parte convenuta, il messaggio veicolato dalla campagna pubblicitaria, nella quale l'immagine del Teatro veniva accostata a un girotondo di bambini, trasmetteva un contenuto complessivamente positivo, volto a evocare valori di comunità e a valorizzare il patrimonio monumentale del centro cittadino, piuttosto che a denigrarlo o svilire il significato culturale del bene.

Su tale base, il giudice aveva escluso la sussistenza dei presupposti per configurare un danno non patrimoniale, ritenendo inoltre che l'attrice non avesse fornito allegazioni specifiche o elementi concreti idonei a dimostrare l'esistenza di un effettivo pregiudizio sotto tale profilo, con conseguente rigetto della relativa domanda risarcitoria.

Tuttavia, tale conclusione appare suscettibile di alcune considerazioni critiche.

La valutazione del carattere "positivo" o "non offensivo" del messaggio pubblicitario, infatti, rischiava di ridurre l'accertamento del danno all'immagine a un giudizio meramente estetico o valoriale, trascurando il profilo, giuridicamente rilevante, dell'indebita appropriazione commerciale del prestigio simbolico del bene culturale. Anche in assenza di contenuti denigratori, l'associazione dell'immagine del Teatro Massimo a un messaggio promozionale di natura bancaria avrebbe potuto incidere sull'identità istituzionale della Fondazione, veicolando un collegamento non autorizzato tra il bene culturale e interessi commerciali estranei alle sue finalità statutarie.

Il caso del Teatro Massimo di Palermo solleva anche la questione della cosiddetta libertà di panorama[227], ovvero della possibilità di riprodurre beni culturali collocati in spazi pubblici e visibili liberamente.

---

[226] Cass. civ., sez. lav., 1° agosto 2009, n. 18218, in *DeJure*; Cass. civ., 16 novembre 2015, n. 23401, in *DeJure*.

[227] R. PELLEGRINO, *Beni culturali e pubblicità*, in Artribune, 25 febbraio 2018, p. 1.

Nel caso di specie, tale eccezione era stata sollevata dalla Banca Popolare del Mezzogiorno, la quale sosteneva che, con riferimento a beni culturali visibili dall'esterno, non potesse configurarsi un diritto di esclusiva sull'immagine, la cui riproduzione sarebbe stata legittimamente utilizzabile da terzi anche per scopi commerciali, purché tale impiego non compromettesse o non ledesse il valore artistico e culturale del bene raffigurato.

Il giudice aveva tuttavia ritenuto tale argomentazione non applicabile al caso concreto, escludendone la rilevanza giuridica

Infatti, diversamente da quanto avviene in molti altri ordinamenti europei, l'Italia non si è dotata di una normativa generale che riconosce esplicitamente la "libertà di panorama". Con riferimento ai beni culturali appartenenti a soggetti pubblici, il nostro sistema giuridico non contempla una libertà diffusa di riproduzione: è infatti necessario ottenere un'autorizzazione preventiva dall'amministrazione competente, nonché corrispondere in anticipo i canoni concessori e gli eventuali compensi stabiliti dall'ente responsabile del bene. Fanno eccezione esclusivamente le riproduzioni effettuate da soggetti privati per finalità personali o di studio, per le quali non è previsto alcun onere economico. Inoltre, la regolamentazione relativa alla riproduzione delle immagini dei beni culturali si applica indistintamente sia ai beni collocati in spazi chiusi (come gli affreschi), sia a quelli visibili da luoghi pubblici.

2.11 L'Uomo Vitruviano di Leonardo Da Vinci: l'ordinanza del 24/10/22 del Tribunale di Venezia

La vicenda riguarda tre società che avevano promosso e distribuito sul mercato italiano ed europeo un puzzle raffigurante l'Uomo Vitruviano, in violazione della normativa italiana vigente. Secondo quanto stabilito dagli articoli 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, l'utilizzo commerciale e la riproduzione di un bene culturale non sono vietati in senso assoluto, ma richiedono l'autorizzazione dell'ente pubblico cui il bene è affidato, nonché il pagamento di un canone o corrispettivo, determinato dalla stessa autorità competente.

Nel caso di specie, tuttavia, le società non avevano né richiesto né ottenuto la necessaria autorizzazione dalle Gallerie dell'Accademia di Venezia, istituto del Ministero della

Cultura incaricato della conservazione e dell'esposizione dell'opera, né avevano provveduto al versamento di alcun importo a titolo di concessione.

Nonostante la formale diffida ricevuta, le società avevano proseguito la commercializzazione del prodotto. A fronte di tale condotta, le parti avevano tentato, senza esito, di pervenire a un accordo volto a disciplinare la distribuzione del puzzle sia sul mercato nazionale sia su quello estero.[228]

A seguito del fallimento delle trattative, le Gallerie dell'Accademia di Venezia e il Ministero della Cultura avevano proposto un ricorso cautelare ex art. 700 c.p.c. innanzi al Tribunale di Venezia, denunciando l'esistenza di un grave e irreparabile pregiudizio derivante dall'uso ritenuto illecito dell'immagine dell'opera Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci.

Tale utilizzo sarebbe stato posto in essere a fini di lucro dalle società Ravensburger AG, Ravensburger Verlag GmbH e Ravensburger S.r.l., in violazione del Regolamento per la riproduzione dei beni culturali in consegna alle Gallerie dell'Accademia di Venezia, adottato in conformità agli artt. 107-109 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, con particolare riferimento all'art. 108.

Secondo le ricorrenti, le società convenute avrebbero utilizzato e riprodotto l'immagine dell'opera senza aver sottoscritto alcuna concessione con l'Amministrazione competente. In base al regolamento allora vigente, lo sfruttamento commerciale dell'immagine avrebbe richiesto la stipula di un accordo formale con l'Istituto museale, comprensivo del versamento di un canone annuale nonché di royalties pari al 10% del prezzo di vendita al pubblico, moltiplicato per il numero di pezzi distribuiti.

L'uso ritenuto illecito dell'immagine, secondo quanto dedotto dalle Gallerie e dal Ministero, si sarebbe protratto ininterrottamente dal 2014 al 2021 e avrebbe riguardato l'intero ciclo di produzione, distribuzione e promozione commerciale del puzzle, sia attraverso canali tradizionali sia mediante piattaforme online, su scala nazionale, europea e internazionale.

Alla luce di quanto esposto, le Gallerie dell'Accademia di Venezia e il Ministero della Cultura avevano chiesto al Tribunale di accertare l'uso non autorizzato a fini commerciali dell'immagine dell'Uomo Vitruviano da parte delle società resistenti e di inibirne

---

[228] S. FERRAZZI, *Digitalizzazione del patrimonio culturale. La riproduzione a scopi commerciali di beni culturali pubblici: riflessioni sull'Uomo Vitruviano, tra Italia e Germania*, in Aedon, III, 2024, p. 1.

l'ulteriore utilizzo commerciale, sia totale sia parziale, in qualsiasi forma e mediante qualunque mezzo, inclusi siti internet, social media e strumenti digitali, su tutto il territorio nazionale e all'estero.

Le ricorrenti avevano inoltre domandato che fosse ordinata, a cura dell'Amministrazione e a spese delle società resistenti, la pubblicazione integrale dell'ordinanza cautelare per tre volte, anche non consecutive, su due quotidiani a diffusione nazionale, due quotidiani locali, due periodici a tiratura nazionale, nonché sui siti internet delle stesse società, in lingua italiana, inglese e tedesca, con caratteri di dimensioni doppie rispetto a quelli ordinari.

Era stato altresì richiesto che venisse disposto il ritiro dal commercio e la distruzione di tutti i prodotti e dei materiali pubblicitari contenenti l'immagine o il nome dell'opera, nonché di tutti gli strumenti utilizzati per la loro produzione o commercializzazione, sia presso le società resistenti sia presso eventuali terzi coinvolti nella detenzione o nella vendita.

Infine, le ricorrenti avevano chiesto la condanna delle società resistenti al deposito, presso la cancelleria del Tribunale, entro sette giorni dalla comunicazione dell'ordinanza, della documentazione attestante l'avvenuta esecuzione delle misure richieste, nonché al pagamento di una penale pari a 20.000 euro per ogni giorno di ritardo nell'attuazione del provvedimento cautelare, o di altra somma ritenuta equa dal Tribunale.

Il Tribunale di Venezia, Seconda Sezione Civile, pronunciandosi in via definitiva, aveva accolto il reclamo e respinto tutte le istanze, eccezioni e deduzioni formulate dalle parti resistenti, vietando alle società Ravensburger AG, Ravensburger Verlag GmbH e Ravensburger S.r.l. l'uso a fini commerciali dell'*Uomo Vitruviano* di Leonardo da Vinci, in qualsiasi forma e su qualunque tipo di prodotto o supporto, inclusi quelli digitali e informatici.

La decisione aveva riconosciuto l'esistenza di un danno imminente e irreparabile per le Gallerie dell'Accademia di Venezia e per il Ministero della Cultura, quali soggetti titolari delle prerogative pubblicistiche sull'opera e responsabile della sua tutela.

In particolare, il Tribunale aveva ritenuto che la riproduzione a fini commerciali di un'opera d'arte conservata presso un'istituzione pubblica, in assenza dell'autorizzazione richiesta dalla disciplina del Codice dei beni culturali e del paesaggio, fosse idonea a determinare un danno non patrimoniale grave e irreversibile.

Secondo il giudice, tale pregiudizio era *"costituito dallo svilimento dell'immagine e del nome dell'opera Uomo Vitruviano determinato dal perpetuarsi dell'utilizzo incontrollato a fini commerciali della riproduzione dell'opera"*[229], con conseguente lesione del valore culturale e simbolico dell'opera stessa.

Il Tribunale aveva inoltre condannato le società resistenti al pagamento di una penale giornaliera pari a 1.500 euro, da corrispondere al Ministero della Cultura e alle Gallerie dell'Accademia di Venezia, per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione del provvedimento, a decorrere dal settimo giorno successivo alla sua comunicazione. Tale sanzione era stata prevista anche per l'ipotesi di una eventuale ripresa dell'uso illecito successivamente a una sospensione già disposta.

A completamento delle misure adottate, era stata infine ordinata la pubblicazione del provvedimento, a cura delle parti reclamanti e a spese delle società reclamate, su due quotidiani a diffusione nazionale (Corriere della Sera e la Repubblica) e su due quotidiani a diffusione locale (Il Gazzettino e La Nuova Venezia), incluse le rispettive edizioni online.

È significativo osservare come il Tribunale di Venezia abbia fondato il proprio ragionamento, in via preliminare, sulla tutela civilistica del diritto al nome e all'immagine, per poi pervenire all'applicazione delle disposizioni del Codice dei beni culturali.[230]

Il giudice, infatti, aveva affermato che *"Alla luce dell'affermata applicabilità al rapporto sostanziale tra tutte le parti in causa della disciplina italiana costituita dal codice dei Beni Culturali (che, peraltro, non prevede alcuna specifica limitazione della sua efficacia entro i confini nazionali) e dal codice civile ne consegue che tale condotta appare costituire illecito determinante un danno risarcibile ex artt. 2043 e 2059 c.c., laddove il danno è costituito, in primo luogo, dallo svilimento dell'immagine e della denominazione del bene culturale (perché riprodotti e usati senza autorizzazione e controllo rispetto alla destinazione) e, in secondo luogo, dalla perdita economica patita dall'Istituto museale (per il mancato pagamento del canone di concessione e dei corrispettivi di riproduzione)",*

---

[229] Trib. Venezia, ord. 24 ottobre 2022, Sez. II Civ., in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

[230] R. CASO, *Il David, l'Uomo Vitruviano e il diritto all'immagine del bene culturale: verso un'evaporazione del pubblico dominio?*, in Foro.it, I, 2023, p. 1.

In tal modo, il Tribunale aveva chiarito che il pregiudizio risarcibile consisteva tanto nello svilimento dell'immagine del bene culturale, determinato dall'uso non autorizzato, quanto nella perdita economica derivante dal mancato pagamento del canone di concessione e dei corrispettivi dovuti.

Il giudice aveva inoltre sottolineato che*: "occorre evidenziare che ancorché il bene culturale, di per sé considerato - secondo la più autorevole dottrina- come entità immateriale distinta dal supporto materiale cui inerisce e costituente un valore identitario collettivo destinato alla fruizione pubblica, costituisca un bene giuridico meritevole di tutela rafforzata (anche a livello costituzionale) secondo l'ordinamento, tuttavia lo stesso non possiede evidentemente un'autonoma soggettività cosicché si verifica una scissione tra l'oggetto di tutela rispetto alla lesione dell'immagine e il soggetto deputato, quale titolare del potere concessorio/autorizzatorio rispetto alla sua destinazione, ad agire per la sua tutela e a ricevere l'eventuale risarcimento del conseguente danno non patrimoniale. Ciò giustifica la legittimazione attiva delle odierne reclamanti rispetto alla domanda cautelare e rispetto al pregiudizio non patrimoniale (pacifica invece risultando la legittimazione con riguardo alla cautela rispetto al pregiudizio di natura prettamente patrimoniale)".*

Pertanto, l'ordinanza aveva individuato quale oggetto della tutela non tanto il bene materiale in sé considerato, quanto il valore immateriale e simbolico che il bene culturale rappresentava.[231] Tale valore, pur non essendo dotato di autonoma soggettività giuridica, risultava essere suscettibile di protezione diretta da parte dello Stato.

Questa impostazione trova fondamento nel principio sancito dall'art. 9 della Costituzione, che attribuisce allo Stato il compito di tutelare e valorizzare il patrimonio culturale. In tale prospettiva, lo Stato è legittimato a difendere l'immagine dei beni culturali anche attraverso gli strumenti propri della tutela dei diritti della personalità, qualora soggetti terzi ne facessero un uso commerciale non autorizzato e omettessero il versamento dei canoni previsti dagli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali.

---

[231] A. BARTOLINI, *Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, *cit*., p. 1.

2.11.1 Profili di diritto internazionale nel caso dell'Uomo Vitruviano: la pronuncia del *Landgericht Stuttgart* del 14 marzo 2024.

In seguito all'ordinanza del Tribunale di Venezia, il gruppo Ravensburger aveva promosso un'azione di accertamento negativo dinanzi al *Landgericht* di Stoccarda, volta a ottenere una pronuncia che escludesse l'esistenza, in capo al Ministero della Cultura e alle Gallerie dell'Accademia, del diritto di vietare l'utilizzo dell'immagine dell'opera al di fuori del territorio italiano.

Le società attrici avevano contestato, in primo luogo, l'estensione territoriale della normativa italiana invocata dall'amministrazione, ritenendola inapplicabile a condotte realizzate integralmente all'estero. In termini più ampi e radicali, esse avevano inoltre sollevato seri dubbi circa la compatibilità della disciplina nazionale con il diritto dell'Unione europea. Secondo la prospettazione delle ricorrenti, la normativa italiana in materia di riproduzione dei beni culturali finiva per attribuire all'amministrazione pubblica una forma di controllo esclusivo sull'immagine dell'opera, potenzialmente illimitata nel tempo, che si traduceva, di fatto, in una surrettizia reintroduzione di un diritto esclusivo su opere ormai cadute in pubblico dominio.

Tale impostazione appariva difficilmente conciliabile con il quadro armonizzato delineato dalla Direttiva 2006/116/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006, la quale disciplina in modo esaustivo la durata della protezione del diritto d'autore e di taluni diritti connessi. La direttiva, infatti, stabilisce limiti temporali rigorosi, superati i quali l'opera deve considerarsi liberamente utilizzabile, anche a fini commerciali, senza che possano essere introdotte, a livello nazionale, forme di protezione equivalenti o funzionalmente sovrapponibili.

A fronte di tali censure, il Ministero della Cultura e le Gallerie dell'Accademia avevano eccepito il difetto di giurisdizione del giudice tedesco, richiamando l'efficacia vincolante della precedente decisione del giudice italiano e invocando, altresì, l'immunità giurisdizionale derivante dalla loro natura di enti pubblici. In via subordinata, avevano sostenuto l'applicabilità della legge italiana alla fattispecie, prescindendo dal luogo di sfruttamento dell'immagine.[232]

[232] S. FERRAZZI, *Digitalizzazione del patrimonio culturale. La riproduzione a scopi commerciali di beni culturali pubblici: riflessioni sull'Uomo Vitruviano, tra Italia e Germania*, *cit*., p. 1.

Con la sentenza n. 17 O 247/2022 del 14 marzo 2024, il *Landgericht* di Stoccarda aveva accolto la domanda delle società ricorrenti, sviluppando una motivazione ampia e strutturata, volta a confutare in modo puntuale le eccezioni sollevate dal Ministero della Cultura e delle Gallerie dell'Accademia.

In contrasto con quanto affermato dal Ministero della Cultura, il Tribunale tedesco aveva preliminarmente ritenuto la domanda pienamente ammissibile, escludendo che la controversia rientrasse nell' *"ambito di sovranità dello Stato italiano*". Secondo il giudice, infatti, la causa non atteneva all'esercizio di poteri pubblicistici in senso stretto, bensì a una controversia di natura essenzialmente civile

Sotto il profilo della competenza giurisdizionale, il *Landgericht* aveva fatto applicazione dell'art. 4, paragrafo 1, del Regolamento Bruxelles I-bis, ritenendosi competente nei confronti delle società attrici aventi sede in Germania, in quanto, secondo il criterio generale del domicilio del convenuto, esse avrebbero potuto essere convenute dinanzi ai giudici tedeschi. In forza dell'art. 8, punto 1, del Regolamento (UE) n. 1215/2012, il Tribunale aveva inoltre esteso la propria competenza anche alla società con sede in Italia, valorizzando l'esistenza di una comune *causa petendi* e di un comune *petitum*, nonché l'esigenza di evitare il rischio di decisioni contrastanti derivanti dalla trattazione separata di procedimenti strettamente connessi.

Il *Landgericht* aveva poi escluso che l'ordinanza cautelare del Tribunale di Venezia potesse costituire un ostacolo all'azione di accertamento negativo, rilevando l'assenza di identità tra i due procedimenti ai sensi dell'art. 29 del Regolamento Bruxelles 1 bis, sostenendo che *"tra il procedimento tedesco e quello conclusosi con la misura cautelare italiana, e che, pertanto, la nuova azione non configurava una "revisione inammissibile dell'ordinanza".*

Nel merito, la domanda era stata ritenuta fondata sulla base di un'interpretazione rigorosa del principio di territorialità delle leggi nazionali. Il Tribunale aveva affermato che le disposizioni del Codice dei beni culturali e del paesaggio richiamate nella controversia civile potevano spiegare effetti esclusivamente all'interno del territorio italiano e non erano idonee a giustificare l'adozione di un provvedimento inibitorio avente portata *"a livello mondiale"*.[233] Secondo il giudice tedesco, un simile effetto extraterritoriale si

[233] A. MONDINI, A. LEO TARASCO, *Il caso dell'Uomo Vitruviano tra sovranismo giurisdizionale e redditività del patrimonio culturale*, in Arte e Diritto, II, 1° dicembre 2024, p. 547.

sarebbe posto in contrasto con il principio di sovranità statale, estendendo indebitamente l'ambito di applicazione di una normativa nazionale oltre i confini dello Stato che l'aveva emanata.

La pronuncia si era tuttavia limitata a escludere, in via negativa, l'applicabilità della normativa italiana al di fuori del territorio nazionale, senza procedere all'individuazione della disciplina giuridica eventualmente applicabile in alternativa. In tal senso, il ragionamento del *Landgericht* appariva improntato a una logica essenzialmente difensiva, volta a neutralizzare gli effetti della misura cautelare italiana nell'ordinamento tedesco, più che a ricostruire in modo sistematico il quadro normativo complessivo.

Muovendo dall'assunto secondo cui il provvedimento emesso dal giudice italiano non potesse produrre effetti oltre i confini dello Stato, in quanto fondato su norme non suscettibili di applicazione extraterritoriale, il Tribunale aveva concluso che i convenuti italiani non potessero invocare né la normativa del Codice dei beni culturali né la misura cautelare da essa derivata. In assenza di un'ulteriore base giuridica dedotta dalle parti o individuata d'ufficio, il provvedimento italiano era stato, di fatto, considerato privo di rilevanza giuridica nell'ordinamento tedesco.[234]

Tale conclusione, se da un lato rafforzava il principio di territorialità e di separazione degli ordinamenti, dall'altro lasciava irrisolti interrogativi significativi in ordine al coordinamento tra decisioni giudiziarie all'interno dello spazio giudiziario europeo e alla tutela effettiva degli interessi pubblici sottesi alla disciplina dei beni culturali, sacrificati senza un esplicito confronto con i principi di cooperazione e di reciproco riconoscimento che informano il diritto dell'Unione.

2.12 Il caso del duca d'Este: la sentenza n. 1792/2024 del Tribunale di Bologna

La vicenda giudiziaria aveva ad oggetto l'utilizzo ritenuto illecito dell'immagine di un dipinto raffigurante il Duca d'Este, opera di Diego Velázquez e appartenente alle collezioni della Galleria Estense di Modena. Tale immagine era stata impiegata dalla società Aceto Balsamico Del Duca di Adriano Grosoli S.r.l.[235], titolare del marchio registrato *"Aceto Balsamico di Modena del Duca Busto di Guerriero"*, quale elemento

[234] S. FERRAZZI, *Digitalizzazione del patrimonio culturale. La riproduzione a scopi commerciali di beni culturali pubblici: riflessioni sull'Uomo Vitruviano, tra Italia e Germania*, *cit.,* p. 2.

[235] D'ora in avanti, per brevità, ci si riferirà alla società Aceto Balsamico Del Duca di Adriano Grosoli S.r.l. con la dicitura "la società".

distintivo e promozionale sulle etichette dei propri prodotti alimentari, in particolare per l'aceto balsamico, senza aver previamente ottenuto la prescritta autorizzazione amministrativa dell'ente titolare del bene culturale.

Parimenti, la società non aveva corrisposto il canone previsto per l'utilizzo dell'immagine di un'opera appartenente al patrimonio culturale dello Stato.

L'impiego dell'immagine era dunque avvenuto in violazione delle disposizioni del Codice dei beni culturali e del paesaggio, con finalità eminentemente commerciali, poiché il dipinto era stato adottato come marchio identificativo del prodotto e utilizzato nel circuito della grande distribuzione, assumendo una funzione centrale nella strategia di valorizzazione economica del bene.

Con riferimento al giudizio di primo grado, con atto di citazione ritualmente notificato il 16 febbraio 2018, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo aveva convenuto in giudizio la società produttrice dinanzi al Tribunale di Bologna, chiedendo il risarcimento dei danni, patrimoniali e non patrimoniali, derivanti dall'indebito utilizzo dell'immagine del dipinto raffigurante il Duca I d'Este. L'amministrazione aveva fondato le proprie pretese sull'assunto che l'uso non autorizzato dell'immagine avesse arrecato un pregiudizio non solo economico, ma anche istituzionale e culturale, in quanto lesivo delle prerogative pubbliche di tutela e valorizzazione del patrimonio artistico.

All'esito del giudizio, con sentenza n. 20464/2019, depositata il 19 giugno 2019, il Tribunale di Bologna aveva accertato la responsabilità della società convenuta al risarcimento del danno patrimoniale e non patrimoniale subito dall'attrice per indebito utilizzo dell'immagine del dipinto del Duca Francesco I d'Este di proprietà della Galleria Estense di Modena per mancanza della prescritta autorizzazione amministrativa e per mancato pagamento del canone. Il Tribunale aveva pertanto condannato la società al pagamento della somma di euro 22.832,00 per ciascun anno di utilizzo dell'immagine, oltre agli interessi legali e alla rivalutazione monetaria.

Il giudice aveva tuttavia rigettato tutte le ulteriori domande formulate dalle parti, disponendo l'integrale compensazione delle spese di lite, scelta che lasciava emergere una certa ambivalenza nella valutazione complessiva della condotta e dell'entità del pregiudizio lamentato dall'amministrazione.

Avverso tale decisione, con atto di citazione notificato il 17 gennaio 2020, la società produttrice di aceto aveva proposto appello, articolando l'impugnazione in cinque distinti

motivi, diretti, in particolare, a contestare l'interpretazione della disciplina sui beni culturali adottata dal giudice di primo grado, nonché la quantificazione del danno e la stessa riconducibilità dell'utilizzo dell'immagine a un illecito produttivo di danno risarcibile.

Con il secondo motivo di appello, la società aveva censurato la motivazione della sentenza nella parte in cui aveva ritenuto sussistente un obbligo di corrispondere un compenso per l'utilizzo dell'immagine del dipinto. A giudizio dell'appellante, lo Stato non avrebbe potuto vantare alcun diritto esclusivo su un bene immateriale privo di tutela autorale, poiché ciò avrebbe comportato il riconoscimento di una forma di diritto d'autore *"sui generis"*, di natura potenzialmente perpetua, in evidente contrasto con il principio del *numerus clausus* che governa il sistema della proprietà intellettuale e industriale. A sostegno di tale tesi, la società aveva richiamato il combinato disposto degli artt. 11 e 29 della legge n. 633/1941, che limita a vent'anni la durata dei diritti di sfruttamento economico delle opere realizzate per conto delle amministrazioni pubbliche. L'attribuzione agli enti pubblici di un potere esclusivo sull'immagine di opere appartenenti al patrimonio culturale, secondo l'appellante, si sarebbe posta altresì in contrasto con gli artt. 9 e 41 della Costituzione, relativi, rispettivamente, alla promozione della cultura e alla libertà di iniziativa economica, nonché con i principi sanciti da strumenti internazionali quali la Convenzione di Berna del 1886 e la Convenzione universale sul diritto d'autore del 1952. Una simile impostazione avrebbe infatti determinato una compressione ingiustificata della libera circolazione e fruizione delle opere dell'ingegno, introducendo una disparità di trattamento tra patrimonio culturale pubblico e privato in violazione dell'art. 3 Cost.

Con il terzo motivo, la società aveva dedotto un vizio di motivazione in relazione alla ritenuta mancanza di prova del pagamento di somme a titolo di canone o corrispettivo per l'uso dell'immagine. In tale prospettiva, l'appellante aveva sostenuto che il giudice di primo grado avrebbe dovuto valorizzare il contributo economico da essa erogato per il finanziamento dei lavori di restauro del dipinto, configurabile, a suo avviso, come forma indiretta di compensazione per l'utilizzo dell'immagine

Con il quarto motivo, la società aveva lamentato l'omessa motivazione in ordine all'eccezione di prescrizione del diritto al risarcimento del danno vantato dal Ministero. Secondo l'appellante, tale questione, ritualmente sollevata nel corso del giudizio, avrebbe

dovuto essere esaminata e valutata dal giudice di primo grado, costituendo un profilo potenzialmente decisivo ai fini della definizione della controversia.

Con il quinto e ultimo motivo, infine, la società aveva contestato la quantificazione del danno operata dal Tribunale di Bologna, evidenziando come essa fosse stata determinata sulla base di un canone stabilito dalla Soprintendenza nel 1997, senza tener conto delle specifiche contestazioni sollevate dalla convenuta e senza il supporto di una consulenza tecnica d'ufficio. L'appellante aveva inoltre censurato l'affermazione secondo cui il *quantum* non sarebbe stato oggetto di contestazione, chiarendo che, avendo negato sin dall'origine l'esistenza stessa dell'obbligo di pagamento, risultava logicamente superflua ogni contestazione specifica sull'ammontare del canone. Da ultimo, era stata criticata la valutazione svolta dalla consulente del Ministero, fondata sull'analisi dei bilanci societari, ritenuti inidonei a rappresentare in modo attendibile la quota di fatturato effettivamente riconducibile ai prodotti recanti il marchio contenente l'immagine del Duca, considerato che l'attività dell'impresa comprendeva anche la produzione e la commercializzazione di articoli privi di tale elemento distintivo.

All'esito del procedimento la Corte d'Appello di Bologna, Sezione I, con sentenza n. 1792 del 24 settembre 2024, aveva ritenuto fondate le doglianze del Ministero, condannando la società produttrice di aceto al risarcimento del danno, sia patrimoniale che non patrimoniale, derivante dall'indebito utilizzo dell'immagine del dipinto oggetto di causa.

Ai fini della presente analisi, assumeva rilievo centrale il secondo motivo di appello, con il quale la società appellante aveva contestato la legittimità della pretesa ministeriale di subordinare l'uso dell'immagine di un bene culturale al pagamento di un corrispettivo. Secondo tale prospettazione, una simile richiesta avrebbe finito per attribuire allo Stato un diritto esclusivo sull'immagine dell'opera, sostanzialmente assimilabile a un diritto d'autore *"sui generis"* e potenzialmente illimitato nel tempo, in evidente frizione con i principi fondamentali che governano il sistema della proprietà intellettuale.

Sul punto, la Corte d'Appello aveva rigettato la censura, ritenendo infondata l'argomentazione dell'appellante. Secondo i giudici, non poteva ravvisarsi alcuna sovrapposizione tra la disciplina del diritto d'autore e quella dettata dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, trattandosi di normative ispirate a finalità ritenute radicalmente differenti. La prima sarebbe volta alla tutela delle opere dell'ingegno e dei diritti morali

ed economici dei rispettivi autori; la seconda, invece, sarebbe funzionale alla salvaguardia e alla valorizzazione del patrimonio culturale nazionale, inteso quale espressione dell'identità collettiva e valore costituzionalmente protetto ai sensi dell'art. 9 Cost.

I giudici di secondo grado, pur senza soffermarsi in modo puntuale sulla natura pubblica del bene culturale e sulla sua conseguente assoggettabilità a un regime concessorio in senso stretto, avevano ribadito la netta distinzione concettuale tra i diritti di proprietà intellettuale, caratterizzati dal principio del *numerus clausus* e da limiti temporali predeterminati, e il potere di matrice pubblicistica esercitato dall'amministrazione, fondato su esigenze di interesse generale e, come tale, ritenuto insuscettibile di essere ricondotto a logiche privatistiche o assimilato a un diritto esclusivo in senso proprio.

Nell'impostazione accolta dalla Corte, i beni assoggettati a vincolo culturale sarebbero oggetto di una tutela intrinsecamente pubblicistica, in quanto portatori di un valore identitario collettivo che l'ordinamento intende preservare e promuovere in via permanente.

Tale impostazione trova il suo fondamento principale nell'art. 9 della Costituzione, che attribuisce rilievo costituzionale tanto allo sviluppo della cultura quanto alla tutela del patrimonio storico e artistico della Nazione.

In questa prospettiva, la previsione di una durata illimitata delle prerogative connesse alla protezione di tali beni non era stata ritenuta irragionevole dalla Corte, ma perfettamente coerente con l'obiettivo di assicurarne una fruizione collettiva, continuativa e culturalmente qualificata del patrimonio culturale.[236]

Alla luce di quanto esposto, la Corte aveva ritenuto infondata la tesi dell'appellante secondo cui la disciplina dettata dagli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio introdurrebbe un nuovo diritto immateriale assimilabile a quelli regolati dal diritto d'autore o dal diritto industriale. Secondo i giudici, la normativa in esame non dava luogo alla creazione di nuovi diritti di natura privatistica, ma si limitava ad attribuire all'amministrazione un potere autoritativo di matrice pubblicistica, esercitato nell'ambito delle funzioni di gestione e valorizzazione del patrimonio culturale.

Tale potere era stato ritenuto legittimamente estensibile anche alla riproduzione dell'immagine dei beni culturali, la quale poteva essere subordinata a una preventiva

[236] Corte appello - Bologna, 24/09/2024, n. 1792 in *DeJure.*

autorizzazione e al pagamento di un corrispettivo economico, senza che ciò integrasse una violazione dei principi costituzionali o delle convenzioni internazionali richiamate dall'appellante. In questa prospettiva, non si configurava alcuna disparità di trattamento tra soggetti pubblici e privati, in quanto soltanto i primi sarebbero stati in grado di garantire un utilizzo dei beni culturali conforme agli interessi generali sottesi alla loro tutela.[237]

La Corte d'Appello di Bologna aveva inoltre respinto l'interpretazione secondo cui la tutela del patrimonio culturale sarebbe limitata alla sola dimensione materiale dei beni. Richiamando orientamenti già affermati dalla giurisprudenza, tra cui la sentenza del Tribunale di Venezia del 24 ottobre 2022 (caso Ravensburger), la Corte aveva chiarito che il bene culturale costituisce un'entità giuridicamente rilevante e meritevole di protezione anche nella sua componente immateriale e simbolica, in quanto espressione di un valore identitario collettivo destinato alla fruizione pubblica. In tale prospettiva, la tradizionale distinzione tra bene culturale materiale e immateriale era stata ritenuta *"destituita di qualsiasi fondamento"*[238], poiché entrambi i profili ricadrebbero pienamente nel perimetro di tutela delineato dall'ordinamento.

Pertanto, alla luce di questa impostazione, non avrebbe potuto trovare accoglimento la tesi dell'appellante che proponeva di limitare l'ambito di applicazione dei vincoli pubblicistici al solo supporto fisico dell'opera, escludendone la riproduzione dell'immagine da tale regime.

Al contrario, il quadro normativo vigente, impone un'autorizzazione preventiva anche per l'utilizzo dell'immagine del bene culturale, configurando un vero e proprio diritto all'immagine dei beni culturali.

In particolare, la Corte aveva infatti affermato che, "*al pari del diritto all'immagine della persona disciplinato dall'art. 10 c.c., può sicuramente configurarsi un diritto all'immagine con riferimento ad un bene culturale in considerazione del suo valore collettivo, che trova il proprio fondamento normativo in un'espressa previsione legislativa ovvero negli articoli artt. 107 e 108 del D.lgs. N. 42/2004, norme di diretta attuazione dell'art. 9 della Costituzione* (C. Cost. N. 194/2013) – che vietano la

[237] ANTONIO MONDINI, *Osservatorio sull'ingegneria culturale – Introduzione*, in Arte e Diritto, II, 2024, p. 541.

[238] Corte appello - Bologna, 24/09/2024, n. 1792 in *DeJure.*

riproduzione di un bene in mancanza di approvazione (e pagamento del canone) –, *oltre che nei numerosi espressi richiami nello stesso codice al diritto all'immagine e al decoro del bene culturale*".[239]

Secondo la Corte, questa impostazione dimostrerebbe come la disciplina in esame non persegua finalità esclusivamente economico-patrimoniali, ma sia orientata in via prioritaria alla salvaguardia della funzione culturale e identitaria dei beni. Il fulcro della regolazione non risiederebbe nello sfruttamento economico della riproduzione, bensì nella destinazione funzionale del bene a promuovere lo sviluppo della cultura e la diffusione della conoscenza presso la collettività. In tale ottica, le eccezioni previste dall'art. 108 del Codice, che escludono l'obbligo di autorizzazione per le riproduzioni gratuite e non commerciali, erano state valorizzate come conferma del fatto che il fine ultimo della disciplina non sarebbe il profitto, bensì la valorizzazione culturale, in coerenza con l'art. 9 della Costituzione.

In questo quadro i giudici emiliani avevano ulteriormente specificato che, "*Il divieto di utilizzo dell'immagine di beni culturali senza specifica autorizzazione si ricollega quindi direttamente al principio per cui i beni culturali, qualora toccati da dinamiche di mercato, perderebbero il loro valore come individuato e ritenuto meritevole di tutela dal legislatore*" e che "*solo un'autorizzazione amministrativa può rimuovere il limite all'esercizio dell'attività economica del privato, previa valutazione tecnico-discrezionale della compatibilità dell'uso dell'immagine con la destinazione culturale del bene*".[240]

A conclusione dell'analisi, occorre rilevare come la sentenza, in linea con altre pronunce intervenute su questioni analoghe, contribuisca ad alimentare un acceso dibattito interpretativo. La decisione, infatti, finisce per riconoscere una forma di tutela funzionalmente assimilabile a quella del diritto d'autore anche in relazione a opere ormai appartenenti al pubblico dominio, estendendo di fatto la protezione oltre i tradizionali limiti temporali che caratterizzano i diritti di esclusiva nel sistema della proprietà intellettuale.

Restano così aperti interrogativi di particolare rilievo circa i criteri e le modalità attraverso cui l'amministrazione è chiamata a valutare, caso per caso, la compatibilità degli usi commerciali dell'immagine con la destinazione culturale del singolo bene. Si pone,

[239] Corte appello - Bologna, 24/09/2024, n. 1792 in DeJure.
[240] Corte appello - Bologna, 24/09/2024, n. 1792 in *DeJure.*

inoltre, una questione di fondo tutt'altro che marginale: la legittimità di attribuire prerogative di controllo sostanzialmente esclusive su beni che, per loro natura e funzione, appartengono all'intera collettività e costituiscono patrimonio comune. Una simile impostazione rischia, infatti, di determinare una compressione strutturale del principio del pubblico dominio, alterandone la funzione di spazio di libertà per la circolazione delle opere dell'ingegno e per l'iniziativa economica, con potenziali ricadute sistemiche sull'equilibrio tra tutela dell'interesse culturale e libertà fondamentali nell'ordinamento contemporaneo.[241]

2.13 I casi di riproduzione del David di Michelangelo

Numerose sono le controversie aventi ad oggetto la celebre opera di Michelangelo Buonarroti, il David, realizzata tra il 1501 e l'inizio del 1504 e attualmente conservata presso la Galleria dell'Accademia di Firenze. Largamente considerata un capolavoro della scultura mondiale, l'opera costituisce uno degli emblemi del Rinascimento nonché un simbolo di Firenze e dell'Italia nel mondo.

Tali pronunce hanno contribuito prima a formare, e poi ad arricchire il corpus giurisprudenziale in materia di riproduzione dei beni culturali, con particolare riferimento al *"diritto all'immagine"*del bene culturale in quanto tale.

2.13.1 Ordinanza del 25/10/2017 del Tribunale di Firenze

Il caso riguardava la controversia tra il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e l'agenzia di viaggi Visit Today di Tholonthuduwa Siriwardhanage Ujitha Sampath e Loku Kodikara Arachchige Geethika S.n.c., avente ad oggetto l'utilizzo commerciale non autorizzato dell'immagine del David di Michelangelo.

Secondo la prospettazione del Ministero, l'agenzia aveva offerto ai propri clienti pacchetti turistici comprendenti l'accesso a musei italiani, tra cui la Galleria dell'Accademia di Firenze, abbinati a visite guidate vendute a prezzi superiori rispetto a quelli ufficialmente praticati dal museo. Nel materiale promozionale, sia cartaceo (dépliant) sia digitale (sito internet), erano state utilizzate immagini della Galleria e della celebre scultura.

---

[241] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *Il ritratto del Duca d'Este. Un'immagine di tutti e di nessuno*, in Artribune, 26 ottobre 2024, p.1.

L'Amministrazione aveva qualificato tale condotta come lesiva dei propri diritti, richiamando l'art. 108 del Codice dei beni culturali, che subordina la riproduzione dei beni culturali a fini di lucro al rilascio di una preventiva concessione e al pagamento del relativo canone. Poiché l'agenzia Visit Today non aveva richiesto né ottenuto alcuna autorizzazione, il Ministero aveva ritenuto illecito l'uso commerciale dell'immagine dell'opera, prospettando inoltre possibili profili di abuso dell'immagine e di concorrenza sleale.

In pendenza del giudizio di merito, il Ministero aveva proposto ricorso cautelare, deducendo il pericolo di un danno grave e irreparabile derivante dal protrarsi dell'uso non autorizzato dell'immagine del David. Le misure richieste erano particolarmente incisive, comprendendo l'inibitoria dell'uso dell'immagine su tutto il territorio europeo, il ritiro e la distruzione del materiale promozionale, la rimozione delle immagini dai siti internet dell'agenzia, la pubblicazione del provvedimento su stampa e web, nonché l'applicazione di penali per ogni giorno di inottemperanza.

L'agenzia era rimasta contumace. Con ordinanza del 25 ottobre 2017 (RG n. 13758/2017), il Tribunale di Firenze (Sezione Imprese) aveva accolto integralmente il ricorso del Ministero, ravvisando sia il fumus boni iuris in relazione alla violazione dell'art. 108 del Codice dei beni culturali, sia il periculum in mora, sul presupposto che l'uso indiscriminato dell'immagine di un'opera simbolica come il David potesse comprometterne il valore culturale e identitario.

Nell'ordinanza si affermava che *"non vi è dubbio sulla qualificazione della scultura in oggetto come bene culturale, né sul fatto che l'autorità che lo ha in consegna è la Galleria dell'Accademia di Firenze, riconducibile al Ministero ricorrente; pertanto, il suo utilizzo a fini lucrativi effettuato tramite riproduzione della sua immagine rientra nelle ipotesi per le quali è necessaria la concessione dell'autorità amministrativa".*[242]

Sulla base di tale impostazione, il giudice aveva quindi ritenuto che l'uso dell'immagine e del nome del David da parte di Visit Today, a fini promozionali e in assenza di autorizzazione, integrasse una condotta illecita risarcibile ai sensi dell'art. 2043 c.c.

Alla luce di tali valutazioni, il Tribunale aveva disposto una serie di misure cautelari nei confronti della società resistente. In particolare, era stata inibita alla società, su tutto il

[242] Tribunale di Firenze, Sez. Imprese, ordinanza 25 ottobre 2017, n. 13758/2017, in *SPRINT- Sistema di proprietà intellettuale.*

territorio italiano ed europeo, la riproduzione a fini commerciali, anche parziale e in qualsiasi forma o mezzo, compresi quelli digitali, dell'immagine del David di Michelangelo.

Il giudice aveva altresì ordinato il ritiro immediato dal commercio e la distruzione di tutto il materiale pubblicitario contenente l'immagine della scultura, nonché degli strumenti utilizzati per la sua produzione e diffusione, sia presso la società resistente sia presso eventuali terzi che ne avessero la disponibilità. Era stata inoltre disposta l'eliminazione immediata dell'immagine dell'opera da tutti i siti internet riconducibili all'agenzia, incluso il sito ufficiale.

A tali misure si era aggiunto l'obbligo, a carico della resistente, di pubblicare integralmente il provvedimento, a proprie spese e sotto la supervisione del Ministero, per tre volte (anche non consecutive) su tre quotidiani a diffusione nazionale e su tre periodici scelti dal ricorrente, anche nelle rispettive versioni online, nonché sul sito web della società, dove il provvedimento avrebbe dovuto rimanere visibile per almeno sessanta giorni.

A garanzia dell'effettività delle prescrizioni, il Tribunale aveva previsto una penale giornaliera di euro 2.000 per ogni giorno di ritardo nell'adempimento di ciascuno degli obblighi imposti, ovvero per l'inosservanza dell'inibitoria, del ritiro e della distruzione del materiale pubblicitario, della rimozione delle immagini dai siti internet e della pubblicazione del provvedimento, inclusi i giorni in cui la pubblicazione fosse risultata inferiore al termine di sessanta giorni stabilito. La società Visit Today era stata infine condannata alla rifusione delle spese di lite, liquidate in euro 5.000 per compensi professionali, oltre accessori di legge.

L'ordinanza del Tribunale di Firenze del 26 ottobre 2017, collocandosi tra le prime pronunce giurisprudenziali in materia, ha segnato una svolta rilevante nell'attuazione concreta dei principi di tutela e valorizzazione dei beni culturali, fino ad allora rimasti in larga parte confinati a enunciazioni di carattere programmatico, prive di un'effettiva incidenza sulla prassi commerciale.[243]

Il David di Michelangelo, autentico simbolo del patrimonio artistico nazionale e mondiale, richiede infatti una protezione che non si esaurisca nella dimensione storico-

[243] L. TURINI, *Il David di Michelangelo è un'immagine da proteggere*, in *SPRINT– Sistema di Proprietà Intellettuale*, 2017, p. 1.

artistica, ma che si estenda anche al suo valore simbolico ed economico. Una gestione consapevole e regolata dell'immagine dell'opera è in grado di generare risorse economiche significative per la Galleria dell'Accademia, da destinare al miglioramento dell'offerta museale e alla conservazione del bene.

In questa prospettiva, il provvedimento del giudice fiorentino ha assunto un ruolo centrale, poiché ha riaffermato con particolare chiarezza il principio secondo cui l'utilizzo dell'immagine di un bene culturale per finalità commerciali deve essere previamente autorizzato dall'amministrazione competente, in conformità con l'art. 108 del Codice dei beni culturali.

2.13.2 Ordinanza dell' 11/04/2022 del Tribunale di Firenze

L'ordinanza dell'11 aprile 2022 era stata emessa all'esito di un reclamo proposto dal Ministero della Cultura ai sensi dell'art. 669-terdecies c.p.c., depositato alcuni mesi prima dinanzi al Tribunale di Firenze. Anche in tale occasione, il fulcro della controversia aveva riguardato l'utilizzo dell'immagine del David di Michelangelo, conservato presso la Galleria dell'Accademia di Firenze.

La parte reclamata era la Studi d'Arte – Cave Michelangelo S.r.l., società con sede a Carrara, attiva nella realizzazione di copie in marmo di pregio di celebri sculture classiche. Tra le opere maggiormente riprodotte figurava, in modo pressoché inevitabile, anche il David, la cui notorietà costituiva un evidente valore aggiunto sul piano commerciale. A fini promozionali, la società aveva pubblicato sul proprio sito internet una serie di immagini e modelli delle riproduzioni realizzate.

Nel 2018 una delle copie del David prodotte dalla S.A. – C.M. S.r.l. era stata utilizzata dalla casa di moda Brioni S.p.A. nell'ambito di una campagna pubblicitaria, in cui la statua compariva vestita con uno smoking. A seguito di una ricerca online volta a individuare il proprietario della scultura e a verificare eventuali ulteriori sfruttamenti economici dell'immagine, il Ministero aveva individuato la società S.A. – C.M. S.r.l. come titolare della copia e aveva rinvenuto, sulla pagina Facebook dell'azienda, un video che documentava l'installazione della statua in Piazza San Babila, a Milano.

La vicenda metteva così in luce, ancora una volta, l'estensione progressiva delle pretese dell'amministrazione sulla circolazione dell'immagine del David, anche quando questa derivasse non dalla riproduzione diretta dell'originale, bensì dall'utilizzo di una copia

materialmente realizzata da un soggetto privato. Tale impostazione sollevava interrogativi non marginali circa i limiti dell'art. 108 del Codice dei beni culturali e la sua applicabilità a forme di sfruttamento che, pur traendo origine dall'opera originale, si collocavano a valle di un'attività creativa e imprenditoriale autonoma.

In un primo momento, la vicenda era sembrata avviata verso una soluzione conciliativa: a fronte delle contestazioni mosse dal Ministero, la S.A. – C.M. S.r.l. aveva provveduto alla rimozione delle immagini e del video oggetto di rilievo, dichiarando di avere sempre agito in buona fede, senza finalità lucrative né intento doloso, e con l'esclusivo obiettivo di promuovere la cultura scultorea e valorizzare l'opera. La società si era inoltre impegnata a custodire la copia del David esclusivamente all'interno del proprio atelier, per finalità didattiche connesse alla formazione degli scultori, e a non consentirne ulteriori utilizzi senza preventiva autorizzazione della Galleria dell'Accademia.

Tuttavia, nonostante tali dichiarazioni, il Ministero aveva successivamente riscontrato sul sito ufficiale della S.A. – C.M. S.r.l. la presenza di ulteriori immagini della medesima copia del David. Era stato proprio questo nuovo accertamento a riattivare l'iniziativa dell'Amministrazione e a dare impulso al procedimento che aveva condotto all'adozione dell'ordinanza in esame, evidenziando come l'atteggiamento dell'ente pubblico fosse improntato a una vigilanza particolarmente penetrante sull'uso dell'immagine dell'opera.

La controversia traeva dunque origine dalla contestazione, da parte del Ministero della Cultura, dell'utilizzo ritenuto illecito dell'immagine del David da parte della S.A. – C.M. S.r.l., che avrebbe impiegato tale immagine a fini promozionali sul proprio sito internet.

Con reclamo proposto ai sensi dell'art. 669-terdecies c.p.c. in data 17 febbraio 2022, il Ministero aveva chiesto la riforma dell'ordinanza pronunciata dal Tribunale di Firenze il 31 gennaio 2022, nel procedimento R.G. n. 2992/2021.

Con tale istanza, l'Amministrazione aveva domandato che fosse inibito alla società reclamata l'uso e la diffusione dell'immagine della statua del David per finalità pubblicitarie o commerciali in assenza di una preventiva autorizzazione, nonché che fosse ordinata la rimozione immediata dal sito internet aziendale di tutte le immagini relative alla copia riconducibile all'originale conservato presso la Galleria dell'Accademia di Firenze. Era stata altresì richiesta l'autorizzazione a procedere alla notifica del provvedimento cautelare anche tramite posta elettronica certificata (PEC).

La società reclamata, costituendosi in giudizio il 1° aprile 2022, aveva chiesto il rigetto integrale delle misure cautelari richieste dal Ministero, sostenendo che non sussistessero i presupposti del fumus boni iuris e del periculum in mora.

Il Tribunale di Firenze, tuttavia, aveva accolto il reclamo proposto dal M.I.C. e, innanzitutto, aveva riconosciuto la presenza del periculum in mora, ritenendo che l'utilizzo dell'immagine del David di Michelangelo da parte della società reclamata, finalizzato a scopi commerciali, fosse idoneo a compromettere la dignità del bene culturale, riducendolo a mero elemento distintivo dell'azienda stessa. Tale impiego, chiaramente promozionale, avrebbe potuto indurre terzi a ritenere lecita una condotta altrimenti illecita, con conseguente rischio di diffusione dell'illecito.

Il Tribunale aveva precisato che, poiché era stato effettivamente utilizzato l'immagine del bene culturale, non risultava rilevante il fatto che si trattasse di fotografie della copia e non dell'originale.

La condotta della società sarebbe stata conforme alla normativa soltanto se l'uso della copia del David fosse stato limitato all'atelier per finalità didattiche legate alla formazione degli scultori, astenendosi da qualsiasi ulteriore riproduzione o diffusione senza espressa autorizzazione della Galleria dell'Accademia.

Quanto al fumus boni iuris, il Tribunale lo aveva ritenuto sussistente, individuandolo nel diritto all'immagine dei beni culturali previsto dall'art. 107 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, il quale impone l'autorizzazione preventiva da parte del Ministero per la riproduzione dei beni culturali. Secondo l'interpretazione del Tribunale, le eccezioni tassative previste dall'art. 108, comma 3-bis, del medesimo Codice confermavano l'esistenza di un divieto generale di riproduzione senza autorizzazione ministeriale.

L'ordinanza aveva ricollegato il diritto all'immagine dei beni culturali alla finalità generale di tutela e valorizzazione del patrimonio, la cui fruizione doveva avvenire in forma pubblica e qualificata, ai sensi degli artt. 3, comma 1, e 6, comma 1, del Codice dei beni culturali e del paesaggio. La *"pubblica fruizione",* come evidenziato dal Tribunale, implicava un processo conoscitivo profondo e culturalmente significativo, distinto da qualsiasi occasione in cui un bene culturale fosse semplicemente visibile, ad esempio in campagne pubblicitarie o materiali promozionali a scopo commerciale.

Il Tribunale aveva riconosciuto la possibilità di proteggere l'immagine del bene culturale in quanto tale, valorizzandone il potere evocativo e la riconoscibilità.[244]

In tale prospettiva, aveva osservato che la finalità sottesa agli articoli 107 e 108 del Codice dei beni culturali fosse quella di garantire "*la tutela di un aspetto di carattere anche non patrimoniale attinente alla riproduzione del bene culturale*"[245] giungendo così a concludere che "*tali aspetti essenziali altro non possono configurare che il diritto all'immagine del bene culturale*".[246]

Accanto alla constatazione dell'assenza di autorizzazione preventiva e dell'omesso pagamento dei canoni dovuti, il giudice fiorentino aveva inoltre ravvisato l'esistenza di un autonomo pregiudizio all'immagine dell'opera. In particolare, aveva affermato che "*la volgarizzazione dell'opera d'arte e culturale e la riproduzione senza il preliminare vaglio ad opera delle autorità preposte con riferimento alla compatibilità tra l'uso e il valore culturale dell'opera, crea il pericolo di un danno irreversibile per tutti quegli usi che l'autorità preposta dovesse giudicare incompatibile, inibendola*", poichè "*il danno all'immagine dell'opera pubblica è un danno anche immateriale al bene culturale per il suo valore collettivo".*[247]

Sulla base di tali premesse, il Tribunale aveva sostenuto che la riproduzione di un bene culturale, in quanto forma di utilizzo del bene stesso, potesse considerarsi lecita soltanto se coerente con le finalità di pubblica fruizione e, dunque, solo se preceduta da una preventiva autorizzazione del Ministero della Cultura, rilasciata a seguito di una valutazione di compatibilità tra l'uso richiesto e la natura storico-artistica dell'opera.

Muovendo da questa impostazione, il Tribunale di Firenze aveva accolto il reclamo del Ministero, ritenendo legittima la richiesta cautelare, e aveva disposto la rimozione dal sito internet della società reclamata di tutte le immagini raffiguranti il David di Michelangelo, anche solo in parte, nonché il divieto di ogni ulteriore utilizzo non autorizzato dell'immagine dell'opera, includendo persino la riproduzione fisica della statua. Era stata inoltre prevista una penale di euro 500 per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione del

---

[244] E. SACCHETTO, *La deriva proprietaria sull'uso delle immagini dei beni culturali: un boomerang nazionale*, in Arte e Diritto, I, 2024, p. 205.
[245] Trib. Firenze, ord. 11 aprile 2022, R.G. n. 1910/2022, in *OneLegale*.
[246] Trib. Firenze, ord. 11 aprile 2022, R.G. n. 1910/2022, in *OneLegale.*
[247] Trib. Firenze, ord. 11 aprile 2022, R.G. n. 1910/2022, in *OneLegale.*

provvedimento o in caso di ripresa dell'attività ritenuta illecita, nonché l'ordine di pubblicazione del dispositivo dell'ordinanza.

Una simile ricostruzione, pur muovendo da una lettura estensiva degli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali, conduceva ad attribuire al cosiddetto "diritto all'immagine del bene culturale" una portata particolarmente ampia, tale da ricomprendere non solo la riproduzione fotografica dell'originale, ma anche l'utilizzo di immagini di copie realizzate da soggetti privati. Questa impostazione pone questioni di rilievo in ordine al delicato bilanciamento tra le esigenze di tutela del patrimonio culturale e le istanze di libera iniziativa economica e creativa connesse alla riproduzione e alla valorizzazione delle opere d'arte.

2.13.3 Sentenza n. 1207 del 20/04/2023 del Tribunale di Firenze

Nel panorama delle pronunce giurisprudenziali relative all'utilizzo dell'immagine del David di Michelangelo, assume particolare rilievo la sentenza n. 1207 del 20 aprile 2023 del Tribunale di Firenze, con la quale il giudice ha nuovamente esaminato la questione della tutela dell'immagine del celebre capolavoro.

La controversia traeva origine dalla primavera del 2020, quando il responsabile editoriale della rivista GQ Italia, edita da Edizioni Condé Nast S.p.A., aveva inviato una comunicazione via e-mail alla Direttrice della Galleria dell'Accademia di Firenze, al fine di ottenere il consenso all'utilizzo dell'immagine della statua nell'ambito di un progetto editoriale. L'iniziativa prevedeva la realizzazione di una copertina dedicata al tema di un *"nuovo Rinascimento italiano"*, mediante un sofisticato intervento di cartotecnica lenticolare destinato a creare un effetto di *morphing* tra il David di Michelangelo e un noto modello.

A seguito di uno scambio epistolare con l'ufficio relazioni pubbliche della Galleria e dopo alcune manifestazioni di perplessità, la Direttrice aveva rilasciato un'autorizzazione condizionata all'uso dell'immagine. In particolare, erano stati posti due vincoli ritenuti essenziali: da un lato, che la riproduzione del David non subisse alterazioni dovute all'effetto lenticolare; dall'altro, che la rivista contenesse un articolo redazionale dedicato alla Galleria dell'Accademia e all'opera di Michelangelo, al fine di qualificare l'impiego dell'immagine come non meramente commerciale.

Tali condizioni, tuttavia, non erano state rispettate.

Il numero di luglio-agosto 2020 di GQ Italia era stato regolarmente distribuito con una copertina raffigurante il David modificato dall'effetto cangiante, in palese difformità rispetto alle prescrizioni impartite dalla Direzione della Galleria. La pubblicazione risultava, pertanto, priva di una valida autorizzazione.

A seguito dell'uscita in edicola del numero, il Ministero aveva richiesto chiarimenti alla redazione. L'addetto stampa della Galleria aveva riferito di aver chiesto un prototipo della copertina per valutare l'effetto visivo finale e di aver insistito sull'utilizzo esclusivo dell'immagine originale dell'opera, senza manipolazioni grafiche; tuttavia, il giornalista responsabile del progetto non avrebbe fornito alcun riscontro.

In tale contesto, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo aveva promosso un'azione giudiziaria, sia in sede cautelare sia nel merito, al fine di ottenere l'inibizione dell'uso non autorizzato e il risarcimento dei danni, patrimoniali e non patrimoniali, derivanti dalla violazione del diritto all'immagine del bene culturale.

Con la sentenza n. 1207/2023, il Tribunale di Firenze aveva esaminato in modo approfondito i profili fattuali e giuridici della vicenda e, sulla base degli elementi emersi, aveva ritenuto responsabile Edizioni Condé Nast S.p.A., condannandola al pagamento in favore del Ministero di euro 20.000 a titolo di risarcimento del danno patrimoniale e di ulteriori euro 30.000 a titolo di danno non patrimoniale, oltre agli interessi di legge.

La sentenza aveva ricostruito il quadro normativo che giustificava la risarcibilità del danno non patrimoniale, richiamando la giurisprudenza consolidata, incluse le pronunce delle Sezioni Unite[248], che qualificano l'art. 2059 c.c. come una disposizione di rinvio. Tale norma, infatti, *"rimanda alle leggi che determinano i casi di risarcibilità del danno non patrimoniale ed, al di fuori dei casi espressamente determinati dalla legge, in virtù del principio della tutela minima risarcitoria spettante ai diritti costituzionali inviolabili, la tutela è estesa ai casi di danno non patrimoniale prodotto dalla lesione di diritti inviolabili della riconosciuti dalla Costituzione".*

Nel motivare la decisione, il Tribunale aveva richiamato anche l'art. 2 della Costituzione, che tutela *"il diritto a non vedere alterato all'esterno e quindi travisato, offuscato o contestato il proprio patrimonio intellettuale, politico, sociale, religioso, ideologico, professionale*".

[248] Tra cui, in particolare, Cass. Civ., Sez. Un., 11.11.2008, n. 26972, in *DeJure.*

In tale prospettiva, il giudice aveva osservato che *"sarebbe del tutto irragionevole postulare l'assenza del rimedio risarcitorio a fronte di lesioni dell'interesse non patrimoniale presidiato dall'art. 9 Cost., che si identifica con l'identità collettiva dei cittadini che si riconoscono come appartenenti alla medesima Nazione anche in virtù del patrimonio artistico e culturale"*.[249]

A completamento del ragionamento, il Tribunale aveva affermato che *"la società convenuta ha gravemente leso tali interessi, poiché, con la tecnica lenticolare, ha insidiosamente e maliziosamente accostato l'immagine del David di Michelangelo a quella di un modello, così svilendo, offuscando, mortificando, umiliando l'alto valore simbolico ed identitario dell'opera d'arte ed asservendo la stessa a finalità pubblicitarie e di promozione editoriale"*.[250]

È proprio in questo passaggio che la sentenza mostra la sua maggiore portata sistematica. Ancorando il diritto all'immagine del bene culturale agli artt. 2 e 9 della Costituzione, il Tribunale costruisce una forma di tutela non patrimoniale che protegge l'opera in quanto elemento costitutivo dell'identità nazionale. Il danno risarcibile non è più solo la perdita economica derivante dall'uso non autorizzato, ma anche la lesione del valore simbolico, collettivo e rappresentativo dell'opera.

La pronuncia del Tribunale di Firenze ha così offerto un'importante occasione per riflettere sull'esistenza di un diritto all'immagine riferibile non solo alle persone fisiche, come previsto dall'art. 10 c.c., ma anche ai beni culturali, rinvenendone il fondamento negli artt. 107 e 108 del Codice dei Beni Culturali.[251]

Tale impostazione non era del tutto nuova, poiché già in passato la giurisprudenza aveva ammesso l'applicabilità del diritto all'immagine a soggetti privi di personalità fisica, come le persone giuridiche[252] o anche le associazioni non riconosciute.[253]

Sotto questo profilo, la decisione opera una significativa estensione delle categorie tradizionali del diritto civile. Il diritto all'immagine, storicamente riferito alle persone fisiche e successivamente esteso dalla giurisprudenza alle persone giuridiche e agli enti

---

[249] Trib. Firenze, sent. 20 aprile 2023, n. 1207, R.G. n. 8150/2020, in *DeJure.*
[250] Trib. Firenze, sent. 20 aprile 2023, n. 1207, R.G. n. 8150/2020, in *DeJure.*
[251] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *Bello e impossibile. GQ Italia condannata per aver pubblicato un cangiante David di Michelangelo senza l'autorizzazione del Ministero della cultura e aver violato il diritto d'immagine dell'opera*, in *SPRINT – Sistema Proprietà Intellettuale*, 2023, p. 1.
[252] Cass. civ. n. 12929/2007 e Cass. civ. n. 8397/2016, in *OneLegale.*
[253] Cass. civ. n. 23401/2015, in *OneLegale.*

collettivi, viene qui trasposto su un oggetto materiale, il bene culturale, in quanto portatore di un valore simbolico, identitario e culturale che trascende la sua dimensione patrimoniale. Il bene culturale viene così concepito non solo come oggetto di proprietà pubblica, ma come centro di imputazione di interessi giuridicamente protetti, riconducibili all'identità culturale della collettività.

Secondo il Tribunale fiorentino, la struttura dell'art. 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, e in particolare l'elenco dettagliato delle eccezioni al regime autorizzatorio, testimoniava implicitamente l'esistenza di un diritto generale all'immagine dei beni culturali, che si manifestava attraverso il divieto di riproduzione in assenza di previa autorizzazione.

In tale prospettiva, *"la tassatività delle eccezionali ipotesi derogatorie previste dall'art. 108 CBC […] conferma, a contrario, l'esistenza in via generale nell'ordinamento di un diritto all'immagine dei beni culturali, che è garantito attraverso il divieto di riprodurre il bene culturale in assenza di autorizzazione"* [254], evidenziando altresì *"l'esistenza giuridica di un quid diverso dal mero sfruttamento economico della riproduzione del bene culturale, che pone su un piano accessorio l'aspetto patrimoniale, giungendosi financo alla sua esclusione nei casi individuati dall'art. 108".*[255]

Tale diritto all'immagine veniva fatto discendere dalla particolare funzione dei beni culturali, destinati a una fruizione pubblica e culturalmente qualificata, orientata alla diffusione della cultura e alla valorizzazione del patrimonio artistico nazionale. Come chiarito dal Tribunale, la pubblica fruizione doveva essere intesa come *"un "processo di conoscenza, qualificata e compiuta, di un oggetto, di una realtà che diventa parte e patrimonio della cultura singola e collettiva", mentre non costituisce pubblica fruizione qualsiasi mera occasione di pubblicità per il bene culturale".*[256]

Anche la riproduzione delle immagini dei beni culturali risultava, dunque, subordinata al rispetto di tali presupposti: non era sufficiente il pagamento di un corrispettivo, ma risultava determinante il previo consenso dell'amministrazione competente, espresso all'esito di una valutazione discrezionale sulla compatibilità dell'uso richiesto con la

[254] Trib. Firenze, sent. 20 aprile 2023, n. 1207, R.G. n. 8150/2020, in *OneLegale.*
[255] Trib. Firenze, sent. 20 aprile 2023, n. 1207, R.G. n. 8150/2020, in *OneLegale.*
[256] Trib. Firenze, sent. 20 aprile 2023, n. 1207, R.G. n. 8150/2020, in *OneLegale.*

natura storica e culturale del bene, come previsto dall'art. 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio.[257]

2.13.4 Il paradosso degli Uffizi

Alla luce delle sentenze analizzate, appare evidente la forte volontà del Ministero e della Galleria dell'Accademia di tutelare l'immagine del David di Michelangelo da utilizzi ritenuti lesivi del suo valore simbolico e culturale. Tuttavia, tale linea interpretativa solleva non poche perplessità se posta a confronto con le stesse pratiche commerciali poste in essere dall'autorità che ha in custodia il bene.

Sul sito ufficiale delle Gallerie degli Uffizi (firenze.musei.it), infatti, sono presenti numerosi gadget raffiguranti il David, raccolti sotto la denominazione *"Il David in pezzi da collezione".* All'interno di tale collezione compare, tra l'altro, un prodotto denominato *"magnete sedere David",* che riproduce una parte anatomica della statua in chiave ludica e marcatamente commerciale. Si tratta di un oggetto che, per modalità di rappresentazione e denominazione, appare difficilmente conciliabile con l'elevato valore simbolico e culturale dell'opera.

Eppure, proprio il Tribunale di Firenze, con l'ordinanza dell'11 aprile 2022, aveva accolto il reclamo del Ministero della Cultura affermando che l'utilizzo dell'immagine del David da parte di un soggetto privato a fini commerciali fosse idoneo a compromettere la dignità del bene culturale, riducendolo a mero elemento distintivo dell'attività imprenditoriale. La motivazione si fondava sulla necessità di evitare che l'opera venisse "volgarizzata" o strumentalizzata in modo incompatibile con il suo valore culturale e identitario.

Dal punto di vista strettamente normativo, è vero che gli Uffizi, in quanto ente che ha in consegna il bene culturale, non viola gli artt. 108 e 109 del Codice dei beni culturali quando autorizza o realizza direttamente la riproduzione dell'immagine del David. Tuttavia, ciò non esaurisce il problema. Resta infatti aperta una questione di coerenza sistematica e di legittimità sostanziale: se l'uso commerciale dell'immagine del David da parte di soggetti privati viene censurato perché idoneo a svilire e compromettere la dignità del bene, allora è legittimo domandarsi per quale ragione un uso analogo, se non

[257] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *Bello e impossibile. GQ Italia condannata per aver pubblicato un cangiante David di Michelangelo senza l'autorizzazione del Ministero della cultura e aver violato il diritto d'immagine dell'opera*, *cit.,* p. 1.

addirittura più spinto in senso caricaturale, debba ritenersi accettabile quando proviene dall'ente che ne è custode.

Una calamita denominata "il sedere del David" appare, infatti, difficilmente distinguibile, sul piano dell'effetto simbolico, da quelle forme di sfruttamento che la giurisprudenza ha qualificato come lesive dell'immagine dell'opera.

Le medesime argomentazioni erano state poste dal Tribunale di Firenze nella sentenza n. 1207 del 20 aprile 2023, resa nel caso Condé Nast - GQ, ove si era affermato che l'accostamento del David a un modello attraverso la tecnica lenticolare aveva *"svilito, offuscato, mortificato e umiliato l'alto valore simbolico ed identitario dell'opera"*, asservendola a finalità pubblicitarie. Anche in quel caso, il giudice aveva riconosciuto un danno non patrimoniale al bene culturale, fondato proprio sulla compromissione della sua immagine e della sua funzione identitaria collettiva.

Il raffronto con la politica di merchandising degli Uffizi mette quindi in luce una tensione irrisolta nell'attuale costruzione giurisprudenziale del diritto all'immagine del bene culturale.

Se la tutela è giustificata non soltanto in chiave patrimoniale, ma anche, e soprattutto, in ragione del valore simbolico e identitario dell'opera, allora essa dovrebbe operare in modo coerente e non selettivo, vincolando anche l'amministrazione che ha il bene in custodia nelle proprie scelte di valorizzazione economica.

In caso contrario, il rischio è che il diritto all'immagine del bene culturale si trasformi in uno strumento di controllo del mercato riservato all'autorità pubblica, piuttosto che in un'autentica garanzia della dignità e del valore culturale dell'opera.

Una tutela credibile dell'immagine del David non può prescindere dalla coerenza tra ciò che viene vietato ai privati e ciò che è consentito, o addirittura promosso, dall'ente che ne è custode.

2.14 Tribunale di Napoli: il caso del Cristo Velato della Cappella di San Severo

Alla luce dei molteplici casi giurisprudenziali fin qui analizzati, sorge spontaneo ritenere che tutti i soggetti che svolgono un'attività commerciale o interessati all'utilizzo di immagini di beni culturali dovrebbero ormai essere pienamente consapevoli della necessità di ottenere la preventiva autorizzazione dell'amministrazione competente e di corrispondere il relativo canone qualora l'uso abbia finalità lucrative.

Eppure, anche nel 2024, una nuova controversia è stata sottoposta alle sezioni specializzate in materia d'impresa del Tribunale di Napoli, nella quale sono riemerse, in modo particolarmente emblematico, le questioni giuridiche fin qui ampiamente dibattute in tema di tutela dell'immagine dei beni culturali.

Nel gennaio 2024 due società commerciali avevano lanciato sul mercato una linea di occhiali da sole denominata Malaterra, accompagnata da una campagna promozionale diffusa soprattutto attraverso la piattaforma TikTok. Il prodotto presentava una forte carica simbolica: le stanghette richiamavano nella forma le Vele di Scampia; su una di esse era impressa l'immagine del Cristo Velato di Giuseppe Sanmartino, celebre scultura barocca conservata nella Cappella Sansevero di Napoli, mentre sull'altra compariva l'immagine di una pistola. La custodia degli occhiali, modellata come una fondina, e il contenuto del video promozionale, nel quale l'accessorio veniva presentato come strumento capace di conferire al portatore un aspetto "criminale", in stile Gomorra, rafforzavano ulteriormente un immaginario esplicitamente legato alla devianza e alla violenza.

La proprietà del Museo Cappella Sansevero e i discendenti del principe Raimondo di Sangro, comproprietari del complesso monumentale, ritennero che tale operazione commerciale determinasse una grave lesione dell'immagine dell'opera e dell'istituzione museale, anche in ragione del rischio che il pubblico potesse erroneamente ritenere esistente una forma di collaborazione o di autorizzazione da parte del Museo. Per tale motivo, nel febbraio 2024 essi promossero un procedimento cautelare d'urgenza dinanzi al Tribunale di Napoli, sezione specializzata in materia d'impresa, chiedendo l'inibitoria della produzione, promozione e vendita degli occhiali, il sequestro dei prodotti e del materiale pubblicitario, nonché la tutela dei marchi registrati relativi al Cristo Velato e alla Cappella Sansevero.

Con ordinanza del settembre 2024 il Tribunale accolse le principali domande dei ricorrenti, riconoscendo che le condotte delle società convenute erano idonee a violare sia i diritti di marchio sia il diritto all'immagine del bene culturale.

Sotto il primo profilo, i giudici rilevarono che l'uso dell'immagine del Cristo Velato e del nome dell'opera sugli occhiali e nella comunicazione commerciale integrava una violazione dei marchi registrati, generando un rischio di associazione indebita tra il

prodotto e l'istituzione museale, tale da ingenerare nel pubblico l'erronea percezione di un avallo o di una partnership ufficiale.

Ma l'aspetto più significativo della decisione riguarda il riconoscimento di una lesione autonoma dell'immagine dell'opera d'arte.

Il Tribunale aveva affermato che l'accostamento del Cristo Velato, opera di assoluto pregio artistico e simbolo del patrimonio culturale italiano, a una pistola, alle Vele di Scampia e a un immaginario criminale determinava una vera e propria volgarizzazione e svilimento simbolico dell'opera, compromettendone il valore identitario, spirituale e culturale.

La riproduzione dell'immagine, utilizzata a fini dichiaratamente commerciali e promozionali, era avvenuta senza alcuna autorizzazione dei titolari dei diritti e dell'ente che custodisce il bene, in violazione dei principi che governano l'uso delle immagini dei beni culturali.

La decisione si colloca così nel solco di un orientamento giurisprudenziale ormai consolidato, emerso con particolare forza nei casi relativi al David di Michelangelo, che riconosce l'esistenza di un vero e proprio *diritto all'immagine del bene culturale*. Tale diritto non tutela soltanto l'interesse patrimoniale alla percezione di canoni o corrispettivi, ma protegge anche una dimensione immateriale, legata alla funzione pubblica, culturale e identitaria dell'opera. L'immagine del bene non è un mero segno liberamente appropriabile dal mercato, ma uno strumento di mediazione culturale che deve essere coerente con la natura e il valore storico-artistico dell'oggetto rappresentato.

Sotto il profilo sistematico, questa impostazione trova fondamento nell'art. 9 della Costituzione, che impone la tutela del patrimonio storico e artistico della Nazione, e nelle norme del Codice dei beni culturali che subordinano l'uso dell'immagine del bene a una valutazione di compatibilità con le finalità di fruizione pubblica e di valorizzazione culturale. Nel caso del Cristo Velato, l'uso in chiave provocatoria, violenta e apertamente commerciale è stato giudicato radicalmente incompatibile con tali finalità.

Al tempo stesso, la pronuncia solleva questioni di rilievo sul piano dei rapporti tra tutela del patrimonio culturale e libertà di espressione e di iniziativa economica. La nozione di "lesione dell'immagine dell'opera", così come elaborata dalla giurisprudenza, tende ad assumere una portata molto ampia, idonea a ricomprendere non solo gli sfruttamenti

parassitari o ingannevoli, ma anche operazioni simboliche e comunicative che si discostino dalla rappresentazione "ufficiale" dell'opera.

In questo senso, il rischio è che il diritto all'immagine del bene culturale si trasformi in uno strumento di controllo generalizzato sulle modalità di rielaborazione contemporanea delle opere d'arte.

Nel caso concreto, tuttavia, la presenza di un fine puramente commerciale e l'accostamento dell'opera a simboli di criminalità e violenza rendono la decisione del Tribunale di Napoli largamente condivisibile. L'uso del Cristo Velato non mirava a una rielaborazione critica o artistica, ma a sfruttarne la forza evocativa per promuovere un prodotto, in un contesto che ne mortificava il valore culturale e simbolico. La pronuncia conferma così che la tutela dell'immagine dei beni culturali non è soltanto una questione di canoni e autorizzazioni, ma riguarda la protezione dell'identità culturale che tali opere incarnano.

3 CAPITOLO 3: I SEGNI DEL PATRIMONIO CULTURALE

SOMMARIO: 3.1 Evoluzione storica del concetto di marchio - 3.1.1 Il marchio nell'economia moderna - 3.1.2 L'armonizzazione della disciplina dei marchi tra diritto interno e diritto dell'Unione Europea - 3.2 Nozione e funzione del marchio - 3.2.1 La funzione distintiva e la funzione di origine e di provenienza - 3.2.2 Funzione distintiva e protezione dal rischio di confusione: il principio di relatività - 3.2.3 Oggetto della tutela del marchio: segni suscettibili di registrazione - 3.2.3.1 Modalità di registrazione del marchio - 3.3 I segni del patrimonio culturale - 3.4 I segni usati in campo artistico e letterario: art 8, comma 3 C.P.I. - 3.4.1 Notorietà dei marchi: decisioni UIBM (art. 8, comma 3 c.p.i.) - 3.4.2 Art. 8 c.p.i. e la protezione dei segni notori nel settore culturale - 3.5 Stemmi, emblemi e altri segni di rilievo istituzionale: art 10 C.P.I. - 3.6 I marchi storici di interesse nazionale: art 11-ter C.P.I. - 3.6.1 Il marchio come veicolo di tutela del Made in Italy e di promozione del patrimonio culturale nazionale - 3.7 La registrazione di marchi aventi ad oggetto elementi grafici distintivi tratti dal patrimonio culturale, storico, architettonico: art 19, comma 3 C.P.I. - 3.7.1 I marchi degli istituti culturali - 3.7.2 Tutela dei beni culturali: blocco e revoca dei marchi inappropriati - 3.7.3 La registrazione di un marchio derivante dalla reinterpretazione di beni culturali - 3.8 Il ruolo dell'ordine pubblico e del buon costume come limiti alla registrazione dei marchi: il caso Vigeland - 3.8.1 Ordine pubblico e buon costume: art 14 c.p.i. - 3.8.2 Art 14 come limite alla registrazione dei marchi: il caso Vigeland - 3.9 La registrazione degli edifici museali e dei signature building: un'analisi comparata - 3.9.1 Profili di tutela nei sistemi italiano e statunitense - 3.10 La tutela degli edifici simbolici in Giappone tra marchi e design

3.1 Evoluzione storica del concetto di marchio

L'uso di segni per contraddistinguere beni e servizi ha radici antichissime. Fin dagli albori dell'agricoltura e del commercio, commercianti e mercanti apponevano marchi sui propri prodotti per due finalità principali: identificarne la proprietà, come avveniva, ad esempio, con la marchiatura del bestiame e garantirne la qualità. Quest'ultima funzione fu particolarmente rilevante nel Medioevo e fino al XVIII secolo, quando le corporazioni di arti e mestieri vigilavano sul rispetto di standard produttivi uniformi. In epoca medievale

si registrano anche casi emblematici, come quello dei fabbri vichinghi che realizzavano spade di straordinaria qualità, ognuna recante il marchio *Ulfberht* racchiuso tra due croci, simbolo inequivocabile di provenienza e affidabilità.[258]

Sul piano normativo, il primo intervento legislativo organico in materia si ebbe nel Regno Unito con la Trade Marks Registration Act del 1875. Celebre è l'episodio legato alla Bass Brewery, fondata nel 1777: la notte prima dell'entrata in vigore della legge, il 1º gennaio 1876, un suo incaricato attese fuori dall'Ufficio Brevetti per depositare la prima domanda di marchio registrato. Il marchio Bass, immortalato anche nel dipinto "*Un bar aux Folies Bergère*" di Édouard Manet, è considerato il più antico marchio dell'età contemporanea; nel 2013, la storica Bass Pale Ale è stata infatti ribattezzata *"Bass Trademark No. 1"* in omaggio al suo primato storico e giuridico.[259]

Non stupisce che, nel corso del XIX secolo, il marchio si sia progressivamente affermato come uno strumento centrale nella dinamica concorrenziale. La sua funzione, infatti, risulta pienamente coerente con i presupposti del pensiero liberista.[260]

L'intero sistema moderno dei segni distintivi è orientato a favorire un funzionamento più efficiente del mercato: sul piano microeconomico, agevola il consumatore nel riconoscere e reperire con immediatezza i prodotti che rispondono alle sue preferenze; sul piano macroeconomico, contribuisce a selezionare gli operatori più efficienti, incentivandone il successo e, al contempo, marginalizzando quelli meno performanti.[261] Come sottolineava Cesare Vivante[262], il marchio consente di ricondurre direttamente all'imprenditore sia i meriti sia le eventuali mancanze della sua attività.

Per queste ragioni, i principi fondamentali della tutela dei marchi si sono rapidamente consolidati nei Paesi occidentali. L'evoluzione è iniziata sul piano nazionale, in particolare nella seconda metà dell'Ottocento, come dimostra l'emanazione della legge italiana del 1868. In un momento successivo, la protezione è stata estesa alla dimensione internazionale attraverso strumenti quali la Convenzione di Parigi del 1883 e l'Accordo di Madrid del 1891.[263]

---

[258] EUIPO, *La storia dei marchi*, 2023, p. 1.
[259] EUIPO, *La storia dei marchi*, *cit.,* p. 1.
[260] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, Giappichelli Editore, Milano, 2015, pag. 5.
[261] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, *cit*., p. 6.
[262] C. VIVANTE, *Trattato di diritto commerciale*, vol. I, Le persone, F.lli Bocca, Torino, 1893, pag. 157.
[263] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, *cit*., p. 6.

Nel corso del Novecento i sistemi di tutela dei marchi hanno conosciuto cambiamenti significativi. In Italia, un passaggio particolarmente rilevante si è verificato nel 1942, quando la disciplina in materia è stata aggiornata attraverso l'introduzione di specifiche disposizioni del Codice civile (artt. 2569-2574 c.c.) e mediante l'emanazione del Regio Decreto 21 giugno 1942, n. 929, che sanciva il principio di incedibilità del marchio se non congiuntamente all'azienda di cui costituiva elemento distintivo. Tale impostazione rifletteva la funzione primaria attribuita al marchio, intesa come garanzia della provenienza di un prodotto o di un servizio da una specifica impresa, rendendo pertanto inconcepibile una scissione tra i due elementi.[264]

Questo vincolo è stato eliminato con il Decreto Legislativo 4 dicembre 1992, n. 480, emanato in attuazione della Direttiva 89/104/CEE volta ad armonizzare le legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa.[265]

Prima di giungere all'assetto definitivo con il Codice della Proprietà Industriale, il sistema normativo ha attraversato fasi di significativo rinnovamento.[266]

Un primo passo è stato compiuto con il Decreto Legislativo 19 marzo 1996, n. 198, volto ad adeguare la legislazione agli accordi TRIPs (Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights), frutto dei negoziati dell'Uruguay Round.[267] Successivamente, il Decreto Legislativo 8 ottobre 1999, n. 447 ha ulteriormente consolidato il processo di armonizzazione tra la normativa nazionale e quella comunitaria.

---

[264] L'art. 15 della Legge Marchi (R.D. 21 giugno 1942 n. 929) recitava: *"Il marchio non può essere trasferito se non in dipendenza del trasferimento dell'azienda, o di un ramo particolare di questa, a condizione, inoltre, che il trasferimento del marchio stesso avvenga per l'uso di esso a titolo esclusivo. In ogni caso, dal trasferimento del marchio non deve derivare inganno in quei caratteri dei prodotti o merci che sono essenziali nell'apprezzamento del pubblico".*

[265] L'art. 15 della Legge Marchi (R.D. 21 giugno 1942 n. 929) è stato sostituito da D.Lgs. 4 dicembre 1992 n. 480, dal seguente: *"1. Il marchio può essere trasferito per la totalità o per una parte dei prodotti o servizi per i quali è stato registrato.2. Il marchio può essere oggetto di licenza anche non esclusiva per la totalità o per parte dei prodotti o dei servizi per i quali è stato registrato e per la totalità o per parte del territorio dello Stato, a condizione che, in caso di licenza non esclusiva, il licenziatario si obblighi espressamente ad usare il marchio per contraddistinguere prodotti o servizi eguali a quelli corrispondenti messi in commercio o prestati nel territorio dello Stato con lo stesso marchio dal titolare o da altri licenziatari. 3. Il titolare del marchio di impresa può fare valere il diritto all'uso esclusivo del marchio stesso contro il licenziatario che violi le disposizioni del contratto di licenza relativamente alla durata, al modo di utilizzazione del marchio, alla natura dei prodotti o servizi per i quali la licenza è concessa, al territorio in cui il marchio può essere usato o alla qualità dei prodotti fabbricati e dei servizi prestati dal licenziatario. 4. In ogni caso, dal trasferimento e dalla licenza del marchio non deve derivare inganno in quei caratteri dei prodotti o servizi che sono essenziali nell'apprezzamento del pubblico".*

[266] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, 9ª ed., Giuffrè Editore, Milano, 2021, p. 148.

[267] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, *cit*., p. 7.

L'evoluzione normativa è culminata con il Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, con il quale è stato adottato il Codice della Proprietà Industriale. Tale intervento legislativo ha sistematizzato e riordinato l'intera materia, assorbendo al suo interno anche la disciplina previgente in tema di marchi e conferendo al settore una struttura organica e coerente.[268] Il Codice ha introdotto una significativa innovazione, permettendo la registrazione del marchio non solo a chi già ne faccia uso nell'ambito dell'attività imprenditoriale, ma anche a chi si limiti a manifestare l'intenzione di utilizzarlo in futuro.[269]

Nonostante l'obiettivo di conferire stabilità al sistema, il Codice della Proprietà Industriale è stato successivamente oggetto di numerosi interventi modificativi. Tra questi si ricordano: il d.lgs. 140/2006, attuativo della Direttiva 2004/48/CE in materia di enforcement dei diritti di proprietà intellettuale; l'art 15, terzo comma, della legge 23 luglio 2009, n. 99 e il d.lgs. 131/2010, che ha introdotto un ampio corpus di disposizioni correttive.[270] Inoltre, il quadro regolatorio è stato completato dalle disposizioni di rango secondario contenute nel regolamento di attuazione del Codice di proprietà industriale, tra cui si segnalano i decreti ministeriali 13 gennaio 2010 e 11 maggio 2011, i quali hanno previsto, tra l'altro, l'introduzione della procedura di opposizione per le domande di marchio depositate dal 1° maggio 2011 e la pubblicazione telematica del Bollettino ufficiale dei marchi.[271]

Nell'ambito dell'armonizzazione della disciplina dei marchi a livello europeo[272], nel febbraio 2019 è stato emanato il Decreto Legislativo n. 15/2019, in attuazione della Direttiva UE 2015/2436 del 16 dicembre 2015, pubblicato in Gazzetta Ufficiale l'8 marzo 2019. La Direttiva mirava a migliorare il mercato interno attraverso la semplificazione delle procedure di registrazione, gestione e tutela dei marchi d'impresa nell'Unione Europea, favorendo la crescita e la competitività economica.

Il Decreto Legislativo 15/2019, entrato in vigore il 23 marzo 2019, ha introdotto significative modifiche al Codice della Proprietà Industriale, rappresentando un passo

---

[268] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, *cit*., p. 8.
[269] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, in Arte e Diritto, II, 2023, p. 511.
[270] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, cit., p. 148.
[271] M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, *cit*., p. 10.
[272] Per maggiori approfondimenti si rimanda al paragrafo 3.1.2: *"L'armonizzazione della disciplina dei marchi tra diritto interno e diritto dell'Unione Europea"*

fondamentale verso un sistema normativo italiano maggiormente armonizzato con quello europeo.

L'aggiornamento più recente del Codice risale al 2023. Con la legge 24 luglio 2023, n. 102, sono state introdotto una serie di modifiche volte a rendere il sistema della proprietà industriale più efficiente e competitivo, facilitando l'attività di imprese ed enti di ricerca, cercando di semplificare le procedure amministrative legate alla tutela dei diritti.[273]

3.1.1 Il marchio nell'economia moderna

Nel mondo contemporaneo, caratterizzato da ritmi sempre più rapidi e dinamici, siamo costantemente esposti a prodotti nuovi e in continua evoluzione. Viviamo in una società segnata da un diffuso consumismo di massa, nella quale il marchio rappresenta ormai una componente essenziale dell'esperienza di acquisto di ogni individuo.

I marchi sono segni distintivi, consistenti in simboli o denominazioni, volti a identificare beni o servizi destinati al pubblico. Tali segni possono essere apposti direttamente sui prodotti, sulle confezioni, o coincidere con la forma stessa del prodotto[274].

In un'economia avanzata di impronta liberista, i segni distintivi rappresentano un elemento imprescindibile per il corretto funzionamento del mercato concorrenziale, perché è fondamentale che il pubblico possa individuare con chiarezza la provenienza di un determinato prodotto o servizio.[275]

Per questo motivo è fondamentale tutelare l'utilizzo del marchio in modo da impedire attività di concorrenza sleale da parte di soggetti terzi. I segni distintivi, infatti, non possono essere liberamente utilizzati da chiunque, ma solo dai legittimi titolari, in modo da scongiurare attività parassitarie e confusione sul mercato.[276]

---

[273] L. 24/07/2023, n. 102, pubblicata in G.U. 8 agosto 2023, n. 184, in vigore dal 23 agosto 20223, in *SPRINT-sistema di proprietà intellettuale.*

[274] Si fa riferimento ai marchi di forma, disciplinati dall'art. 9 c.p.i. che esclude dalla registrazione come marchio d'impresa i segni costituiti esclusivamente dalla forma o da altre caratteristiche imposte dalla natura del prodotto, necessarie per ottenere un risultato tecnico o idonee a conferire al prodotto un valore sostanziale. La Corte di Cassazione, con ordinanza 11 maggio 2023, n. 12881, ha precisato che, ai fini della registrazione, rileva unicamente la forma "*sostanziale*" del prodotto, mentre resta esclusa quella "*necessaria*", da intendersi come forma naturale o standardizzata propria del prodotto e, per ciò stesso, non proteggibile come marchio.

[275] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, WoltersKluwer, Milano, 2022, pag. 108.

[276] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, cit., p. 4.

La normativa persegue l'obiettivo di tutelare la correttezza del confronto concorrenziale, salvaguardando l'attività d'impresa e gli investimenti dell'imprenditore da condotte connotate da falsità, intesa come rappresentazione ingannevole idonea a fuorviare i consumatori e ad alterare la loro funzione di arbitri del mercato. [277]

In tale ambito rientrano, a titolo esemplificativo, l'indebita appropriazione di segni distintivi o marchi altrui, la diffusione di affermazioni denigratorie prive di fondamento nei confronti di un concorrente e l'attribuzione a sé di qualità inesistenti o appartenenti ad altri, condotte tutte accomunate dalla capacità di distorcere la libera formazione del giudizio economico dei destinatari e di compromettere l'equilibrio concorrenziale.

Considerata la centralità del marchio rispetto ad altri segni distintivi, come la ditta o l'insegna, e il suo legame diretto con gli interessi dei consumatori, il legislatore già da diversi secoli ha elaborato una disciplina specifica e articolata, incentrata sulla registrazione.

Ciò non esclude, tuttavia, forme di protezione anche per i marchi non registrati, garantendo così una tutela più ampia e coerente con le esigenze del mercato.[278]

3.1.2 L'armonizzazione della disciplina dei marchi tra diritto interno e diritto dell'Unione Europea

La disciplina nazionale si è progressivamente conformata agli standard europei, sia al fine di assicurare una tutela uniforme dei marchi nel territorio italiano, sia per favorire la piena integrazione nel mercato unico.

Sul piano sovranazionale, la normativa italiana in materia di marchi si è allineata alle disposizioni obbligatorie della Direttiva (UE) 2015/2436, recepite con il d.lgs. 20 febbraio 2019, n. 15.

Le pronunce pregiudiziali della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, dotate di efficacia vincolante anche oltre il caso di specie e determinanti nella formazione di una coerente giurisprudenza unionale in materia di marchi, impongono che l'interpretazione delle norme interne si adegui ai principi da essa affermati.

---

[277] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 4.
[278] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 148

Oltre ai marchi nazionali, l'ordinamento italiano assicura tutela anche ai marchi dell'Unione Europea, disciplinati dal Regolamento (UE) 2017/1001 (già Reg. n. 40/94 e n. 207/2009) e rilasciati dall'EUIPO (già UAMI). Nelle fasi di esame, opposizione e nei procedimenti di nullità, l'Ufficio fa applicazione di criteri standardizzati, raccolti in un "Manuale pratico" di natura prevalentemente tecnico-burocratica.

Tale impostazione, cui frequentemente si allineano anche il Tribunale dell'UE e la CGUE, esercita un'influenza significativa sulla giurisprudenza nazionale, talvolta riducendo lo spazio per valutazioni maggiormente aderenti alle concrete dinamiche concorrenziali del mercato. [279]

3.2 Nozione e funzione del marchio

3.2.1 La funzione distintiva e la funzione di origine e di provenienza

Nel quadro dei segni distintivi, i marchi occupano una posizione centrale nei rapporti tra imprese e consumatori, costituendo gli indicatori privilegiati dell'origine commerciale e i principali strumenti di comunicazione della qualità e dell'immagine d'impresa.

Tra questi, il marchio registrato assume una rilevanza particolare e richiede un'analisi dedicata e approfondita.

La registrazione, infatti, attribuisce al titolare un diritto di uso esclusivo e la facoltà di vietare a terzi l'impiego di segni idonei a generare un rischio di confusione con quello registrato.[280]

Il quadro normativo di riferimento è oggi caratterizzato da un sistema complesso e stratificato, all'interno del quale la nozione giuridica di marchio registrato emerge da un insieme coordinato di disposizioni normative.[281]

In primo luogo, l'art. 2569 c.c. disciplina il diritto di esclusiva, stabilendo che il soggetto che abbia registrato, nelle forme previste dalla legge, un marchio nuovo e idoneo a distinguere prodotti o servizi, acquisisce il diritto di farne uso esclusivo per le categorie merceologiche per le quali esso è stato registrato.

In parallelo, l'art. 7 del Codice della Proprietà Industriale precisa l'ambito dei segni suscettibili di registrazione, subordinandone l'ammissibilità alla capacità distintiva, ossia

---

[279] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 149
[280] Art. 20 c.p.i.
[281] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit.,* pag. 113.

all'attitudine del segno a "*distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese"*.

Inoltre, l'art. 13 c.p.i. qualifica il carattere distintivo come requisito imprescindibile del marchio, delineandolo in via negativa attraverso l'individuazione delle ipotesi in cui esso difetta. La norma, pertanto, non si limita a richiamare l'attitudine del segno a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa, ma ne precisa la portata mediante un elenco di esclusioni che contribuisce a definire in modo sistematico i limiti della registrabilità. [282]

Da tale impostazione normativa emerge che il marchio è, innanzitutto, un segno distintivo, ossia uno strumento attraverso il quale i consumatori possono riconoscere e differenziare i prodotti o i servizi di un imprenditore rispetto a quelli, identici o affini, di altri operatori. Il marchio consente di identificare un prodotto o un servizio come proveniente da una determinata impresa, permettendo al consumatore di distinguerlo da quelli offerti dai concorrenti.[283]

Anche la giurisprudenza[284] si è costantemente allineata a tale impostazione: numerose pronunce, infatti, hanno ribadito il ruolo identificativo del marchio.

La funzione identificativa è strettamente connessa alla natura esclusiva del diritto sul marchio, l'utilizzo del segno spetta in via esclusiva al suo titolare, quale condizione necessaria per garantirne l'efficacia distintiva sul mercato. Se, infatti, più soggetti indipendenti potessero utilizzare liberamente il medesimo marchio, questo perderebbe la sua capacità distintiva.

In questa prospettiva, si può dire – per ora in modo volutamente generico- che l'utilizzo da parte di un terzo del marchio altrui, senza il consenso del titolare, integra una violazione del diritto. La tutela del marchio è in concreto affidata agli strumenti preventivi e sanzionatori predisposti dall'ordinamento per impedire tali usi non autorizzati.[285]

---

[282] Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa i segni privi di carattere distintivo e in particolare: a) quelli che consistono esclusivamente in segni divenuti di uso comune nel linguaggio corrente o negli usi costanti del commercio; b) quelli costituiti esclusivamente dalle denominazioni generiche di prodotti o servizi o da indicazioni descrittive che ad essi si riferiscono, come i segni che in commercio possono servire a designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio o altre caratteristiche del prodotto o servizio.

[283] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit.,* pag. 111.

[284] Per approfondire si veda: Corte UE, 22 settembre 2011, C-482/09 in *Darts-ip*; Trib. Milano 09/06/2011, in *DeJure.*

[285] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 150.

La centralità della funzione distintiva trova ulteriore conferma nel criterio di accertamento della contraffazione: la tutela del marchio si attiva in via prevalente quando l'uso di un marchio identico o simile da parte di terzi può generare nel pubblico un "rischio di confusione", compromettendo così la capacità del marchio di svolgere la propria funzione primaria.[286]

Secondo consolidata giurisprudenza nazionale e comunitaria, il marchio è dotato di carattere distintivo quando consente di individuare il prodotto oggetto della domanda registrazione come proveniente da una specifica impresa e, conseguentemente, di distinguerlo dai prodotti di altre imprese. La valutazione del carattere distintivo deve essere effettuata, da un lato, in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali la registrazione è richiesta, dall' altro, tenendo conto della percezione che il pubblico di riferimento ha del segno. [287]

Un caso molto recente, di particolare rilievo dottrinale, è rappresentato dalla decisione del Tribunale dell'Unione Europea, Sezione VI, del 9 luglio 2025, n. 304. In tale pronuncia, l'organo giudicante ha confermato il rigetto della domanda di registrazione del segno figurativo "I ♥" (con il pronome in inglese e il cuore rosso a rappresentare il verbo "amare") quale marchio dell'Unione europea per capi di abbigliamento. Il Tribunale ha rilevato che il segno difettava di carattere distintivo, poiché il pubblico di riferimento lo avrebbe percepito come una semplice espressione di apprezzamento, ossia "io amo", e non come indicatore dell'origine imprenditoriale dei prodotti. È stato ulteriormente precisato che neppure la collocazione del segno in posizioni specifiche sugli indumenti, era idonea ad attribuire al marchio carattere distintivo.[288]

Da questa decisione emerge come, oltre al carattere distintivo, il marchio svolga una funzione informativa, trasmettendo indicazioni sui prodotti o servizi cui si riferisce e consentendo al pubblico di distinguerli da altri beni della stessa categoria. Apposto su specifici prodotti, il marchio permette ai consumatori di riconoscerli e di associare loro determinate qualità o caratteristiche.

---

[286] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 150.

[287] Cass. civ., sez. I, 23 dicembre 2022, n. 37697: nello specifico, la Corte ha accolto il ricorso di un'impresa del settore cosmetico e di altri prodotti di consumo avverso il provvedimento dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi di diniego della registrazione di un marchio costituito da uno slogan pubblicitario, rilevando che la Commissione si era limitata a valutare le singole parole invece di considerare lo slogan nel suo complesso e il carattere distintivo che esso aveva assunto nella percezione dei consumatori.

[288] Tribunale I grado UE sez. VI, 09 luglio 2025, n.304, in *DeJure.*

Occorre quindi interrogarsi su quali siano le caratteristiche distintive evocate dal marchio e sul contenuto del messaggio che esso trasmette. Il significato comunicato dal segno può infatti variare in funzione della tipologia del marchio e della natura del prodotto o servizio cui è associato.[289]

In base a tale distinzione, i marchi che contraddistinguono l'intera produzione di un'impresa sono definiti *marchi generali*, mentre quelli riferiti ad uno specifico prodotto sono detti *marchi speciali*.

I *marchi generali* contraddistinguono l'intera produzione di un'impresa e assolvono prevalentemente alla funzione di indicare la provenienza imprenditoriale del bene.[290] Tale funzione risulta particolarmente rilevante per il consumatore, che associa all'impresa produttrice specifici standard qualitativi, già sperimentati o noti, e si orienta di conseguenza nella scelta dei prodotti.[291]

Ne consegue che la funzione distintiva del marchio può essere specificata come funzione di *indicazione di provenienza o origine del prodotto.*

I *marchi speciali*, invece, sono utilizzati dallo stesso imprenditore, accanto ai marchi generali, per distinguere specifiche tipologie di beni o prodotti.[292] Essi non si limitano a indicare l'origine imprenditoriale, ma comunicano anche le caratteristiche peculiari del singolo bene, assumendo così una funzione ulteriore di garanzia in termini di qualità e uniformità. Questa funzione si aggiunge a quella di indicazione di provenienza, che rimane propria anche dei marchi speciali, soprattutto quando essi sono impiegati autonomamente, senza il supporto di un marchio generale.[293]

Nel regime previgente, che ammetteva la cessione del marchio solo congiuntamente all'azienda, si affermò l'idea che la funzione di origine costituisse l'unica funzione giuridicamente rilevante. Ciò comportava che il messaggio di provenienza trasmesso dal marchio, elemento essenziale per l'esercizio della funzione distintiva, dovesse essere garantito nella sua veridicità e nella sua continuità nel tempo, impedendo che un medesimo segno potesse essere utilizzato da imprese diverse.

---

[289] Si consideri, ad esempio, il settore automobilistico: un veicolo come la "Volkswagen Golf" presenta due marchi, *"Volkswagen"* e *"Golf",* ciascuno dei quali trasmette informazioni diverse. Il primo indica che l'auto proviene dalla nota casa costruttrice tedesca; il secondo segnala che si tratta di un modello dotato di particolari caratteristiche tecniche, estetiche e funzionali.

[290] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit*., pag. 111.

[291] A. Vanzetti, V. Di Cataldo, M.S. Spolidoro, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 151.

[292] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit*., pag. 112.

[293] Come accade, ad esempio, nelle imprese monoprodotto.

L'evoluzione della giurisprudenza europea ha poi attribuito al marchio una connotazione maggiormente proprietaria, qualificandolo come uno strumento nella disponibilità del titolare, il quale può anche autorizzarne l'uso a terzi.

Nonostante questa maggiore autonomia, la funzione di indicazione dell'origine dei prodotti è rimasta centrale.[294]

Parallelamente, la giurisprudenza dell'Unione europea e la normativa adottata a partire dal 1992 hanno progressivamente riconosciuto tutela giuridica anche alle altre funzioni economiche del marchio, oltre a quella distintiva. In tale ambito rientrano: la funzione pubblicitaria, legata alla capacità del marchio di valorizzare e capitalizzare gli investimenti promozionali dell'impresa; la funzione di investimento, volta a proteggerlo da comportamenti di terzi idonei a comprometterne il valore economico; e la funzione di garanzia, che riflette l'aspettativa dei consumatori circa la costanza qualitativa dei prodotti o dei servizi contraddistinti.

Sebbene tali funzioni siano, sotto il profilo economico, potenzialmente insite in ogni marchio, la loro piena rilevanza giuridica è stata riconosciuta in modo espresso soltanto per alcune categorie di segni, in particolare per i marchi dotati di rinomanza, per i quali l'ordinamento accorda una tutela rafforzata anche contro usi che non determinano confusione ma pregiudicano o sfruttano indebitamente il loro valore distintivo e attrattivo. Queste funzioni permettono di sanzionare comportamenti di terzi potenzialmente lesivi per il titolare e gli riconoscono un'ampia libertà di sfruttamento del marchio. Resta tuttavia aperta la questione di come tradurre in termini concreti la funzione di garanzia, trasformandola in obblighi specifici a carico del titolare, unico strumento idoneo a tutelare effettivamente gli interessi dei consumatori.[295]

3.2.2 Funzione distintiva e protezione dal rischio di confusione: il principio di relatività

Se il marchio fosse considerato esclusivamente un segno distintivo funzionale al corretto svolgimento della concorrenza, esso non avrebbe un valore intrinseco, ma sarebbe tutelato unicamente in quanto fattore di riconoscibilità sul mercato, derivante

[294] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 151.
[295] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 151.

dall'apprezzamento del pubblico per le caratteristiche dei prodotti o servizi contrassegnati.

Adottando questa visione, la tutela del marchio si limiterebbe a evitare ogni possibile confusione tra consumatori o utilizzatori, impedendo che il segno venga applicato a prodotti provenienti da un'impresa diversa dal titolare e che ciò induca il pubblico a credere, erroneamente, che si tratti degli stessi beni o servizi. La protezione avrebbe, dunque, come unico scopo impedire che l'uso del marchio conduca a scambiare un prodotto concorrente per un altro.[296]

Questa impostazione è coerente con il cosiddetto *principio di relatività*, o di *specialità,* che governa la tutela del marchio. Tale principio si articola in due dimensioni: da un lato, richiede che il marchio sia registrato con riferimento a specifici prodotti o servizi; dall'altro, prevede che la protezione operi soltanto rispetto all'uso da parte di terzi di un segno identico o simile per prodotti o servizi identici oppure affini.

Il rischio di confusione è infatti maggiore quando i prodotti o servizi sono tra loro simili o appartenenti a settori affini, mentre diventa praticamente inesistente quando essi sono radicalmente diversi.[297]

Se il principio di relatività, riferito ai marchi ordinari, delimita la tutela ai soli casi in cui il segno contestato sia utilizzato per prodotti o servizi identici o affini, diversamente avviene per i marchi notori.

Per i marchi che godono di notevole rinomanza, infatti, opera la cosiddetta tutela ultramerceologica, che consente di estendere la protezione anche a prodotti o servizi non identici né affini, in ragione della particolare forza distintiva e del valore attrattivo che tali marchi hanno acquisito sul mercato.

La giurisprudenza[298] di legittimità ha chiarito che, nell'analizzare la tutela del marchio rinomato, pur essendo necessario un certo grado di somiglianza tra il marchio notorio e il segno contestato, non è richiesto che tale somiglianza generi un rischio di confusione. È sufficiente, invece, che dalla somiglianza emerga un nesso tra i segni in conflitto, idoneo

---

[296] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 159.

[297] A titolo esemplificativo si può fare rifermento all'uso del medesimo marchio per una caramella e per una bicicletta, questo difficilmente indurrà il pubblico a pensare che provengano dallo stesso produttore.

[298] Ordinanza Cassazione civile, sez. I, 07 ottobre 2021, n. 27217 in *SPRINT - sistema di proprietà intellettuale.*

a determinare sfruttamento parassitario, indebolimento o pregiudizio alla capacità distintiva o al prestigio del marchio rinomato.

L'uso di tali segni da parte di terzi, anche in assenza di un rischio di confusione, può determinare un vantaggio indebito per l'utilizzatore e, al contempo, un pregiudizio economico o reputazionale per il titolare. [299]

Analoga considerazione vale per i segni riferiti a eventi o personaggi di particolare notorietà, poiché in passato tali segni potevano essere liberamente registrati come marchi da soggetti estranei, mentre oggi la tutela è riservata a chi ne ha contribuito alla notorietà o alle persone fisiche titolari del nome.

Questo evidenzia come la tutela del marchio non possa essere confinata alla sola funzione distintiva, intesa quale identificazione dell'origine imprenditoriale del prodotto o del servizio, ma debba estendersi a un ulteriore profilo di rilievo normativo: il valore intrinseco di attrazione che alcuni marchi rinomati sono in grado di esprimere. Tale valore, spesso frutto di intensa notorietà, di rilevanti investimenti pubblicitari o dell'associazione con personaggi di prestigio ed eventi di particolare risonanza, conferisce al marchio una forza di richiamo che trascende la mera funzione di indicazione di provenienza. In simili circostanze, il marchio esercita un potere suggestivo e commerciale tale da incidere sulle scelte del pubblico indipendentemente da qualità, prezzo o caratteristiche dei prodotti. La disciplina positiva, riconoscendo questa peculiare dimensione economica, giustifica quindi un ampliamento della tutela, volto a impedire che terzi possano avvantaggiarsi parassitariamente del prestigio e della capacità attrattiva del marchio rinomato, compromettendone il valore e la reputazione. [300]

3.2.3 Oggetto della tutela del marchio: segni suscettibili di registrazione

La possibilità di ottenere un diritto di esclusiva sul marchio presuppone, in via preliminare, che il segno oggetto della domanda di registrazione sia dotato dei requisiti necessari per assolvere alla sua funzione essenziale, vale a dire garantire l'identificazione dell'origine imprenditoriale dei prodotti o servizi e distinguerli da quelli provenienti da

[299] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 159.
[300] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit.,* p. 161.

altri operatori economici. Solo un segno idoneo a svolgere efficacemente tale compito distintivo può, infatti, essere ammesso alla tutela dei marchi registrati.[301]

La procedura amministrativa di registrazione richiede che l'oggetto della domanda sia intrinsecamente capace di svolgere la propria funzione essenziale: distinguere i prodotti o servizi di un'impresa rispetto a quelli dei concorrenti, garantendo al pubblico una chiara riconoscibilità del segno e consentendo al titolare di ottenere un diritto di esclusiva effettivo.[302]

In quest' ottica, il legislatore subordina la valida registrazione di un marchio alla sussistenza di tre requisiti fondamentali: capacità distintiva, novità e liceità. La mancanza di questi requisiti impedisce il perfezionamento della fattispecie costitutiva del diritto e comporta la nullità dell'atto amministrativo di registrazione.[303]

L'art. 7 del Codice della Proprietà Industriale, disciplina l'oggetto della registrazione, prevedendo che possono costituire marchio registrato *"tutti i segni, in particolare le parole, compresi i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della confezione di esso, le combinazioni o le tonalità cromatiche, purché siano atti: a) a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese; e b) a essere rappresentati nel registro in modo tale da consentire alle autorità competenti e al pubblico di determinare con chiarezza e precisione l'oggetto della protezione conferita al titolare".*

Tale elencazione non preclude, pertanto, la possibilità di protezione di ulteriori segni capaci di svolgere una funzione distintiva, quali, ad esempio, combinazioni dei segni sopra citati o marchi olfattivi, gustativi, di movimento (intesi come sequenze di immagini), di posizione (che implicano il collocamento di un elemento riconoscibile sulla superficie del prodotto, come un anello, una vite, una borchia, ecc.), nonché marchi consistenti nella disposizione di oggetti nello spazio, come nell'allestimento di un negozio, e altri simili.[304]

---

[301] M. BERTANI, A. COGO, A. OTTOLIA, P. FABBIO, A. GENOVESE, *Lineamenti di diritto industriale*, CEDAM, Milano, 2024, p. 198.
[302] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 162.
[303] M. BERTANI, A. COGO, A. OTTOLIA, P. FABBIO, A. GENOVESE, *Lineamenti di diritto industriale*, *cit*., p. 198.
[304] M. BERTANI, A. COGO, A. OTTOLIA, P. FABBIO, A. GENOVESE, *Lineamenti di diritto industriale*, *cit*., p. 201.

In passato, il requisito per la registrazione era la rappresentazione grafica del segno, considerata il mezzo più idoneo a garantire certezza, stabilità e immediata comprensibilità.

Tale approccio, tuttavia, è risultato progressivamente inadeguato alla luce della necessità di estendere la protezione anche a segni non convenzionali, quali suoni o combinazioni cromatiche. Di conseguenza, il requisito della rappresentabilità grafica è stato sostituito dal principio di chiarezza e precisione, volto a garantire una identificazione univoca e affidabile dell'oggetto della tutela.[305]

Per quanto concerne le categorie di marchio, questi possono essere costituiti principalmente da elementi verbali o figurativi.[306] Nel primo caso si parla di *marchi denominativi*, nel secondo di *marchi figurativi* o emblematici. Quando parole e immagini sono combinati all'interno dello stesso segno, si fa riferimento ai cosiddetti *marchi misti o complessi.*

Nell'ambito della presente trattazione, assume particolare rilievo la registrabilità di figure e immagini, in quanto tali segni rivestono un'importanza significativa per il loro impatto sul piano artistico e culturale.

I marchi figurativi comprendono disegni, fotografie e ogni altra forma di rappresentazione visiva, inclusi layout grafici di marchi denominativi, nonché lettere, cifre numeriche, suoni, la forma del prodotto o della sua confezione e combinazioni cromatiche. Essi possono assumere qualsiasi configurazione grafica, che si tratti di un disegno, di una rappresentazione astratta o di una figura stilizzata.[307] A titolo esemplificativo, possiamo fare richiamare il celebre cane a sei zampe adottato da Eni o il coccodrillo simbolo di Lacoste.

Anche lettere[308] e numeri possono essere registrati come marchio, sia singolarmente sia in particolari configurazioni grafiche, a condizione che non vengano impiegati come

---

[305] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 163.
[306] La normativa li definisce "disegni"
[307] M. BERTANI, A. COGO, A. OTTOLIA, P. FABBIO, A. GENOVESE, *Lineamenti di diritto industriale*, *cit*., p. 201.
[308] La questione della registrabilità di una lettera dell'alfabeto come marchio d'impresa è stata più volte affrontata dalla giurisprudenza. In particolare, la Corte di Cassazione, con sentenza n. 14684 del 25 giugno 2007, ha chiarito che la validità di un marchio di questo tipo non dipende dal fatto che le lettere appartengano ai segni del linguaggio, ma dalla loro effettiva capacità distintiva.
La Cassazione ha voluto sottolineare che una lettera può assolvere alla funzione di marchio solo quando, al di fuori del suo uso naturale e convenzionale, riesce a instaurare un collegamento univoco con i prodotti o

fonemi, nel qual caso rientrerebbero tra gli elementi verbali del segno. Le rappresentazioni figurative, inoltre, possono beneficiare di tutela sia in bianco e nero sia attraverso l'impiego di colori specifici o combinazioni cromatiche, garantendo così una protezione articolata e completa della componente visiva del marchio.[309]

La registrabilità come marchio può estendersi anche alla forma del prodotto o della sua confezione, nonché a motivi bidimensionali applicabili alle relative superfici. La tutela può inoltre riguardare suoni, combinazioni di colori non necessariamente strutturate in forme determinate, singole tonalità cromatiche, profumi, sapori e altre caratteristiche sensoriali del prodotto, purché siano rispettati i requisiti di chiarezza, precisione e intelligibilità richiesti sia dalle autorità competenti sia dal pubblico, e non ricorrano le cause di esclusione previste dall'art. 9 c.p.i.[310]

Sono inoltre ammissibili i cosiddetti marchi di posizione, caratterizzati dal collocamento di un segno in un punto specifico del prodotto o da particolari elementi distintivi riferiti a una sua parte. Anche in queste ipotesi rimane centrale l'esigenza di una descrizione precisa e comprensibile dell'oggetto della protezione, affinché sia possibile individuare con esattezza la portata del diritto richiesto.

---

i servizi dell'impresa che la utilizza, diventando così un segno identificativo e non un mero strumento di comunicazione

Sulla stessa linea si è espresso il Tribunale di Bologna, Sezione Proprietà Industriale e Intellettuale, con decisione dell'8 luglio 2010, precisando che la possibilità di registrare una lettera dell'alfabeto come marchio d'impresa non può più essere messa in discussione, in virtù della nuova formulazione dell'art. 16 del d.lgs. 4 dicembre 1992, n. 480 (oggi confluito nell'art. 7 c.p.i.), che include espressamente le lettere tra i segni registrabili, purché siano in grado di svolgere una funzione distintiva rispetto ai prodotti o ai servizi di un'impresa.

Ciononostante, il marchio costituito dalla rappresentazione grafica di una o più lettere viene di norma qualificato come marchio "debole", con la conseguenza che la tutela giuridica che ne deriva è meno intensa. In concreto, mentre per il marchio "forte" è sufficiente qualunque variazione, anche originale e rilevante, che lasci tuttavia riconoscibile l'identità sostanziale o il nucleo ideologico-espressivo che lo caratterizza, per il marchio "debole" la confondibilità può essere esclusa anche attraverso modifiche o aggiunte di minima entità.

Una recente pronuncia del Tribunale dell'Unione europea ha escluso la sussistenza di un rischio di confusione tra un marchio denominativo e un marchio figurativo contenente elementi verbali. Il Tribunale ha chiarito che la mera identità della componente verbale non è sufficiente a fondare una somiglianza tra i segni quando la rappresentazione grafica del marchio figurativo risulta talmente stilizzata da rendere difficoltosa l'immediata percezione della parte denominativa. In tali casi, la forte caratterizzazione visiva prevale e impedisce di considerare i marchi complessivamente simili.

[309] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit.,* p. 164.

[310] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 164.

3.2.3.1 Modalità di registrazione del marchio

Chi intenda procedere alla registrazione di un marchio può avvalersi di tre distinte tipologie di registrazione, scelte in funzione dell'estensione territoriale della tutela desiderata. Tale possibilità si fonda sul principio di territorialità, valido non solo per i marchi ma per tutti i titoli di proprietà intellettuale, secondo il quale il diritto conferito dal marchio e la relativa protezione si esercitano esclusivamente entro i confini di un determinato territorio. [311]

In particolare, si distinguono: registrazione nazionale, quando la tutela è limitata al territorio dello Stato; registrazione dell'Unione europea, se l'ambito di protezione interessa l'intero territorio dell'UE; registrazione internazionale, qualora si intenda estendere la protezione a Stati specifici, all'interno o al di fuori dell'Unione, aderenti al Sistema di Madrid.

Si deve tenere presente che, affinché un segno possa essere validamente registrato, è necessario che non sussistano impedimenti assoluti o relativi alla registrazione, ossia ostacoli giuridici che ne precludono la registrabilità.

Gli *impedimenti assoluti* riguardano la natura stessa del segno e la sua idoneità a svolgere la funzione distintiva, oppure la sua compatibilità con gli interessi generali della collettività, e possono essere fatti valere da chiunque vi abbia interesse. Gli *impedimenti relativi*, invece, nascono da conflitti con diritti anteriori di terzi e possono essere invocati esclusivamente dai titolari di tali diritti, configurando così un regime di legittimazione di tipo "relativo".[312]

Da questa impostazione derivano obblighi di carattere amministrativo che si concretizzano, al momento della registrazione, nella necessità di classificare il marchio e di fornire una descrizione dettagliata del segno. Tale procedura ha la duplice funzione di precisarne le caratteristiche intrinseche e di delimitare l'ambito merceologico della protezione richiesta.[313]

Si noti come, sebbene le classificazioni rivestano particolare rilievo sul piano procedurale e amministrativo, nei contenziosi esse non risultano sempre determinanti, poiché l'esame

---

[311] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit.,* p. 116.
[312] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, cit. p. 116.
[313] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit.,* p. 164.

giurisdizionale privilegia una valutazione concreta dell'effettiva capacità distintiva del marchio sul mercato.

3.3 I segni del patrimonio culturale

I marchi, in virtù della loro funzione distintiva, trovano un impiego sempre più significativo anche nei contesti artistici e culturali.

Le modalità di impiego di tali segni sono molteplici e comprendono l'identificazione di musei, istituzioni culturali e siti appartenenti al patrimonio storico-artistico, sino a includere i casi in cui il marchio coincide con la firma di un artista di particolare notorietà, divenuta nel tempo un segno distintivo autonomo per il suo valore simbolico e riconoscibile.

In questi ambiti, la tutela del marchio assume un ruolo essenziale, poiché contribuisce non solo alla protezione dell'identità culturale e dell'autenticità delle opere, ma anche alla valorizzazione economica e simbolica dei beni artistici.

Si riscontra come anche nel contesto dei beni culturali la presenza dei marchi sia particolarmente frequente. La tutela riconosciuta a tali segni non si esaurisce infatti nella loro funzione distintiva tradizionale, ma si estende a finalità di salvaguardia e valorizzazione del patrimonio culturale. La tutela nei loro confronti non ha uno scopo esclusivamente rivolto alla sola funzione distintiva, ma si orienta anche verso la salvaguardia e la valorizzazione dei beni culturali stessi. Questo aspetto assume un rilievo particolare in un Paese come l'Italia, in cui arte, storia e cultura costituiscono componenti fondamentali dell'identità collettiva e una risorsa identitaria e strategica.

In tale contesto, risulta quindi opportuno analizzare in maniera più approfondita le disposizioni che il nostro ordinamento, ed in particolare il Codice della proprietà industriale, dedica ai segni distintivi riconducibili al patrimonio culturale, evidenziandone finalità, limiti e strumenti di protezione.

3.4 I segni usati in campo artistico e letterario: Art 8, comma 3 c.p.i.

Anche il Codice della proprietà industriale riconosce e disciplina i segni utilizzati in ambito artistico. In particolare, l'articolo 8, comma 3[314], stabilisce che i segni notori

[314] Comma modificato dal comma 2 dell'articolo 6 del decreto legislativo 13 agosto 2010, n. 131.

impiegati nei contesti artistici, letterari, scientifici, politici o sportivi, insieme ai nomi di persona, alle immagini di trofei, alle denominazioni e alle sigle di manifestazioni o di enti e associazioni privi di finalità economiche, nonché ai relativi emblemi, possono essere registrati o utilizzati come marchio esclusivamente dall'avente diritto o con il suo consenso.[315]

Ne consegue che anche i segni dotati di notorietà nel settore artistico possono divenire oggetto di registrazione o di legittimo utilizzo come marchio, purché autorizzati dal titolare del diritto.

Questa previsione normativa si discosta in modo marcato dalla funzione tipica del marchio quale indicatore di provenienza, ponendo l'accento sul valore derivante dalla notorietà acquisita da determinati segni, notorietà che può prescindere da qualsiasi collegamento con il mercato.[316]

Il legislatore prende così atto del fenomeno, sempre più diffuso, dell'adozione come marchio di nomi o segni divenuti celebri in ambiti diversi da quello mercantile[317], nonché di nomi di persone note in ambito artistico, sportivo, scientifico, letterario, giornalistico o persino commerciale. L'uso di tali segni, proprio per la loro capacità di richiamo, può incrementare l'attrattiva e la commerciabilità di prodotti eterogenei, indipendentemente dalla loro qualità o prezzo.

La ratio della norma è dunque quella di impedire comportamenti parassitari, riservando a chi ha contribuito alla notorietà del segno, e quindi al suo valore evocativo, la possibilità di sfruttarlo economicamente, anche tramite la concessione di licenze.

Si è dunque al cospetto di una disciplina che attribuisce a tali segni la qualifica di beni immateriali meritevoli di tutela autonoma, in sé e per sé considerati, senza che sia necessario un previo accreditamento sul mercato quale segno distintivo di specifici prodotti o servizi. La protezione così configurata trascende i confini imposti dal principio di relatività, poiché la riserva di utilizzazione si proietta potenzialmente sull'intero spettro

---

[315] Art 8 c. 3 c.p.i.: *"Se notori, possono essere registrati o utilizzati come marchio esclusivamente dall'avente diritto, oppure con il consenso di quest'ultimo o dei soggetti indicati al comma 1, i nomi di persona; i segni utilizzati in ambito artistico, letterario, scientifico, politico o sportivo; le immagini che riproducono trofei; le denominazioni e le sigle di manifestazioni; le denominazioni e le sigle di enti e associazioni prive di finalità economiche, nonché i relativi emblemi caratteristici".*

[316] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 221.

[317] A titolo esemplificativo si può fare riferimento a: "Luna Rossa", "Champions League", "Tour de France", "Biennale di Venezia", "Galleria degli Uffizi"

delle categorie merceologiche, assumendo una portata generalizzata e tendenzialmente assoluta.[318]

Alla luce di tali premesse, è possibile delineare una bipartizione concettuale dei marchi.

Da un lato si collocano i segni distintivi tutelati in quanto tali entro i limiti del rischio di confusione circa l'origine o la qualità dei prodotti o dei servizi, nel rigoroso rispetto del principio di relatività, il quale delimita l'ambito della protezione alle sole categorie merceologiche effettivamente presidiate dal marchio.

Dall'altro, si collocano i segni notori ex art. 8, comma 3, c.p.i., e i marchi di rinomanza ex artt. 12, comma 1, lett. e), e 20, comma 1, lett. c), c.p.i., la cui tutela trascende la funzione distintiva in senso stretto e si concentra sul valore evocativo del segno, attribuendo un diritto di esclusiva in favore dei soggetti che ne hanno determinato la notorietà.

Per questa seconda categoria, connotata da una protezione tendenzialmente ultramerceologica, l'ambito di tutela si estende potenzialmente a qualsiasi settore, trovando applicazione privilegiata nel fenomeno del merchandising, ormai di rilevanza economica e simbolica non trascurabile. In tali ipotesi, al di là di suggestioni generiche riferibili a prestigio, sportività o scientificità, non emerge di regola un messaggio specifico rivolto al pubblico che possa implicare problematiche di veridicità o di carattere ingannevole, giacché l'uso del segno opera principalmente sul piano dell'associazione evocativa, piuttosto che su quello informativo in senso tecnico.[319]

In tale prospettiva il Tribunale di Milano, con sentenza del 9 dicembre 2019, ha espresso il seguente principio di diritto*: "Il riconoscimento di un diritto assoluto sui segni utilizzati in campo artistico, sportivo e scientifico, ai sensi dell'art. 8 c.p.i., è volto a riservare lo sfruttamento del relativo valore suggestivo a chi ne abbia il merito, con lo scopo di ostacolare possibili fenomeni di parassitismo. La citata disposizione contribuisce infatti alla piena legittimazione del merchandising, pratica che permette all'avente diritto di capitalizzare i vantaggi competitivi insiti nel segno, attribuendone la licenza a terzi nei più diversi campi imprenditoriali. Non è invece conforme alle regole di buon funzionamento del mercato il trarre vantaggio dallo sfruttamento parassitario dell'altrui*

[318] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 222.
[319] A. VANZETTI, V. DI CATALDO, M.S. SPOLIDORO, *Manuale di diritto industriale*, *cit*., p. 222.

notorietà, e bisogna assicurare lo sfruttamento commerciale del segno con i relativi emblemi soltanto a chi ne abbia determinato la notorietà."[320]

La vicenda che ha dato origine al giudizio risale al 2016, quando durante una sfilata di Dolce & Gabbana a Napoli venne esibita una maglia azzurra recante il numero 10, idonea a evocare immediatamente la figura di Diego Armando Maradona. L'utilizzo, privo del consenso dell'interessato, determinò l'avvio di un giudizio per violazione dei diritti di immagine e del valore evocativo connesso al suo nome e alla sua notorietà.

Il Tribunale di Milano, con sentenza n. 11374 del 9 dicembre 2019, ha riconosciuto la fondatezza delle pretese dell'ex campione, richiamando in particolare l'art. 8, comma 3, c.p.i., che riserva all'avente diritto l'uso e la registrazione dei nomi notori come marchio, salvo consenso.

La disciplina in esame si coordina con quanto previsto dagli artt. 96[321] e 97[322] della legge sul diritto d'autore (l. n. 633/1941), i quali individuano alcune ipotesi derogatorie al principio del necessario consenso dell'interessato (quali la notorietà, scopi didattici o scientifici, finalità culturali, ecc.). Tuttavia, tali eccezioni non sono state ritenute applicabili nel caso di specie, poiché l'utilizzo dell'immagine e del richiamo al nome di Maradona perseguiva finalità essenzialmente promozionali e commerciali, risultando quindi prevalente rispetto a qualsiasi eventuale profilo di interesse culturale.

Il giudice ha così escluso la possibilità di "giustificare" la riproduzione del segno richiamandosi a scopi culturali o celebrativi, riaffermando che l'utilizzo del nome o dell'immagine di un personaggio celebre per fini di mercato richiede il consenso dell'interessato, in coerenza con il sistema di tutela dei diritti della personalità e della proprietà industriale. Il danno è stato quantificato in € 70.000, sul presupposto del lucro

---

[320] Trib. Milano, sez. I, 9 dicembre 2019, n. 11374, in *DeJure*,

[321] *"Il ritratto di una persona non può essere esposto, riprodotto o messo in commercio senza il consenso di questa, salve le disposizioni dell'articolo seguente. Dopo la morte della persona ritrattata si applicano le disposizioni del 2°, 3° e 4° comma dell'art. 93."*

[322] "*Non occorre il consenso della persona ritrattata quando la riproduzione dell'immagine è giustificata dalla notorietà o dall'ufficio pubblico coperto, da necessità di giustizia o di polizia, da scopi scientifici, didattici o culturali, o quando la riproduzione è collegata a fatti, avvenimenti, cerimonie di interesse pubblico o svoltisi in pubblico. Il ritratto non può tuttavia essere esposto o messo in commercio, quando l'esposizione o messa in commercio rechi pregiudizio all'onore, alla reputazione od anche al decoro della persona ritrattata."*

cessante connesso all'assenza di uno sfruttamento contrattuale autorizzato (tipicamente attraverso accordi di merchandising o di *celebrity endorsement*).[323]

Il richiamo ai limiti previsti per il ritratto delle persone assume particolare rilievo anche nella disciplina dell'immagine dei beni culturali, in ragione della comune matrice nel diritto all'immagine. Come già osservato, tale diritto, pur tradizionalmente riferito alla persona fisica, è stato progressivamente esteso dalla giurisprudenza anche a beni materiali dotati di valore simbolico e identitario, in particolare ai beni culturali.[324]

In questa prospettiva, gli artt. 96 e 97 della Legge sul diritto d'autore offrono un utile modello di bilanciamento: da un lato, la regola del consenso per lo sfruttamento dell'immagine; dall'altro, l'eccezione per gli usi a finalità culturali, scientifiche o informative.

Questo schema trova un evidente parallelo negli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali, che consentono la riproduzione e l'uso dell'immagine del bene per fini di studio, ricerca, valorizzazione e promozione culturale, ma subordinano lo sfruttamento economico a un'autorizzazione e, di regola, al pagamento di un canone.

In entrambi i casi, il legislatore persegue un equilibrio tra tutela del valore identitario e simbolico del bene e interesse pubblico alla sua diffusione. Così come l'immagine della persona non può essere liberamente commercializzata senza consenso, ma può circolare liberamente per finalità culturali, allo stesso modo l'immagine del bene culturale è libera nella dimensione conoscitiva e comunicativa, ma è protetta nella sua funzione economica e promozionale.

La pronuncia del Tribunale[325] si inserisce nell'orientamento giurisprudenziale che mira a prevenire e reprimere lo sfruttamento parassitario della notorietà altrui. In questa prospettiva, l'art. 8, comma 3, c.p.i. viene valorizzato come strumento centrale per garantire una tutela effettiva dei segni noti legati a persone fisiche, assicurando che il loro richiamo non possa essere utilizzato liberamente da terzi senza autorizzazione. La decisione mostra come la protezione offerta dalla norma non si limiti a salvaguardare l'interesse individuale del titolare del segno, ma risponda anche a un'esigenza di ordine più ampio: preservare l'integrità e il valore economico-sociale di simboli che, proprio

---

[323] F. ODDI, *"Maradona Vs D&G: la decisione del Tribunale di Milano*", *In Ius Itinere – Rivista giuridica*, 2021, p. 1.

[324] Per ulteriori approfondimenti si rimanda al capitolo 2.8: *"diritto all'immagine dei beni culturali"*.

[325] Trib. Milano, sez. I, 9 dicembre 2019, n. 11374, in *DeJure*.

grazie alla notorietà acquisita, hanno assunto un forte potere evocativo. In questo modo, si evita che l'immagine e la fama costruite nel tempo vengano svilite o indebitamente sfruttate da operatori estranei, in violazione dei principi di correttezza e lealtà concorrenziale.

Occorre precisare che la notorietà richiamata dall'art. 8 comma 3 c.p.i, non va intesa in senso assoluto, ma deve essere valutata con riferimento a un contesto specifico.

In tal senso si è espresso il Tribunale di Milano, sezione specializzata in materia di impresa, con ordinanza del 10 aprile 2018, precisando che la facoltà esclusiva di registrazione del proprio nome o segno distintivo, prevista dall'art. 8, comma 3, c.p.i., deve ritenersi collegata alla notorietà acquisita dal segno in uno specifico ambito, e non in senso assoluto, ossia in ogni sua possibile valenza, declinazione e forma d'uso.[326]

"*Narcos*", titolo di una celebre serie televisiva, era stato ritenuto dal giudice monocratico un termine generico e privo di una notorietà riconducibile all'esclusivo merito della ricorrente, con conseguente diniego della tutela ex art. 8, comma 3, c.p.i. Tuttavia, la pronuncia resa in sede di reclamo contro l'ordinanza del 1° febbraio 2018 (n. 6643) accolse la domanda dell'istante, evidenziando che, sebbene fosse già stata riconosciuta la sussistenza di concorrenza sleale per appropriazione di pregi (art. 2598, n. 2, c.c.) e scorrettezza professionale (art. 2598, n. 3, c.c.), il giudice di primo grado aveva erroneamente negato la tutela rafforzata al segno.

In quella sede, era stato pertanto inibito l'uso del segno "*Narcos*" solo nella medesima grafia utilizzata nella serie.

Il Collegio, invece, aveva accertato l'apporto determinante del reclamante nel conferire ampia fama al termine "*Narcos*", ribadendo che la tutela prevista dall'art. 8 c.p.i. non richiede la prova di un apporto creativo nell'elaborazione del segno da parte dell'avente diritto, potendo riguardare anche parole già esistenti.[327]

L'importanza della pronuncia in esame risiede nell'aver chiarito che la facoltà esclusiva di registrazione del proprio nome o segno distintivo, prevista dall'art. 8, comma 3, c.p.i., non è illimitata. La tutela, infatti, deve essere circoscritta alla notorietà concretamente

[326] Trib. Milano, Sez. spec. Impresa, ord. 10 aprile 2018, in *DeJure*, con nota in *Giur. annotata dir. ind.*, 2018, I, p. 693.
[327] Trib. Milano, sez. spec. impresa, 10 aprile 2018, in *DeJure*.

acquisita dal segno in un determinato contesto, e non può estendersi in senso assoluto e ad ogni sua possibile valenza o modalità d'uso.

In tal modo, il Tribunale ha posto un argine a interpretazioni eccessivamente estensive della norma, ribadendo che la protezione riconosciuta dall'ordinamento si giustifica solo laddove la fama del segno sia effettivamente collegata al merito e all'attività del soggetto che ne rivendica l'uso esclusivo.

Oltre al principio secondo cui la notorietà deve essere circoscritta a uno specifico ambito, una successiva pronuncia ha ulteriormente precisato i confini applicativi dell'art. 8, comma 3, c.p.i.

La Corte d'Appello di Venezia, Sez. spec. Impresa, con sentenza del 10 febbraio 2020, n. 448, ha infatti affermato che il divieto di uso parassitario di un nome presuppone che questo sia dotato di una notorietà effettiva e diffusa. La disposizione mira a contrastare operazioni abusive poste in essere da terzi, volte a sfruttare indebitamente un segno che, proprio grazie alla sua fama, può agevolare la commercializzazione di determinati prodotti. Di conseguenza, perché la tutela possa operare, è necessario dimostrare che, al momento della registrazione da parte del terzo, il segno fosse già ampiamente conosciuto, al punto da rendere plausibile l'interesse economico a utilizzarlo.[328]

Il caso di specie aveva ad oggetto l'azione promossa da un College statunitense nei confronti di un'impresa italiana di abbigliamento che aveva registrato ed utilizzato, come marchio in Italia e nell'Unione Europea, la denominazione "*Franklin & Marshall*", corrispondente al nome dello stesso College. Dopo la registrazione da parte della convenuta, l'istituto americano aveva a sua volta registrato il segno negli Stati Uniti per contrassegnare i propri gadgets e aveva stipulato con la controparte un accordo transattivo: quest'ultima riconosceva la titolarità del marchio UE e si impegnava a sottoporre all'approvazione del College i prodotti destinati al mercato statunitense. Tale collaborazione era proseguita per circa dieci anni, fino alla rottura dei rapporti, all'esito della quale il College agì in giudizio per inibire l'uso del segno da parte della società italiana.[329]

---

[328] Corte d'Appello di Venezia, Sez. spec. Impresa, sent. 10 febbraio 2020, n. 448, in *DeJure*, con nota in *Giur. annotata dir. ind.*, 2020, I, p. 465.

[329] Corte d'Appello di Venezia, Sez. spec. Impresa, 10 febbraio 2020, n. 448, in *DeJure*.

Il Tribunale aveva escluso l'applicazione dell'art. 7 c.c., ritenendo che la questione dovesse essere risolta alla luce dell'art. 8 c.p.i..[330] Esclusa la notorietà del nome nel territorio italiano, ai sensi del comma 3, i giudici avevano fatto applicazione del comma 2, precisando che l'uso del nome come marchio da parte di terzi è vietabile solo qualora ne risulti lesa la reputazione o il decoro di chi ne ha diritto. Nel caso concreto, tale pregiudizio non era stato ravvisato, anche perché il College aveva esso stesso registrato la denominazione negli Stati Uniti per prodotti analoghi.

La sentenza assume particolare rilievo perché evidenzia come il divieto di utilizzo parassitario di un nome non possa essere invocato se il nome stesso non gode di una notorietà reale e diffusa. Il Tribunale chiarisce che, per far valere questa forma di tutela, è indispensabile dimostrare che, al momento in cui un terzo registra il segno, esso fosse già sufficientemente conosciuto da rendere credibile un interesse allo sfruttamento economico. In tal modo, la decisione sottolinea il legame imprescindibile tra notorietà del segno e possibilità di protezione contro l'uso parassitario.

Le questioni giuridiche legate all'art 8 comma 3 c.p.i., sono state il centro di una recente controversia giurisprudenziale.[331]

Si tratta del contenzioso che ha coinvolto la casa automobilistica Automobili Lamborghini S.p.A. e la cantante Elettra Lamborghini.

La controversia trae origine dal deposito, da parte di quest'ultima, di una domanda di registrazione presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) del marchio costituito dal proprio nome.

Automobili Lamborghini S.p.A., titolare del marchio dell'Unione Europea "*Automobili Lamborghini*", ha proposto opposizione dinanzi all'UIBM, invocando la rinomanza del proprio marchio e sostenendo che l'uso del segno richiesto avrebbe determinato un indebito vantaggio a favore della richiedente e un pregiudizio alla distintività del marchio anteriore. L'Ufficio ha accolto l'opposizione, negando la registrazione per difetto di novità ai sensi dell'art. 12, comma 1, lett. e), c.p.i..

---

[330] Sul principio contenuto nella massima, conforme all'opinione prevalente, che esclude l'applicabilità della norma codicistica, ritenendo che la questione debba essere regolata mediante l'applicazione dell'art. 8 c.p.i., si veda, in giurisprudenza: Cass. 13 marzo 1998, n. 2735, in *Dir. Inf.*, 1999, p. 442; Cass. 6 aprile 1995, n. 4036 (3198/1); in dottrina: VANZETTI-DI CATALDO, *op. cit*., p. 212 e ss.

[331] Cassazione civile (ord.), sez. I, 08/07/2025, n. 18675 in *SPRINT-sistema di proprietà intellettuale*.

La sentenza della Commissione dei Ricorsi UIBM[332], notificata il 16 aprile 2024, rappresenta un intervento significativo nella complessa dialettica tra tutela dei marchi rinomati e diritto alla registrazione del proprio nome, avendo accolto il ricorso promosso per Elettra Lamborghini contro la decisione della Divisione di Opposizione che, in prima istanza, aveva rigettato la domanda.

L'opposizione si fondava sulla notorietà del marchio LAMBORGHINI, e l'Ufficio aveva ritenuto superfluo verificare l'esistenza di un rischio di confusione ai sensi dell'art. 12, lett. d), c.p.i., concentrandosi invece sull'asserito indebito vantaggio o pregiudizio ex art. 12, lett. e), c.p.i. Tale impostazione, seppur formalmente corretta, evidenziava un'applicazione estremamente rigorosa della tutela rafforzata dei marchi di rinomanza, con il rischio di comprimere eccessivamente la libertà di iniziativa economica dei soggetti portatori di un nome anagraficamente coincidente con un marchio celebre.

In tale contesto, assume particolare rilievo il fatto che la Commissione abbia individuato un caso di "*giusto motivo*", concetto che nella prassi applicativa appare nebuloso e poco valorizzato. La disposizione richiede infatti la prova di un rischio che l'uso, senza giusto motivo, del segno richiesto, tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o rechi pregiudizio allo stesso.

Il provvedimento, discostandosi dall'approccio più restrittivo dell'Ufficio, riconosce tale "*giusto motivo*" nel fatto che il marchio domandato *"coincide con il nome di un personaggio "famoso" ai sensi dell'art. 8, co. 3, c.p.i..*

È in questo passaggio che la decisione mostra un profilo di particolare interesse critico: la Commissione non adotta una lettura meramente formalistica della rinomanza, ma accoglie un'impostazione sostanzialista, attenta alla genesi autonoma della notorietà di Elettra Lamborghini. Il riconoscimento che LAMBORGHINI costituisca il cognome della richiedente e che la stessa, assieme al patronimico ELETTRA, abbia acquisito una notorietà propria nel settore del fashion system, consente di separare concettualmente la sua immagine personale dal marchio automobilistico. Tale distinzione, secondo la sentenza, costituisce il fulcro per escludere l'indebito vantaggio, in quanto, come si legge nel passaggio motivazionale, "*se si guarda alla genesi di quella notorietà acquisita in ambito "civile" ed al suo prospettato sfruttamento a scopi commerciali, appare difficile*

[332] Commissione dei ricorsi 16/04/2024, n. 29, in *SPRINT- sistema di proprietà intellettuale.*

sostenere che l'uso del patronimico "Elettra Lamborghini" da parte dell'avente diritto consentirebbe a quest'ultima di trarre un indebito vantaggio dal carattere distintivo o dalla rinomanza del marchio anteriore. Mentre, per converso, il rifiuto di registrazione dell'Ufficio, se confermato, le impedirebbe di sfruttare commercialmente una diversa notorietà, la propria".

Tale impostazione è stata invece ribaltata dalla Suprema Corte[333] che con ordinanza n. 18675/2025, la ha accolto integralmente il ricorso, annullando la decisione della Commissione dei Ricorsi.

L'intervento della Corte si fonda sull'individuazione di una serie di criticità rilevanti nell'impostazione seguita dall'organo amministrativo. Anzitutto, la Corte ha rilevato l'omessa valutazione del rischio di confusione. La Commissione non avrebbe adeguatamente esaminato il requisito della novità, come richiesto dall'art. 12, comma 1, lett. d), c.p.i., omettendo di verificare se tra i prodotti e i servizi in questione vi fosse identità o affinità e se tale circostanza potesse indurre il pubblico in errore circa l'origine imprenditoriale dei beni. Un secondo profilo di criticità ha riguardato l'applicazione dell'art. 12, comma 1, lett. e), c.p.i.

La Commissione ha impostato l'indagine sull'indebito vantaggio che il segno successivo avrebbe potuto trarre dal marchio anteriore secondo una prospettiva "*in concreto"*. Tale metodo valutativo non è però conforme ai criteri indicati dalla giurisprudenza europea, che impone invece un accertamento *"in astratto"*, basato su parametri oggettivi quali il livello di notorietà e la distintività del marchio anteriore, il grado di somiglianza tra i segni e la prossimità dei rispettivi ambiti merceologici.

La Corte ha poi censurato l'inadeguata ricostruzione del *"giusto motivo"*. La Commissione aveva attribuito rilievo alla notorietà artistica della richiedente senza verificare gli elementi essenziali per configurare tale istituto, ossia la preesistenza dell'uso del segno anteriormente al deposito del marchio anteriore e la buona fede del suo impiego. Tale impostazione è stata ritenuta non coerente con il quadro normativo e giurisprudenziale vigente ed è stato affermato che *"la mera circostanza che il marchio successivo corrisponda al nome del richiedente è irrilevante ai fini della questione se*

[333] Cassazione civile (ord.), sez. I, 08/07/2025, n. 18675 in *SPRINT-sistema di proprietà intellettuale*.

l'uso di tale termine costituisca un giusto motivo dal momento che l'esame del bilanciamento degli interessi in gioco non può pregiudicare la funzione essenziale del marchio anteriore, che è quella di garantire l'origine del prodotto".

Infine, la Corte ha rilevato un'erronea interpretazione dell'art. 8 c.p.i. È stato infatti precisato che il diritto al nome civile non è sufficiente, di per sé, a giustificare la registrazione di un marchio quando questa interferisca con un marchio anteriore dotato di rinomanza. In tali ipotesi, il bilanciamento tra diritto al nome e tutela del marchio deve essere effettuato alla luce della preminente esigenza di evitare fenomeni di agganciamento parassitario o di diluizione della capacità distintiva del segno anteriore.

La pronuncia mette in luce rilevanti deficit motivazionali nella decisione della Commissione dei Ricorsi e contribuisce a chiarire l'esatta portata degli impedimenti assoluti e relativi alla registrazione dei marchi, con particolare attenzione a una corretta applicazione della tutela spettante ai marchi rinomati e alla necessaria distinzione tra notorietà personale e preesistenza qualificata del segno come marchio.

3.4.1 Notorietà dei marchi: decisioni UIBM (art. 8, comma 3 c.p.i.)

Sempre in tema di notorietà ai sensi dell'art. 8, comma 3, c.p.i., appare utile proseguire con l'analisi di alcune decisioni dell'UIBM, che offrono indicazioni preziose per comprendere pienamente l'applicazione della normativa.

Un esempio significativo è rappresentato dal procedimento di opposizione n. 652019000048194 del 24 luglio 2022, avente ad oggetto la richiesta di registrazione di un marchio nazionale.

La vicenda prese avvio con la domanda di registrazione del marchio n. 302018000030839, presentata il 27 settembre 2018 dalla Coppadoro Società Agricola s.r.l., raffigurante un gallo e una freccia sovrapposti alla denominazione "SPIAVENTO". A tale domanda si oppose il Consorzio Vino Chianti Classico, che rivendicava i diritti derivanti dai propri marchi anteriori[334], ampiamente noti al pubblico per contraddistinguere i vini della denominazione Chianti Classico.

[334] Si fa riferimento in particolare ai marchi: n. 302013902148478, registrato il 20 gennaio 2014, n. 302013902148479, registrato il 20 gennaio 2001, n. 302016000045223 registrato il 7 agosto 2017.

Tali marchi erano costituiti sia dalla denominazione "Chianti Classico" sia da un elemento figurativo raffigurante un gallo nero racchiuso in un cerchio, simbolo storicamente e culturalmente legato all'attività del Consorzio.

Il Consorzio rivendicava altresì la tutela del gallo nero quale emblema caratteristico e segno notorio dell'associazione, sostenendo che esso godeva di autonoma protezione indipendentemente dalla sua registrazione come marchio.

Secondo il Consorzio, la registrazione del marchio richiesto da Coppadoro avrebbe violato l'art. 8, comma 3, del Codice della Proprietà Industriale, in quanto idonea a ledere l'emblema caratteristico dell'associazione, notoriamente collegato al Chianti Classico e già incorporato nei marchi precedentemente registrati dal Consorzio stesso.

L'art. 8, comma 3, c.p.i.[335] prevede che determinati segni, qualora notori, possano essere registrati o utilizzati come marchio soltanto dall'avente diritto o con il suo consenso; tra essi rientrano anche gli emblemi caratteristici di enti e associazioni privi di finalità economiche. Nel caso di specie, l'onere della prova gravava sul Consorzio opponente, chiamato a dimostrare la propria legittimazione, l'identità o la sostanziale somiglianza tra i segni, la notorietà del simbolo contestato e l'assenza di consenso alla registrazione. Tali requisiti furono ritenuti sussistenti, poiché il Consorzio dimostrò di essere costituito sin dal 1924 quale associazione senza scopo di lucro e di utilizzare da lungo tempo il "*gallo nero*" come proprio emblema distintivo, anche attraverso plurime e risalenti registrazioni anteriori.[336]

Particolarmente significativa risulta l'interpretazione elaborata dall'UIBM in relazione all'art. 8, comma 3, c.p.i., la quale precisa che l'opposizione può essere accolta anche quando il segno richiesto non riproduca in modo integrale il marchio dell'opponente, purché ne incorpori comunque la componente dotata di notorietà e capacità distintiva. Tale impostazione, pur coerente con l'obiettivo di impedire sfruttamenti indebiti della reputazione altrui, solleva interrogativi sul rischio di una tutela eccessivamente estensiva: l'individuazione di una "componente notoria" potrebbe infatti tradursi, se non

---

335 *"Se notori, possono essere registrati o usati come marchio solo dall'avente diritto, o con il consenso di questi, o dei soggetti di cui al comma 1: i nomi di persona, i segni usati in campo artistico, letterario, scientifico, politico o sportivo, le immagini che riproducono trofei, le denominazioni e sigle di manifestazioni e quelli di enti ed associazioni non aventi finalità economiche, nonché gli emblemi caratteristici di questi."*

336 Procedimento di opposizione UIBM n. 652019000048194 del 24 luglio 2022, in *SPRINT – Sistema di Proprietà Intellettuale.*

adeguatamente circoscritta, in una protezione troppo estesa, comprimendo la libertà di scelta dei segni e ampliando in modo non sempre giustificato la portata interdittiva del diritto anteriore.

In questa prospettiva, l'UIBM ha ritenuto che l'aggiunta di elementi decorativi o di parole al segno del "*gallo nero*" non fosse sufficiente a neutralizzarne la capacità distintiva e suggestiva. Ciò che rileva, infatti, non è tanto l'identità complessiva dei marchi a confronto, quanto la presenza e la centralità della componente notoria all'interno del segno successivo. Ne consegue che l'utilizzo del "*gallo nero*", anche se inserito in ulteriori raffigurazioni grafiche o accompagnato da elementi testuali, continua a evocare l'Opponente e deve pertanto considerarsi vietato.[337]

La decisione di integrale accoglimento dell'opposizione rappresenta un esempio significativo di applicazione dell'art. 8, comma 3, c.p.i., riaffermando che la tutela dei segni notori non si limita alla loro riproduzione pedissequa, ma si estende alla loro funzione evocativa e al valore simbolico acquisito presso il pubblico. Tale interpretazione, di natura funzionale, risponde all'esigenza di contrastare ogni tentativo di appropriazione indebita del patrimonio immateriale e distintivo costruito dall'avente diritto, salvaguardandone la forza attrattiva e impedendo fenomeni di parassitismo commerciale.

Quanto affermato è stato ulteriormente ribadito in una più recente decisione di opposizione del 20 marzo 2023, che costituisce un caso di particolare interesse sia per l'analisi, sia per le specificità applicative dell'art. 8, comma 3, c.p.i..

Il caso riguardava l'opposizione n. 652021000019280 proposta dal Sovrano Militare Ordine di San Giovanni di Gerusalemme, di Rodi e di Malta avverso la domanda di registrazione del marchio nazionale n. 302020000074770 presentata, in data 8 settembre 2020, dal sig. Francesco Giuseppe Paternò Castello dei Du Thorbjorn, pubblicata sul Bollettino UIBM n. 354 del 28 ottobre 2020.

Tra i motivi di opposizione, l'Ordine ha invocato l'applicazione dell'art. 8, comma 3, c.p.i., rilevando che il segno richiesto riproduceva emblemi e denominazioni notorie proprie di un ente non avente finalità economiche, in particolare la "*croce ottagona*" e la denominazione "*Cavalieri di Malta*". La disposizione invocata, come già affermato, ha

[337] Procedimento di opposizione UIBM n. 652019000048194 del 24 luglio 2022, in *SPRINT – Sistema di Proprietà Intellettuale.*

lo scopo di impedire lo sfruttamento indebito, a fini commerciali, di segni o denominazioni notoriamente riconducibili a enti o associazioni di carattere non economico, riconoscendo all'avente diritto una tutela autonoma, che prescinde dal rischio di confusione. Essa mira, infatti, a prevenire condotte di parassitismo commerciale volte ad appropriarsi del valore attrattivo e suggestivo che un segno acquisisce grazie alla notorietà maturata nel tempo.

Nel caso di specie, l'Ufficio ha ritenuto che l'Opponente avesse prodotto documentazione sufficiente a provare sia la titolarità e l'uso del segno, sia la sua notorietà, riconducibile peraltro a un fatto notorio ai sensi dell'art. 115, co. 2, c.p.c. È stato inoltre accertato che il marchio richiesto riproduceva la croce ottagona e la denominazione "*Chevaliers de Malte*", agevolmente percepibile dal pubblico italiano come "*Cavalieri di Malta*", nonostante l'impiego della lingua francese.[338]

La decisione appare particolarmente significativa poiché ribadisce il principio sopra già richiamato, che prevede come, ai fini dell'applicazione dell'art. 8, comma 3, c.p.i., debba dirsi non necessario che il marchio richiesto coincida integralmente con quello tutelato dall'opponente. È sufficiente, infatti, che ne riproduca la componente essenziale e notoria, ossia quella parte del segno che concentra il valore simbolico e attrattivo maturato nel tempo.

Questa impostazione si dimostra coerente con la ratio della norma, volta non tanto a prevenire il rischio di confusione, quanto piuttosto a impedire condotte di parassitismo commerciale. La tutela, in altre parole, si colloca su un piano "*sui generis*", mirato a salvaguardare il patrimonio immateriale di enti ed associazioni privi di finalità economiche, evitando che terzi possano sfruttare a proprio vantaggio la forza evocativa di denominazioni ed emblemi notori.

Nel caso concreto, l'aggiunta di elementi grafici o di parole accessorie da parte del richiedente non è stata ritenuta sufficiente a neutralizzare l'aggancio concettuale e visivo

---

[338] Procedimento di opposizione UIBM n. 652021000019280 del 20 marzo 2023, in *SPRINT – Sistema di Proprietà Intellettuale.*

con i segni dell'Ordine di Malta, e correttamente: una diversa interpretazione avrebbe reso agevolmente eludibile la protezione accordata dall'art. 8, comma 3, c.p.i., aprendo la strada a registrazioni formalmente differenti ma sostanzialmente idonee a trarre indebito vantaggio dalla notorietà altrui.

Risulta inoltre condivisibile il richiamo al fatto che tale tutela prescinde dall'identità o dall'affinità dei prodotti e servizi designati: si tratta infatti di un regime autonomo, che si distingue dalla disciplina generale del rischio di confusione, proprio perché fondato sul rispetto di un valore simbolico che trascende la dimensione meramente mercantile. In definitiva, la decisione offre un'applicazione lineare ed equilibrata dell'art. 8, comma 3, c.p.i., confermando come esso rappresenti uno strumento essenziale per preservare l'integrità e la dignità dei segni di enti storici e culturali, la cui notorietà non può essere oggetto di appropriazione parassitaria da parte di privati.

3.4.2 Art. 8 c.p.i. e la protezione dei segni notori nel settore culturale

Negli ultimi anni si è registrata, a livello globale, una crescente attenzione da parte di musei ed enti espositivi verso la tutela e la valorizzazione dei propri marchi. Tali segni distintivi consistono, nella maggior parte dei casi, in denominazioni per esteso o nelle loro abbreviazioni, talvolta coincidenti con il nome del collezionista cui il museo è intitolato o con quello dell'artista cui è dedicato, spesso accompagnati da elementi grafici. Più di recente, inoltre, anche il profilo architettonico dell'edificio che ospita il museo o la mostra, qualora particolarmente iconico o riconoscibile, è stato progressivamente adottato come elemento identificativo dell'ente espositivo.[339]

Le modalità attraverso cui enti espositivi e musei sfruttano i propri marchi risultano oggi estremamente diversificate. Un primo e consolidato strumento è rappresentato dalla concessione in licenza del brand: si pensi, ad esempio, ai gioielli, ai tessuti e agli articoli di arredamento prodotti dal Van Gogh Museum di Amsterdam e ispirati alle opere del pittore olandese. Parallelamente, negli ultimi anni si è registrato un ricorso sempre più frequente ai contratti di sponsorizzazione, mediante i quali gli istituti culturali concedono l'uso del proprio marchio a soggetti privati che, in cambio della facoltà di sfruttarlo, spesso attraverso iniziative di merchandising, contribuiscono alla tutela e alla

[339] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *I marchi di mostre e musei: presupposti di tutela e opportunità di sfruttamento*, in ART&LAW – Legal Journal on Art, I, 2019, p. 1.

valorizzazione del patrimonio dell'ente, talvolta assumendosi persino i costi di interventi strutturali o di restauro. L'esempio più emblematico è costituito dal caso del Louvre, il quale ha recentemente autorizzato l'utilizzo del proprio nome (e la riproduzione di opere selezionate) nel nuovo museo di Abu Dhabi.

Tuttavia, come correttamente evidenziato dalla prassi, qualsiasi forma di reazione a usurpazioni oppure di sfruttamento economico del segno presuppone necessariamente l'esistenza di un valido diritto di privativa. Senza una tutela formale opponibile ai terzi, infatti, enti e musei non dispongono di strumenti effettivi per impedire utilizzi non autorizzati né, di conseguenza, per valorizzare strategicamente l'identità distintiva dell'istituzione culturale.[340]

È in questo contesto che si inserisce la disciplina di cui all'art. 8 c.p.i., applicabile anche con riferimento ai segni utilizzati delle istituzioni culturali.

La norma attribuisce al titolare di un segno divenuto notorio nel settore artistico la facoltà di procedere alla sua registrazione come marchio, riservandone l'uso esclusivo. Tale disposizione attribuisce al titolare di un segno che abbia acquisito notorietà nell'ambito artistico la possibilità di procedere alla sua registrazione come marchio, assicurandogli così un uso esclusivo. Da ciò deriva che le denominazioni, le sigle e gli ulteriori segni distintivi impiegati dai musei di maggior rilievo risultano registrabili unicamente dagli enti cui fanno capo, i quali sono, di conseguenza, pienamente legittimati a contrastare qualsiasi impiego non autorizzato da parte di terzi.

In questa prospettiva, i musei possono registrare come marchio non solo le proprie denominazioni istituzionali, ma anche le sigle di manifestazioni di particolare rinomanza, come, ad esempio, il titolo di una mostra itinerante di successo, così da garantirsi un utilizzo esclusivo del segno anche ai fini della stipula di contratti di merchandising.[341]

Nonostante il valore simbolico e commerciale che tali segni possono esprimere, nel panorama italiano la pratica della registrazione e dello sfruttamento dei marchi museali è ancora poco diffusa.

---

[340] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *I marchi di mostre e musei: presupposti di tutela e opportunità di sfruttamento*, *cit*., p. 1.

[341] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, in Rivista di Diritto Industriale, IV-V, 2017, p. 153.

Emblematico è il fatto che le Gallerie degli Uffizi abbiano proceduto al deposito del proprio marchio soltanto nel 2017, identificato con il numero 017158114 e registrato in data 30 agosto dello stesso anno.

Quanto alle iniziative di *licensing*, esse risultano ancora limitate e, laddove presenti, si concentrano prevalentemente sulla commercializzazione di prodotti brandizzati destinati alla vendita nei bookshop annessi alle mostre e alle sedi espositive, senza tradursi in una strategia sistematica di valorizzazione del marchio dell'istituzione.

Nonostante ciò, l'adozione e la tutela di un marchio si configurano, per i musei, come strumenti di significativa rilevanza strategica. Il marchio non si limita a svolgere una funzione meramente identificativa, ma si fa portatore dei valori, della storia e dell'eredità culturale propri dell'istituzione. Se adeguatamente gestito, esso può assolvere una duplice funzione: da un lato, rappresenta una leva efficace di promozione culturale; dall'altro, costituisce una risorsa economica concreta.

Attraverso la stipula di contratti di licenza, operazioni di merchandising e la costruzione di partnership strategiche, il marchio può divenire un mezzo per generare nuove entrate e contribuire in modo significativo alla sostenibilità economica del settore culturale. In tal senso, esso si configura come uno strumento capace di offrire una risposta concreta alle croniche difficoltà finanziarie che gravano sul patrimonio artistico e museale del nostro Paese.[342]

3.5 Stemmi emblemi e altri segni di rilievo istituzionale: Art 10 c.p.i.

La disciplina concernente gli stemmi e gli altri segni riconosciuti a livello internazionale si colloca in un'area normativa di particolare sensibilità, nella quale convergono valori identitari, interessi pubblici e istanze di rappresentanza istituzionale che possono facilmente entrare in tensione. Non sorprende, dunque, che il Codice della proprietà industriale, all'art. 10, predisponga un apparato di tutela rafforzata specificamente dedicato a tali simboli. Tale scelta legislativa risponde all'esigenza di preservare non solo la funzione identificativa di questi segni, ma anche la loro carica simbolica, il loro ruolo nella legittimazione dell'autorità che rappresentano e la loro capacità di incidere sulla percezione pubblica. La protezione accordata, pertanto, va letta come un presidio volto a

[342] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *I marchi di mostre e musei: presupposti di tutela e opportunità di sfruttamento*, *cit.,* p. 1.

scongiurare fenomeni di sfruttamento improprio o di banalizzazione, che rischierebbero di compromettere l'integrità e la dignità del simbolo stesso, con effetti potenzialmente pregiudizievoli sul piano istituzionale e diplomatico.

L'articolo 10 c.p.i. prevede che: *"Gli stemmi e gli altri segni considerati nelle convenzioni internazionali vigenti in materia, nei casi e alle condizioni menzionati nelle convenzioni stesse, nonché i segni contenenti simboli, emblemi e stemmi che rivestano un interesse pubblico inclusi i segni riconducibili alle forze dell'ordine e alle forze armate e i nomi di Stati e di enti pubblici territoriali italiani non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa, a meno che l'autorità competente non ne abbia autorizzato la registrazione."*

La disciplina, dunque, esclude la possibilità di registrare come marchio, in assenza di un'autorizzazione preventiva dell'autorità competente, simboli connotati da una forte rilevanza istituzionale, quali stemmi, emblemi e contrassegni delle forze armate o di polizia, nonché denominazioni di Stati ed enti pubblici territoriali italiani. Si tratta di una tutela che riflette l'esigenza di preservare l'integrità e l'autorevolezza di segni che incarnano valori pubblici e identitari, evitando che essi vengano distorti, banalizzati o utilizzati per finalità meramente commerciali.

L'introduzione del comma 1-bis all'art. 10, ad opera del D.L. 30 aprile 2019, n. 34, ha rafforzato ulteriormente il sistema di protezione, vietando la registrazione di segni, verbali o figurativi, che possano arrecare pregiudizio all'immagine o alla reputazione dell'Italia. Tale intervento legislativo si poneva, non solo l'obbiettivo della salvaguardia e del prestigio internazionale del Paese, ma anche la corretta valorizzazione del suo patrimonio culturale, artistico ed economico.

In questa prospettiva, la tutela dei segni istituzionali assume una funzione strategica: impedire che strumenti identitari di rilevanza collettiva vengano sviliti o sfruttati in modi incompatibili con il loro significato culturale e simbolico.

Tale disposizione, inoltre, assume un rilievo particolarmente significativo nel contesto internazionale, nel quale il "*Made in Italy*" continua a rappresentare un indicatore di eccellenza e autenticità ampiamente riconosciuto.[343] Con questo intervento, il legislatore ha inteso riaffermare il valore identitario del "*Made in Italy*", prevenendo utilizzi impropri

[343] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit.,* p. 177.

o potenzialmente dannosi che rischierebbero di svilirne la portata simbolica e il significato.

In dottrina si è sottolineato come, sul versante pubblicistico del divieto posto dall'art. 10 c.p.i., tale disposizione rifletta *"in linea di principio un interesse pubblico, riconosciuto anche a livello internazionale, a non svilire l'immagine di simboli degli Stati o delle organizzazioni internazionali e, conseguentemente, a impedirne uno sfruttamento in funzione del perseguimento di obiettivi commerciali"*.[344]

La ratio della norma è dunque quella di impedire che segni dotati di una particolare pregnanza simbolica e istituzionale possano essere assoggettati a un uso esclusivo di tipo privatistico, in quanto appartenenti, per il loro valore rappresentativo, alla sfera degli interessi collettivi.

Un'impostazione parallela si rinviene nel Codice dei beni culturali e del paesaggio, il quale ha come obiettivo primario la tutela del patrimonio identitario e culturale della Nazione. I beni culturali e le loro immagini, infatti, non sono soltanto oggetti materiali, ma costituiscono espressione della memoria storica e dell'identità collettiva, assumendo una funzione simbolica che li rende assimilabili, sul piano assiologico, agli emblemi e ai simboli pubblici richiamati dall'art. 10 c.p.i.

Si delinea così un sistema coerente, nel quale il diritto dei marchi e la disciplina dei beni culturali convergono nella tutela di un medesimo valore: la preservazione del patrimonio culturale quale bene comune, sottratto a indebite forme di appropriazione esclusiva e garantito nella sua funzione identitaria e collettiva.

Alla luce di tale quadro, l'impiego di beni culturali come marchio deve essere valutato in ragione dell'elevato valore simbolico che essi rappresentano. Proprio tale valore consente di ricondurli nella previsione dell'art. 10 c.p.i., il quale, contempla espressamente i segni contenenti parole, figure o simboli di significazione politica o di alto valore simbolico, nonché elementi araldici o comunque rivestenti un interesse pubblico.

Per quanto concerne, invece, i marchi che abbiano ad oggetto monumenti o beni che non rientrano formalmente nel novero del patrimonio culturale, occorre interrogarsi sulla sussistenza di un analogo alto valore simbolico. Qualora si adotti un'interpretazione estensiva dell'art. 10 c.p.i., anche tali beni potrebbero essere ricompresi nella categoria

---

[344] D. SARTI in UBERTAZZI (a cura di), *La proprietà intellettuale*, Giappichelli Editore, Milano, 2011, pag. 55.

dei segni di interesse pubblico. In caso contrario, la disciplina applicabile sarebbe quella civilistica di cui all'art. 832 c.c., che riconosce al proprietario il diritto di godere e disporre della cosa in modo pieno ed esclusivo, seppur nei limiti e con l'osservanza degli obblighi imposti dall'ordinamento giuridico.

La scelta del legislatore esprime un intento di equilibrio: da un lato, proteggere la dimensione identitaria e collettiva dei simboli culturali; dall'altro, favorire una valorizzazione corretta e responsabile, evitando che tali beni vengano ridotti a meri strumenti commerciali in grado di compromettere il prestigio culturale che sono chiamati a rappresentare.

Ne deriva che l'impiego di un bene culturale come marchio, pur astrattamente possibile, deve misurarsi con un equilibrio particolarmente delicato, in quanto deve preservare la funzione distintiva propria del marchio e deve evitare fenomeni di appropriazione indebita o di svilimento del valore storico, artistico e identitario che il bene culturalmente rappresenta.

La normativa di riferimento in materia di stemmi rappresenta un nodo cruciale, situato all'incrocio tra convenzioni internazionali e valori nazionali, in un equilibrio delicato tra esigenze di innovazione commerciale e necessità di tutela dell'identità culturale.[345] Accanto all'articolo 10 del Codice della Proprietà Industriale, un ruolo determinante è svolto dal diritto europeo: in particolare, l'articolo 7, comma 1, lettera i) del Regolamento (UE) n. 2017/1001 sul marchio dell'Unione Europea introduce specifiche restrizioni alla registrazione di segni che contengano stemmi o simboli di rilevanza internazionale o di interesse pubblico.

Tale disciplina si pone in linea di continuità con quanto previsto dall'articolo 6-ter della Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, norma cardine del sistema internazionale di tutela, che impone agli Stati aderenti il divieto di registrare come marchio gli stemmi, le bandiere, gli emblemi di Stato e, più in generale, i segni e i punzoni ufficiali di controllo e garanzia, nonché qualsiasi loro imitazione araldica suscettibile di generare confusione.[346]

---

[345] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit*., p. 177.
[346] L. TREVISAN, G. CUONZO, *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, *cit*., p. 177.

L'applicazione delle norme sovranazionali ed eurounitarie in materia di simboli protetti ha offerto alla giurisprudenza dell'Unione[347] l'occasione per delineare confini più precisi dell'impedimento alla registrazione. Un esempio significativo è rappresentato dalla decisione del Tribunale dell'UE del 28 febbraio 2008, nella quale è stato escluso che potesse essere registrato come marchio dell'Unione per prodotti di abbigliamento un segno complesso formato dalle lettere "RW" e da una foglia d'acero stilizzata, ritenuta troppo prossima allo stemma del Canada. Il Tribunale ha ritenuto che l'imitazione araldica, anche se stilizzata e inserita in un contesto grafico più ampio, fosse comunque idonea a suscitare un'associazione con l'emblema statale, con conseguente violazione dell'art. 6-ter della Convenzione di Parigi.

Di particolare interesse è il limite che i giudici hanno contestualmente introdotto all'ambito applicativo dell'impedimento, distinguendo tra marchi di fabbrica o di commercio, da un lato, e marchi di servizio, dall'altro.

Il Tribunale ha infatti precisato che il divieto convenzionale riguarda esclusivamente i marchi destinati a contraddistinguere beni, mentre non si estende automaticamente ai marchi di servizio. Ne deriva che, per questi ultimi, la presenza di stemmi o simboli di Stato non comporta ex se un ostacolo alla registrazione, salvo che il segno non sia idoneo a indurre il pubblico in errore sulla provenienza o sulla natura dell'attività.

La decisione del Tribunale, pur ancorandosi alla formulazione dell'art. 6-ter della Convenzione di Parigi, presenta diversi profili problematici. La scelta di mantenere una separazione netta tra marchi destinati a contraddistinguere prodotti e marchi riferiti a servizi riflette una classificazione tradizionale, ma oggi sempre meno rispondente alla realtà economica. Se l'obiettivo della norma internazionale è impedire che un simbolo pubblico venga sfruttato per creare un'apparenza di collegamento con un'autorità statale, non appare del tutto convincente che tale rischio venga considerato significativo nell'ambito della commercializzazione di beni, ma molto meno rilevante quando si tratti di attività di servizi. La pronuncia sembra così aderire a un'impostazione eccessivamente formalista, che finisce per circoscrivere la tutela dei simboli statali a criteri tecnici non sempre compatibili con l'evoluzione del mercato e con la crescente convergenza tra settori produttivi e prestazioni immateriali.

[347] Trib. UE 28/02/2008, n. 215, in *Foro it.*

A completamento di questo assetto sovranazionale si inserisce anche la Convenzione di Nairobi del 1981, dedicata alla tutela del simbolo olimpico dei cinque cerchi. Tale convenzione attribuisce una protezione espressa e particolarmente rigorosa a uno dei segni più riconoscibili e universalmente associati ai valori dello sport, della cooperazione internazionale e della lealtà competitiva. La sua inclusione nel sistema multilivello di protezione dei segni distintivi conferma come la salvaguardia di determinati simboli trascenda i confini nazionali e si fondi su principi condivisi a livello globale.

In questo quadro, la disciplina nazionale non rappresenta un'eccezione isolata, bensì l'attuazione puntuale di un principio di ordine pubblico internazionale volto a prevenire la mercificazione di simboli che incarnano l'identità istituzionale degli Stati e delle organizzazioni sovranazionali. La ratio sottesa al divieto è dunque chiara: evitare che l'uso privatistico di tali segni possa generare una indebita associazione tra l'attività economica del richiedente e l'autorità pubblica cui il simbolo appartiene, con conseguenti rischi di confusione, sviamento o addirittura compromissione della dignità istituzionale degli enti rappresentati.

In particolare, l'articolo 10 del Codice della proprietà industriale, al comma 2, prevede infatti l'esclusione dalla registrazione dei segni che presentano parole, figure o simboli riconducibili alla sfera politica o connotati da una particolare pregnanza simbolica, oltre che degli elementi di natura araldica.

In presenza di tali circostanze, l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi è tenuto a trasmettere l'esemplare del marchio, unitamente alla documentazione pertinente, alle amministrazioni pubbliche competenti, affinché queste ultime esprimano un parere preventivo.

Il comma 3 estende ulteriormente il potere consultivo delle amministrazioni, prevedendo che l'UIBM, qualora nutra dubbi circa la conformità del marchio alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume, in conformità a quanto stabilito dall'art. 14 c.p.i.[348], possa

---

[348] *"1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa: a) i segni contrari alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume; b) i segni idonei ad ingannare il pubblico, in particolare sulla provenienza geografica, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi, ovvero sulla tipologia di marchio, nonché i segni evocativi, usurpativi o imitativi di indicazioni geografiche e di denominazioni di origine protette in base alla normativa statale o dell'Unione europea, inclusi gli accordi internazionali di cui l'Italia o l'Unione europea sono parte(2); c) i segni il cui uso costituirebbe violazione di un altrui diritto di autore, di proprietà industriale o altro diritto esclusivo di terzi; c-bis) i segni esclusi dalla registrazione, conformemente alla legislazione dell'Unione europea o dello Stato o ad accordi internazionali in materia*

attivare la medesima procedura acquisitiva del parere. Si tratta di una clausola che, nell'intento di rafforzare le garanzie poste a presidio di interessi pubblici qualificati, introduce tuttavia un margine di valutazione ampia, potenzialmente idonea a generare incertezze applicative.

La necessità di un parere esterno, pur giustificata dalla delicatezza dei valori coinvolti, può infatti tradursi in un aggravio procedurale non trascurabile, con il rischio di accentuare la variabilità interpretativa tra le diverse amministrazioni coinvolte.

In questo delicato equilibrio tra tutela dell'interesse pubblico e garanzia della libertà di iniziativa economica, si impone una riflessione sulla sindacabilità del rifiuto opposto dall'amministrazione.

Il riferimento normativo è rappresentato dall'art. 184-bis c.p.i., che, pur mantenendo impregiudicata la possibilità di adire il Tribunale delle Imprese, introduce un ulteriore canale amministrativo volto alla declaratoria di nullità del marchio. Tale via amministrativa, affidata all'UIBM, è concepita come strumento deflattivo, idoneo a ridurre il carico del contenzioso giudiziario e a consentire una gestione più agile e specializzata delle controversie in materia di proprietà industriale.

L'accesso al procedimento amministrativo di nullità è ammesso ogniqualvolta la registrazione del marchio risulti viziata da uno degli impedimenti previsti dal Codice della

---

di cui l'Unione europea o lo Stato è parte, relativi alla protezione delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche; c-ter) i segni esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione europea o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione è parte, relativi alla protezione delle menzioni tradizionali per i vini; c-quater) i segni esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione europea relativa alla protezione delle specialità tradizionali garantite o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione europea è parte; c-quinquies) i segni che contengono o riproducono nei loro elementi essenziali una denominazione di varietà vegetale precedentemente registrata conformemente alla legislazione dell'Unione europea o dello Stato o ad accordi internazionali di cui l'Unione europea o lo Stato sono parte, in materia di tutela dei diritti relativi alle varietà vegetali e che, in relazione a queste ultime, sono della stessa specie o di specie apparentate(1). 1-bis. Ai fini del comma 1, lettera c-bis), le domande anteriori di protezione di denominazione di origine o di indicazione geografica, sono assimilate alle denominazioni di origine o di indicazioni geografiche protette, sotto riserva della successiva protezione ed a condizione che la legislazione dell'Unione europea o dello Stato conferisca alla persona autorizzata ad esercitare i diritti da essa derivanti il diritto di vietare l'uso di un marchio d'impresa posteriore. 2. Il marchio d'impresa decade: a) se sia divenuto idoneo ad indurre in inganno il pubblico, in particolare circa la natura, qualità o provenienza dei prodotti o servizi, a causa di modo e del contesto in cui viene utilizzato dal titolare o con il suo consenso, per i prodotti o servizi per i quali è registrato; b) se sia divenuto contrario alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume; c) per l'omessa adozione da parte del titolare delle misure ragionevolmente idonee a prevenire un uso del marchio non conforme alle condizioni del regolamento d'uso del marchio collettivo o del marchio di certificazione e, in particolare, dei controlli previsti dalle disposizioni regolamentari sull'uso del marchio collettivo o del marchio di certificazione."

proprietà industriale[349], tra cui rientrano anche la registrazione di stemmi, emblemi e altri segni tutelati da convenzioni internazionali., imponendo il rispetto delle condizioni stabilite negli strumenti convenzionali vigenti. Solo un'esplicita autorizzazione dell'autorità competente consente di superare tale interdizione, a conferma della volontà del legislatore di preservare l'integrità e l'autorevolezza dei segni pubblici, impedendone l'appropriazione privatistica.

Pur ampliando le possibilità di intervento dell'UIBM, il legislatore ha però circoscritto con rigore l'ambito operativo dell'istituto. L'istanza non può essere presa in considerazione quando l'Ufficio abbia già deciso sulla medesima questione o quando risulti pendente, davanti all'UIBM o al Tribunale delle Imprese, un procedimento tra le stesse parti e fondato sui medesimi fatti. Inoltre, l'esame viene sospeso qualora sia già instaurato un procedimento amministrativo o giudiziario strettamente connesso all'oggetto della domanda, al fine di evitare duplicazioni istruttorie e potenziali contrasti fra provvedimenti.[350]

La struttura complessiva del sistema, per quanto orientata a migliorare l'efficienza dell'azione amministrativa e a ridurre il contenzioso, solleva nondimeno interrogativi sul piano della tutela effettiva. L'interazione fra procedimento amministrativo e rimedi giurisdizionali genera infatti un quadro complesso, nel quale la discrezionalità dell'amministrazione può influenzare tanto i tempi quanto l'esito della protezione. In tale prospettiva, l'introduzione dell'istanza di nullità rappresenta senza dubbio un adeguamento evolutivo del sistema, adeguato a un contesto in cui la gestione dei diritti di proprietà industriale richiede rapidità e specializzazione. Resta però necessario vigilare affinché la nuova procedura non finisca per comprimere, anziché favorire, la piena sindacabilità dei provvedimenti di rifiuto, preservando così l'equilibrio tra efficienza amministrativa e garanzie dei privati.

Il riferimento agli elementi araldici trova una sua ulteriore giustificazione sul piano storico. Nei secoli passati, infatti, era prassi consolidata registrare come marchi distintivi gli stemmi delle famiglie nobili, allo scopo di preservarne il prestigio sociale e di garantirne un uso controllato. Si tratta di una tradizione che riverbera ancora oggi nel

---

[349] In particolare da quelli di cui agli artt. 7, 9, 10, 13 e 14 c.p.i. (impedimenti assoluti), nonché dagli artt. 8 e 12 comma 1, lett. a)–g), 14 lett. c) c.p.i. (impedimenti relativi).

[350] F. BONINI, Recepimento della direttiva marchi: le novità sulla Commissione dei Ricorsi e sulle procedure di decadenza e nullità dei marchi, in *SPRINT – Sistema di proprietà intellettuale.*

sistema positivo, come dimostra un caso emblematico esaminato dalla Commissione dei Ricorsi.

Con la decisione n. 39 del 23 settembre 2015, la Commissione è stata chiamata a pronunciarsi sulla registrabilità di un marchio contenente elementi araldici. L'organo ha colto l'occasione per chiarire la portata applicativa dei commi 2 e 3 dell'art. 10 c.p.i., mettendo in luce come la distinzione formale tra obbligo e facoltà di acquisire il parere dell'amministrazione competente non trovi un riscontro altrettanto netto nella prassi applicativa. Le categorie richiamate dal comma 2, quali la "significazione politica" o il "particolare valore simbolico", presentano infatti un contenuto concettuale elastico, che impone comunque una valutazione preliminare di tipo tecnico-discrezionale da parte dell'Ufficio.

Da ciò la Commissione trae una conclusione di rilievo sistematico: l'apparente dicotomia tra secondo e terzo comma è solo nominale, poiché la natura vincolante del parere comporta che esso non possa mai essere considerato del tutto opzionale. L'Ufficio, dunque, non può limitarsi ad applicare meccanicamente le previsioni normative, ma deve innanzitutto condurre un'istruttoria approfondita e motivata volta ad accertare la sussistenza concreta degli elementi che attivano l'obbligo di acquisire il parere. Solo ove tale verifica preliminare abbia esito negativo potrà procedere autonomamente alla valutazione del merito della domanda; diversamente, la consultazione dell'amministrazione competente diviene un passaggio obbligato e vincolante.

Questo assetto si coordina funzionalmente con l'art. 108 del Codice dei beni culturali, che subordina l'uso a fini commerciali dell'immagine dei beni culturali pubblici a un'autorizzazione amministrativa. Ne risulta un doppio livello di controllo per i marchi raffiguranti beni culturali: uno sostanziale, volto a verificare la legittimità dell'uso del bene culturale; uno formale-procedimentale, affidato all'art. 10 c.p.i., che impedisce la trasformazione del bene o della sua immagine in un marchio privato senza il vaglio dell'autorità pubblica.

Pertanto, quando un bene culturale assume la funzione di simbolo identitario della Nazione, la sua utilizzazione come marchio non può mai avvenire in modo automatico, ma è subordinata a un giudizio pubblicistico di compatibilità, che mira a impedire che la funzione distintiva del marchio si traduca in una appropriazione esclusiva di un simbolo collettivo o nel suo svilimento commerciale. In questo senso, il regime dei beni culturali

non costituisce un'eccezione al diritto dei marchi, ma ne rappresenta una integrazione necessaria, volta a garantire che la valorizzazione economica non comprometta la dimensione identitaria e culturale del patrimonio comune.

Nel quadro normativo così delineato, la decisione n. 39/2015 assume quindi il significato di un importante chiarimento interpretativo: essa ribadisce non solo la centralità del parere nel garantire la protezione del valore culturale e istituzionale dei segni araldici, ma anche la necessità che l'UIBM operi con rigore istruttorio, al fine di assicurare un equilibrio effettivo tra la tutela dell'interesse pubblico e le garanzie procedimentali riconosciute ai richiedenti.

3.6 I marchi storici di interesse nazionale: Art 11-ter c.p.i.

La disciplina del marchio storico riveste una rilevanza particolarmente pregnante in un Paese come l'Italia, dove il patrimonio culturale e produttivo si intreccia con una tradizione imprenditoriale secolare. I marchi storici non sono semplici segni distintivi di prodotti o servizi, ma incarnano la memoria, i valori e l'identità di imprese che hanno contribuito a costruire l'eccellenza del *Made in Italy*.

Proprio in questa prospettiva, la disciplina dedicata ai marchi storici assume un ruolo strategico: da un lato tutela la continuità e il legame con il territorio, dall'altro offre alle aziende strumenti per valorizzare la propria immagine e rafforzare la competitività sui mercati nazionali e internazionali.

Il Decreto Crescita (d.l n.34/2019) ha rappresentato il punto di svolta che ha condotto all'istituzione di una disciplina organica dei marchi storici nel diritto industriale italiano. Il decreto-legge, convertito con modificazioni nella legge 28 giugno 2019, n. 58, pur essendo concepito principalmente come intervento di natura economica, ha inciso in modo significativo anche sul sistema di tutela dei segni distintivi. il Capo III del provvedimento ha introdotto due disposizioni di particolare importanza: l'articolo 31, dedicato alla nuova figura del marchio storico, e l'articolo 32, volto a contrastare il fenomeno dell'"*Italian sounding"* e a promuovere il deposito di marchi e brevetti attraverso strumenti di incentivazione.[351]

[351] L. TREVISAN, G. CUONZO, Proprietà industriale, intellettuale e IT, *cit*., p. 253.

Successivamente, il 10 gennaio 2020 il Ministro dello Sviluppo Economico ha emanato il decreto attuativo che ha definito le modalità di iscrizione nel Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale, istituendo al contempo un logo ufficiale destinato a contraddistinguere le imprese titolari dei marchi iscritti e a valorizzarne l'identità sul mercato. Con l'introduzione di tali previsioni sono entrati a far parte del Codice della proprietà industriale gli articoli 11-ter, 185-bis e 185-ter[352], che costituiscono oggi il quadro normativo organico di riferimento per la protezione e la promozione dei marchi storici italiani.

3.6.1 Il marchio come veicolo di tutela del Made in Italy e di promozione del patrimonio culturale nazionale

La Legge n. 206 del 27 dicembre 2023, nota come *Legge sul Made in Italy* ed entrata in vigore l'11 gennaio 2024, ha come obbiettivo quello di rafforzare la valorizzazione e la promozione delle eccellenze produttive e del patrimonio culturale nazionale, riconosciuti come fattori chiave per la crescita e la competitività dell'economia italiana.

La normativa introduce un insieme di strumenti volti a favorire lo sviluppo, la tutela e la diffusione delle produzioni tipiche del Paese, anche a livello internazionale, con l'intento di consolidare la reputazione e la visibilità del Made in Italy nel mondo.

Tra le innovazioni più significative introdotte dalla legge si segnalano la protezione dei marchi considerati di "particolare interesse e rilevanza nazionale", la tutela del marchio Made in Italy mediante l'istituzione di un contrassegno ufficiale, l'attività di censimento e salvaguardia dei prodotti tipici italiani, l'impiego di tecnologie digitali avanzate, come la blockchain, per garantire trasparenza e tracciabilità nelle filiere produttive, e la valorizzazione del patrimonio culturale nazionale.

In quest'ottica, la legge riconosce agli istituti e ai luoghi della cultura[353], così come definiti dall'art. 101 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, la possibilità di registrare come marchio distintivo il proprio segno identificativo. Tali marchi possono

[352] Artcicolo abrogato dal d.l. 19 maggio 2020, n. 34.

[353] L'art. 101 del Codice dei beni culturali e del paesaggio ricomprende tra i luoghi della cultura *"i musei, le biblioteche e gli archivi, le aree e i parchi archeologici, i complessi monumentali",* specificando al comma 3 che essi possono essere pubblici e al comma 4 che possono essere privati.

inoltre essere concessi in licenza a soggetti terzi, previo pagamento di un corrispettivo, secondo quanto previsto dall'art. 22[354] della stessa legge.[355]

L'introduzione di tale disposizione rappresenta una significativa novità, seppure non del tutto inedita. Il Codice della proprietà industriale, infatti, già consentiva alle amministrazioni dello Stato, alle Regioni e ai Comuni di registrare marchi raffiguranti elementi identitari del patrimonio culturale appartenente al proprio territorio.

La nuova disciplina si colloca tuttavia nel solco tracciato dal Codice, ampliandone l'ambito applicativo, estendendo la possibilità di registrazione a tutti gli istituti e luoghi della cultura, pubblici e privati, che non rientrano direttamente nella sfera delle amministrazioni territoriali, permettendo così una valorizzazione più ampia e sistematica dei segni distintivi legati all'arte, alla cultura e al patrimonio storico nazionale.[356]

In particolare, il primo comma dell'art. 22 stabilisce che, in coerenza con l'obiettivo di valorizzare e tutelare il patrimonio culturale del Paese, gli istituti e i luoghi della cultura possono registrare come marchio il segno che li identifica, secondo quanto previsto dall'art. 19, comma 3, del Codice della proprietà industriale di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30. La disposizione consente dunque agli enti culturali di avvalersi degli strumenti propri del diritto dei marchi per proteggere e valorizzare la propria identità, collocando il patrimonio culturale anche all'interno delle dinamiche giuridiche ed economiche del mercato.

Da tale previsione emergono due finalità principali, tra loro strettamente connesse. Da un lato, il legislatore intende favorire una maggiore diffusione e conoscenza del patrimonio culturale italiano, riconoscendo al marchio una funzione comunicativa e simbolica idonea

---

354 *"1) In coerenza con l'obiettivo di valorizzare e tutelare il patrimonio culturale del Paese, gli istituti e i luoghi della cultura possono registrare, ai sensi dell'articolo 19, comma 3, del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, il marchio che li caratterizza. 2)Al fine di incrementare la conoscenza del patrimonio culturale e la propria capacità di autofinanziamento, i soggetti di cui al comma 1 possono concedere l'uso del proprio marchio a terzi a titolo oneroso. Le somme allo scopo erogate, previo versamento all'entrata del bilancio dello Stato, sono riassegnate con appositi decreti del Ministro dell'economia e delle finanze ai pertinenti capitoli dello stato di previsione della spesa del Ministero della cultura, per essere destinate alle finalità dei cui al presente articolo.3) Le amministrazioni competenti provvedono all'attuazione del presente articolo nei limiti delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica."*

355 G. CAVAGNA DI GUALDANA, *I marchi di istituti e luoghi della cultura: la legge sul Made in Italy ne incentiva adozione e valorizzazione*, in *Collezione da Tiffany*, 2024, p. 1.

356 A. BARTOLINI, *Cultura e Made in Italy. La nuova disciplina Made in Italy sui marchi dei luoghi e istituti di cultura*, in Aedon, I, 2024, p. 1.

a rafforzare la riconoscibilità dei beni e delle attività culturali. Dall'altro, la norma mira a potenziare l'autonomia economica degli istituti culturali, offrendo loro uno strumento idoneo a generare risorse attraverso forme di sfruttamento lecito del segno distintivo, quali la concessione in licenza.

Tale impostazione, tuttavia, solleva profili critici, nella misura in cui l'utilizzo di strumenti di matrice privatistica per finalità di tutela culturale rischia di accentuare processi di mercificazione del patrimonio, imponendo una costante ricerca di equilibrio tra esigenze di valorizzazione economica e finalità pubblicistiche di conservazione e accesso.

L'opportunità concessa dalla legge ha trovato ampia applicazione pratica, assumendo particolare rilievo con riferimento ai beni culturali. Negli ultimi anni, infatti, musei, archivi e biblioteche, sia pubblici sia privati, hanno manifestato una crescente attenzione alla protezione dei propri segni distintivi, procedendo alla registrazione delle denominazioni e degli elementi grafici caratterizzanti come marchi, sia a livello nazionale sia europeo. A tale tendenza si è affiancata la registrazione dei nomi a dominio dei siti istituzionali, quale ulteriore strumento di tutela dell'identità digitale e della riconoscibilità degli enti culturali.

Accanto alla dimensione propriamente giuridica, si è progressivamente affermata anche una logica di valorizzazione economica dei segni distintivi culturali. Sempre più frequentemente, tali marchi vengono concessi in licenza a soggetti terzi per attività di merchandising o per iniziative commerciali collegate, con la finalità di generare risorse economiche da reinvestire nelle attività istituzionali. I proventi derivanti da tali operazioni contribuiscono, in molti casi, alla sostenibilità finanziaria degli enti culturali, supplendo alla riduzione dei finanziamenti pubblici. Gli esempi di questa prassi sono numerosi e significativi: da grandi istituzioni museali internazionali, come il Louvre, fino alle Gallerie degli Uffizi, si riscontra una crescente sistematicità nelle strategie di registrazione e sfruttamento dei marchi.[357]

[357] G. CAVAGNA DI GUALDANA, *I marchi di istituti e luoghi della cultura: la legge sul Made in Italy ne incentiva adozione e valorizzazione*, *cit*., p. 1.

3.7 La registrazione di marchi aventi ad oggetto elementi grafici distintivi tratti dal patrimonio culturale, storico, architettonico: Art 19, comma 3 c.p.i.

L'articolo 19 del Codice della proprietà industriale, nella sua formulazione originaria, riproduceva sostanzialmente la disciplina già prevista dalla precedente Legge Marchi. In particolare, il terzo comma disponeva che disponendo che "*Anche le amministrazioni dello Stato, delle regioni, delle province e dei comuni possono ottenere registrazioni di marchio"*, limitandosi pertanto a riconoscere la legittimazione alla registrazione del marchio anche alle amministrazioni pubbliche, Stato, Regioni, Province e Comuni, senza fornire ulteriori specificazioni in ordine all'oggetto o alle finalità della tutela.

Questa impostazione è rimasta invariata fino all'intervento riformatore del 2010. Con il decreto legislativo 13 agosto 2010 n. 131, il legislatore è infatti intervenuto in modo significativo sulla disposizione, sostituendo il previgente terzo comma con una formulazione più ampia e articolata, idonea a rispondere a nuove esigenze di tutela e valorizzazione.

Nella formulazione attualmente vigente, l'art. 19, comma 3, del Codice della proprietà industriale stabilisce che le amministrazioni statali e territoriali possano non solo procedere alla registrazione di marchi in senso generico, ma anche tutelare come segni distintivi elementi grafici strettamente connessi al patrimonio culturale, storico, architettonico o ambientale del territorio di riferimento. La disposizione segna un passaggio di particolare rilievo, in quanto riconosce esplicitamente il valore identitario e simbolico dei beni culturali e territoriali, consentendone la protezione mediante strumenti propri del diritto industriale e favorendo così una loro valorizzazione anche sul piano economico.

La riforma, inoltre, ha introdotto una disciplina di destinazione vincolata dei proventi derivanti dallo sfruttamento commerciale dei marchi registrati dalle amministrazioni pubbliche.

Le entrate generate, comprese quelle provenienti dalla concessione in licenza o da attività di merchandising, devono essere obbligatoriamente destinate al finanziamento delle attività istituzionali dell'ente ovvero alla copertura di eventuali disavanzi pregressi. Tale

previsione mira a garantire che l'utilizzo economico dei segni distintivi territoriali rimanga funzionalmente connesso al perseguimento di finalità pubbliche.[358]

Dall'analisi complessiva della disciplina emerge come la riforma del 2010 abbia inciso in maniera significativa su due profili fondamentali. Da un lato, essa ha riconosciuto alle amministrazioni pubbliche la possibilità di registrare marchi fondati su elementi caratterizzanti il patrimonio territoriale, culturale, storico, architettonico o ambientale;[359] dall'altro, ha subordinato lo sfruttamento economico di tali segni a un vincolo di destinazione, volto a impedire che i relativi proventi vengano distolti da scopi istituzionali o da obiettivi di interesse generale.

Si deve inoltre osservare che, sebbene non esista un obbligo vero e proprio di procedere alla registrazione, la nuova disposizione rappresenta un chiaro invito rivolto alle amministrazioni pubbliche a tutelare, anche mediante il marchio, «elementi grafici distintivi tratti dal patrimonio culturale, storico, architettonico o ambientale del relativo territorio». L'obiettivo è evitare che lo Stato perda risorse economiche che gli appartengono e che potrebbero invece essere destinate a finalità di interesse collettivo.

Il raggiungimento di tale finalità presuppone, tuttavia, un'evoluzione organizzativa e culturale delle amministrazioni pubbliche, tradizionalmente estranee all'utilizzo di strumenti tipici dell'attività d'impresa. Non è sufficiente, infatti, acquisire familiarità con le procedure di registrazione dei marchi; risulta altresì necessario sviluppare competenze adeguate nella gestione e nello sfruttamento economico dei segni distintivi, comprese le modalità di concessione in licenza e le strategie di valorizzazione, al fine di garantire un uso efficace e coerente con l'interesse pubblico.[360]

I marchi registrati dalle pubbliche amministrazioni rientrano a pieno titolo nella disciplina del Codice della Proprietà Industriale, con tutte le conseguenze giuridiche che ne derivano. Ciò comporta che, oltre alla fase della registrazione, le amministrazioni siano tenute ad assicurare la vitalità del marchio nel tempo.

La tutela, infatti, ha una durata di dieci anni dalla data di deposito, con possibilità di rinnovo per periodi decennali illimitati ai sensi degli artt. 15, comma 4, e 16, commi 1 e 2, c.p.i.; tuttavia, il marchio è soggetto a decadenza qualora non venga utilizzato entro

---

[358] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit.,* p. 511.
[359] Tale facoltà è riconosciuta anche ai privati, in regime di concorrenza.
[360] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit*., p. 512.

cinque anni dalla registrazione. Ne consegue che le amministrazioni pubbliche devono necessariamente integrare tali vincoli e condizioni nelle proprie strategie di gestione e valorizzazione dei segni distintivi, adottando comportamenti attivi e coerenti con la logica del diritto dei marchi.[361]

Alla luce delle considerazioni svolte, emerge come la disciplina in esame non si limiti ad ampliare formalmente gli strumenti di tutela del patrimonio culturale, ma solleciti un più profondo ripensamento del ruolo dello Stato nella sua gestione. L'efficacia della normativa non dipenderà tanto dall'atto formale della registrazione, quanto dalla capacità delle amministrazioni di adottare un approccio imprenditoriale consapevole, in grado di coniugare esigenze di tutela con obiettivi di valorizzazione economica. Solo in questa prospettiva il patrimonio culturale potrà divenire una risorsa economica stabile, a beneficio della collettività, evitando che continui a essere terreno di sfruttamento da parte di soggetti terzi.

3.7.1 I marchi degli istituti culturali

Tra i diritti di proprietà intellettuale, il marchio riveste un ruolo di particolare rilievo per le istituzioni museali, indipendentemente dalla natura dei prodotti o dei servizi a cui esso venga associato. Nell'attività museale, la costruzione e il consolidamento di una reputazione autorevole e riconoscibile rappresentano infatti un presupposto fondamentale. Tale reputazione non assume valore esclusivamente all'interno della comunità scientifica o tra gli specialisti del settore, ma si proietta anche verso il pubblico più ampio, incidendo in maniera determinante sulla percezione, sulla credibilità e sull'attrattività complessiva dell'istituzione. Quanto più tale reputazione risulta consolidata, tanto maggiori sono le possibilità di valorizzarla anche in ambiti diversi da quello propriamente museale, consentendo un trasferimento di valore dall'istituzione culturale ai marchi e ai prodotti che ne recano il segno distintivo, anche quando si tratti di beni di natura eterogenea rispetto all'attività originaria. Al contempo, la notorietà e il prestigio del marchio producono un effetto di rafforzamento reciproco, contribuendo ad attrarre l'attenzione dei consumatori e del pubblico sulle attività, sui progetti e sulle iniziative del museo, accrescendone ulteriormente visibilità e attrattività.

[361] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit*., p. 512.

Il marchio del museo, pertanto, non si esaurisce nella funzione di identificare collezioni ed iniziative culturali, ma assolve anche al compito di segnalare che i beni e i servizi da esso contraddistinti, che possono spaziare da T-shirt, oggetti di design e poster fino a programmi educativi e attività formative, provengono da un'unica fonte o sono comunque sottoposti al suo controllo. Dal punto di vista del pubblico, la notorietà dell'istituzione museale e l'affidabilità della sua offerta culturale fanno sì che il marchio non operi soltanto come segno distintivo, ma si configuri anche come una vera e propria garanzia di qualità per tutte le iniziative e i prodotti ad esso associati.

È opportuno sottolineare come la tutela della reputazione associata ad un marchio debba costituire un obiettivo strategico per l'istituzione museale, anche nel caso in cui il segno venga concesso in licenza attraverso contratti di merchandising o nella gestione da parte di terzi di servizi accessori, quali la ristorazione o i punti vendita. In tali ipotesi, il controllo sull'uso del marchio assume un rilievo centrale al fine di evitare forme di sfruttamento che possano comprometterne il valore simbolico e reputazionale.

Emblematico è il caso dei titoli delle mostre, che possono svolgere una duplice funzione: da un lato, qualificarsi come marchi di servizio, quando identificano l'esposizione in sé o i programmi educativi ad essa collegati; dall'altro, assumere la natura di marchi di prodotto, qualora vengano apposti su beni di merchandising commercializzati in occasione dell'evento espositivo.

In conclusione, la gestione e la protezione dei marchi rappresentano profili essenziali dell'attività museale. Le modalità di utilizzo e di difesa dei segni distintivi incidono direttamente sulla salvaguardia della reputazione dell'istituzione culturale, confermando la necessità di adottare strategie coerenti, consapevoli e sistematiche nella gestione del patrimonio immateriale rappresentato dai marchi.[362]

Rientrano tra questi il logo e altri elementi grafici, il nome di un artista o una sua particolare rappresentazione, come, ad esempio, la firma, nonché la raffigurazione dell'edificio che ospita il museo o di specifici elementi architettonici, qualora risultino immediatamente riconoscibili dal pubblico, come avviene nel caso emblematico del Guggenheim Museum di New York. Possono inoltre assumere rilevanza come segni

[362] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, *cit.,* pp. 153 ss.

distintivi il titolo di un'esposizione o di un programma culturale, la confezione o il colore di prodotti commercializzati all'interno del museo, nonché la riproduzione di un'opera d'arte o di un suo dettaglio, laddove tale riproduzione venga percepita come strettamente e immediatamente collegata all'istituzione museale

Il principale marchio di ciascun museo è, generalmente, costituito dalla denominazione dell'istituzione stessa. Il nome con cui il museo opera, tende infatti a identificare l'insieme delle attività e dei servizi offerti, dalle esposizioni permanenti ai programmi educativi, fino alle iniziative di merchandising.

Tuttavia, non sono rari i casi in cui tale denominazione presenti un carattere descrittivo dei beni o dei servizi proposti; si pensi, ad esempio, a denominazioni quali "Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci" o "Museo Civico di Storia Naturale". In tali ipotesi, la possibilità di ottenere e mantenere una tutela efficace del marchio dipende in larga misura dal grado di distintività acquisito attraverso l'uso continuativo e riconoscibile nel tempo.

Nel contesto museale, il rafforzamento della funzione distintiva dei marchi viene spesso perseguito attraverso l'abbinamento del nome del museo a un logo. Anche la specifica elaborazione grafica del segno assume un ruolo centrale, analogamente a quanto avviene in generale nel diritto dei marchi, contribuendo a consolidarne la riconoscibilità e la capacità di identificare in modo univoco l'istituzione culturale agli occhi del pubblico .[363]

3.7.2 Tutela dei beni culturali: blocco e revoca dei marchi inappropriati

La possibilità di impedire la registrazione di marchi contenenti elementi del patrimonio culturale, nonché di intervenire su quelli già registrati, presenta diversi profili di criticità, sia sul piano preventivo sia su quello successivo alla registrazione.

Sotto il profilo preventivo, l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) dispone del potere di respingere d'ufficio le domande di registrazione che includano riferimenti a beni artistici, culturali o ambientali. In particolare, l'art. 10 del Codice della proprietà industriale, ai commi 2, 3 e 4, consente all'UIBM di richiedere il parere dell'amministrazione competente qualora sorgano dubbi in ordine alla registrabilità del marchio. Tuttavia, l'esercizio di tale potere presuppone un'attenta valutazione caso per

[363] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, *cit.,* pp. 153 ss.

caso e un efficace coordinamento tra le amministrazioni coinvolte, non sempre agevole nella prassi.[364]

Con riferimento ai marchi già registrati, soprattutto a quelli depositati successivamente all'entrata in vigore del Codice dei beni culturali e del paesaggio nel 2004, l'amministrazione pubblica può valutare l'esperimento di un'azione di nullità. Ai sensi dell'art. 25 c.p.i., tali marchi possono essere dichiarati nulli qualora risultino registrati in violazione dell'art. 14 c.p.i., nonché dell'art. 19 c.p.i., che attribuisce alle pubbliche amministrazioni un diritto alla registrazione di segni distintivi costituiti da elementi del patrimonio culturale, precludendone l'appropriazione da parte di soggetti privati.

In questo contesto, secondo una dottrina, l'istituto della convalidazione, disciplinato dall'art. 28 c.p.i., non appare applicabile. La convalidazione presuppone, infatti, che il titolare di un diritto anteriore abbia tollerato, per cinque anni consecutivi e con piena consapevolezza, l'uso del marchio successivo. Nel caso dei marchi contenenti elementi del patrimonio culturale, l'amministrazione competente potrebbe non essere stata effettivamente a conoscenza della registrazione, poiché la mera pubblicazione nei registri pubblici non può essere equiparata a una conoscenza effettiva. Ne consegue che il titolare del marchio non potrebbe validamente opporre la convalidazione in un eventuale contenzioso, rafforzando così la posizione dell'ente pubblico nella tutela del patrimonio culturale.[365]

3.7.3 La registrazione di un marchio derivante dalla reinterpretazione di beni culturali

La possibilità, per soggetti privati, di registrare come marchio un'elaborazione creativa che abbia come punto di partenza un bene culturale, solleva importanti profili critici.

Tale problematica si colloca all'intersezione tra la disciplina del diritto d'autore e la pratica dell'*appropriation art,* ossia quel fenomeno per cui un artista si appropria di opere preesistenti, trasformandone il significato originario. La peculiarità di questa pratica risiede nella reinterpretazione profonda delle opere già esistenti, con una ridefinizione del loro valore espressivo e simbolico.

---

[364] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, in Arte e Diritto, *cit*., p. 512.
[365] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, in Arte e Diritto, *cit*., p. 512.

Secondo la giurisprudenza di legittimità,[366] qualora un bene culturale sia oggetto di una rielaborazione autenticamente creativa, nella quale emerga in modo predominante l'impronta personale dell'autore, l'opera risultante non rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 107 del Codice dei beni culturali, ma è disciplinato esclusivamente dal diritto d'autore. In questo caso, l'artista non sarebbe tenuto a corrispondere alcun compenso all'amministrazione pubblica. In tale scenario, l'artista non sarebbe tenuto a corrispondere alcun compenso all'amministrazione pubblica. Ne deriverebbe, in linea teorica, che i soggetti privati possano registrare come marchio solo versioni artistiche effettivamente creative dei beni culturali, escludendo ogni semplice variante priva di originalità.

Tuttavia, questa impostazione incontra criticità significative. La dottrina[367] osserva che, a differenza dell'opera d'arte, il marchio è per sua natura uno strumento destinato all'uso commerciale e quindi finalizzato al lucro. Ciò comporterebbe che l'autore, se intende utilizzare la rielaborazione ai fini di mercato, dovrebbe ottenere l'autorizzazione dell'amministrazione competente a corrispondere il relativo compenso.

Sulla base di tale interpretazione, la rielaborazione creativa di un bene culturale può rientrare nell'ipotesi di *"espressione creativa"* prevista dall'art. 108, comma 3-bis, del Codice dei beni culturali, con esenzione dall'autorizzazione e dai diritti solo se utilizzata senza scopi di lucro

Qualora invece vi sia una finalità commerciale, l'elaborazione non potrebbe essere sfruttata legittimamente. Poiché il marchio è per definizione uno strumento di mercato, il suo utilizzo da parte di soggetti privati risulterebbe illecito se non effettuato direttamente dalla pubblica amministrazione titolare del bene culturale, delineando così un confine stretto e delicato tra creatività privata e tutela del patrimonio culturale.[368]

---

[366] A questo proposito, è utile richiamare la pronuncia della Corte di Cassazione n. 9757 del 23 aprile 2013, nella quale si chiarisce che "È lecita la riproduzione di un bene archeologico, ove l'opera realizzata si ispiri solo parzialmente all'aspetto reale del bene tutelato essendo frutto di autonoma attività creativa da parte dell'autore". La Corte di Cassazione ha riconosciuto che la ricostruzione integrale del cranio da parte dell'autore costituisse espressione di autonoma attività creativa, dando vita a un'opera nuova e distinta rispetto al reperto originario. Pertanto, non vi è stata violazione dell'art. 107 del Codice dei Beni Culturali, ma piuttosto la realizzazione di un'opera dell'ingegno tutelabile dal diritto d'autore. In linea con il proprio consolidato orientamento, la Suprema Corte ha ribadito che "il concetto giuridico di creatività, cui fa riferimento la legge n. 633/1941, art. 1, non coincide con quello di creazione, originalità e novità assoluta [...], bastando un atto creativo, anche minimo, purché suscettibile di manifestazione nel mondo esteriore".

[367] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit*., p. 511.

[368] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit*., p. 511.

3.8 Il ruolo dell'ordine pubblico e del buon costume come limiti alla registrazione dei marchi: il Caso Vigeland

3.8.1 Ordine pubblico e buon costume: art 14 c.p.i.

Il principio di liceità rappresenta un requisito fondamentale per la registrazione di un marchio. L'articolo 14 del Codice della proprietà industriale prevede infatti che un segno non possa essere registrato qualora contrasti con la legge, l'ordine pubblico o con il buon costume.

Se il riferimento alla legge appare chiaro e definito, i concetti di ordine pubblico e buon costume presentano maggiore vaghezza e indeterminatezza, essendo strettamente dipendenti dal contesto storico, sociale e culturale in cui il marchio viene proposto. Tale carattere di elasticità implica che la valutazione della liceità possa variare nel tempo e richieda un'analisi caso per caso, considerando le percezioni e i valori condivisi dalla società di riferimento.

A livello europeo, il Regolamento (UE) 2017/1001 prevede disposizioni analoghe, escludendo dalla registrazione i marchi contrari all'ordine pubblico o al buon costume, ai sensi dell'art. 7(1)(f). Qualora un marchio già registrato risultasse lesivo di tali principi, è previsto l'avvio di un procedimento volto a dichiararne la nullità. Tali norme mirano a prevenire che segni offensivi ottengano protezione legale, evitando di conferire legittimità a messaggi in contrasto con i valori fondamentali della società.

Per garantire un'interpretazione coerente di questi concetti tra gli Stati membri dell'Unione Europea, l'EUIPN (*European Union Intellectual Property Network*) ha elaborato la *CP14 Common Practice*, un documento contenente linee guida dettagliate per la valutazione dei marchi alla luce dell'art. 7(1)(f) del Regolamento 2017/1001.[369]

La *CP14* distingue due criteri principali per valutare la liceità di un marchio: l'ordine pubblico e il buon costume. L'ordine pubblico riguarda i principi e ai valori fondamentali condivisi dalle società europee, quali la dignità umana, la libertà, l'uguaglianza e la democrazia. Un marchio è considerato contrario all'ordine pubblico quando incita, giustifica o banalizza la violazione di tali principi.

[369] EUIPO, *Prassi comune CP14 sui marchi contrari all'ordine pubblico o al buon costume*, 2024, in *SPRINT- sistema di proprietà intellettuale.*

Il buon costume, invece, riguarda i valori morali condivisi all'interno della società, spesso influenzati da fattori religiosi, culturali e sociali, che possono variare nel tempo e tra gli Stati membri. Un segno è ritenuto contrario al buon costume se offende, discrimina o denigra valori morali fondamentali in modo tale da risultare offensivo per una parte significativa del pubblico. Tali criteri mirano a garantire che i marchi registrati non compromettano i valori etici e sociali considerati fondamentali all'interno dell'Unione Europea.

La valutazione della liceità di un marchio deve fondarsi sui principi morali e sull'ordine pubblico vigenti al momento della presentazione della domanda di registrazione, in conformità all'art. 14 c.p.i. Tuttavia, eventi sopravvenuti possono essere considerati qualora abbiano un impatto significativo sulla percezione pubblica del marchio. Tale approccio implica una valutazione caso per caso, che tenga conto non solo della sensibilità e della tolleranza del pubblico pertinente, ma anche delle circostanze specifiche dello Stato membro e delle linee guida generali fornite dalla CP14.

La CP14 fornisce, infine, un elenco indicativo di segni che potrebbero violare i principi di ordine pubblico o di buon costume, sottolineando che la lista non è esaustiva. Tra questi rientrano riferimenti a sostanze illecite, segnali di rischio per la sicurezza pubblica, elementi religiosi o sacri, contenuti volgari quali parolacce o gesti offensivi, riferimenti a oscenità, sessualità o doppi sensi, insulti o discriminazioni nei confronti di specifici gruppi, attività criminali o regimi totalitari, eventi tragici di rilevanza pubblica, nonché simboli storici, nazionali o europei e figure di particolare valore morale.[370]

La definizione di criteri chiari e di riferimenti concreti consente agli esaminatori di ridurre il margine di soggettività nella valutazione dei marchi, promuovendo maggiore coerenza e uniformità nelle decisioni. In tale prospettiva, la CP14 non si limita a fornire strumenti pratici per individuare segni potenzialmente lesivi, ma rafforza anche la tutela dei valori fondamentali della società, assicurando che la registrazione dei marchi non conferisca legittimità a contenuti offensivi o contrari ai principi morali condivisi.

La prassi comune favorisce così un'applicazione più trasparente e prevedibile delle disposizioni del Codice della proprietà industriale, armonizzando l'interpretazione tra gli Stati membri e offrendo maggiore certezza sia agli operatori economici sia al pubblico.

---

[370] EUIPO, *Prassi comune CP14 sui marchi contrari all'ordine pubblico o al buon costume*, 2024, in *SPRINT- sistema di proprietà intellettuale.*

Questo approccio rappresenta un tentativo significativo di bilanciare libertà commerciale e protezione dei valori collettivi, contribuendo a consolidare la credibilità e l'affidabilità del sistema europeo di tutela dei marchi.

3.8.2 Art 14 come limite alla registrazione dei marchi: il Caso Vigeland

Un esempio significativo in cui i principi di ordine pubblico e buon costume hanno assunto un ruolo centrale è rappresentato dal cosiddetto "Caso Vigeland", deciso nell'aprile 2017 in Norvegia dalla Corte di Giustizia dell'Associazione Europea di Libero Scambio (EFTA Court), [371].

La controversia riguardava la registrazione come marchio delle immagini delle principali opere dello scultore norvegese Gustav Vigeland, richiesta dal Comune di Oslo con l'obiettivo di prevenire usi distorti delle stesse dopo la scadenza dei diritti d'autore e il conseguente ingresso nel pubblico dominio.

La Corte EFTA ha ritenuto che tali opere, in quanto simboli del patrimonio culturale nazionale e dei valori identitari della Norvegia, non potessero essere soggette a un controllo monopolistico così restrittivo. Tale monopolio avrebbe infatti limitato la libertà di fruizione prevista per le opere entrate nel pubblico dominio, configurandosi come contrario alla morale. Successivamente, l'Ufficio norvegese della proprietà intellettuale, con decisione del 13 novembre 2017, ha confermato questo orientamento, riconoscendo la presenza di circostanze eccezionali che giustificavano il rifiuto della registrazione del marchio per motivi di ordine pubblico.[372]

La Corte è stata chiamata a pronunciarsi sull'applicazione dei limiti derivanti dai principi di ordine pubblico e di buon costume.

Per quanto riguarda il criterio soggettivo del buon costume, la sentenza ha individuato due motivazioni principali a sostegno dell'esclusione totale della registrabilità. In primo luogo, ha rilevato che il pubblico di riferimento avrebbe potuto percepire la registrazione del marchio come offensiva, poiché alcune opere d'arte possedevano uno *"status particolare come parti prominenti del patrimonio culturale di una nazione, un emblema di sovranità o dei fondamenti e dei valori della nazione"*. In secondo luogo, la

[371] La Corte di Giustizia dell'Associazione Europea di Libero Scambio (EFTA Court), 6 aprile 2017, causa E-5/16, *Vigeland c. Comune di Oslo*.

[372] M. RICOLFI, *Le immagini del patrimonio culturale: illusioni perdute o nuove direzioni di marcia?*, in Il Diritto dell'informazione e dell'informatica, I, 2024, p. 15.

registrazione avrebbe potuto risultare ugualmente offensiva agli occhi del pubblico perché avrebbe configurato una "*appropriazione indebita o ad una profanazione dell'opera dell'artista, in particolare nel caso in cui fosse concessa per beni o servizi che contraddicono i valori dell'artista o il messaggio comunicato tramite l'opera d'arte in questione",* soprattutto nel caso in cui fosse concessa per beni o servizi contraddittori rispetto ai valori espressi dall'opera.

Sul piano oggettivo dell'ordine pubblico, la Corte ha osservato che la registrazione come marchio avrebbe rappresentato una minaccia concreta e sufficientemente grave per *"certi valori fondamentali*", per *"un interesse fondamentale della società*" o ancora per *"una preoccupazione fondamentale dello Stato e dell'intera società".*

In tale prospettiva, l'ammissione della registrazione sarebbe risultata in contrasto con l'esigenza di garantire la tutela del pubblico dominio.[373]

Il caso Vigeland assume particolare rilievo poiché il divieto di registrazione non è stato rivolto a un soggetto privato, come avviene più frequentemente, ma direttamente al Comune di Oslo, titolare delle opere in questione. L'ente pubblico aveva effettuato significativi investimenti per la conservazione, promozione e valorizzazione del patrimonio artistico rappresentato dalle sculture, rendendo evidente la complessità del bilanciamento tra tutela dell'accesso libero al patrimonio culturale e rispetto dei principi di ordine pubblico e buon costume.

Nel contesto del nostro ordinamento, l'art. 19 del Codice della Proprietà Industriale assume un ruolo cruciale, poiché riconosce agli enti e alle amministrazioni dello Stato la facoltà di registrare come marchio immagini di beni culturali affidati alla loro custodia. Tale possibilità è naturalmente condizionata alla non applicazione della lettura restrittiva emergente dal caso Vigeland, secondo cui la registrazione di un bene culturale sarebbe preclusa a chiunque, compreso il legittimo proprietario, per motivi di ordine pubblico e buon costume.

Secondo una parte della dottrina [374], un'adesione a tale tesi comporterebbe che anche i marchi aventi ad oggetto beni del patrimonio culturale, regolarmente registrati dai legittimi titolari, potrebbero essere oggetto di contestazione, mentre rimarrebbe salva la possibilità per le amministrazioni pubbliche di registrare come marchi gli *"elementi*

[373] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit.,* p. 511.
[374] L. TURINI, *Marchi registrati e beni culturali*, *cit*., p. 511.

grafici distintivi tratti dal patrimonio culturale, storico, architettonico o ambientale del relativo territorio", essendo tale facoltà espressamente prevista dall'art. 19 CPI.

L'adesione a tale tesi rischia di attribuire all'art. 19, comma 3, c.p.i. una portata che, in realtà, risulta essere solo apparente.

Occorre infatti osservare che la facoltà riconosciuta alle amministrazioni pubbliche di registrare come marchi elementi grafici distintivi tratti dal patrimonio culturale non opera in modo autonomo né derogatorio rispetto ai limiti generali posti dal Codice della proprietà industriale. Il marchio, ove illecito, è comunque nullo, e tale nullità può essere fatta valere ogniqualvolta la registrazione contrasti con il disposto degli artt. 9, 10, 11, 11-bis, 13, 14, comma 1, c.p.i., tra cui in particolare, il divieto di registrazione di segni contrari all'ordine pubblico o al buon costume.

Ne consegue che, qualora l'uso del segno risulti contrario a tali principi, ovvero idoneo a trarre in inganno il pubblico, la registrazione non può trovare tutela, indipendentemente dalla natura pubblica o privata del soggetto richiedente.

Sotto questo profilo, la previsione dell'art. 19, comma 3, c.p.i. sembra dunque perdere rilievo pratico, poiché non introduce una causa di liceità autonoma, ma si limita a riconoscere una facoltà che resta comunque subordinata al rispetto delle norme generali sulla validità del marchio.

Un orientamento dottrinale emergente[375] valorizza la posizione del caso *Vigeland*, sostenendo che la registrazione come marchio di opere di eccezionale valore, sottraendole al pubblico dominio, può entrare in conflitto con la morale e l'ordine pubblico. Tale prospettiva privilegia l'interesse pubblico e collettivo, considerandolo non un vincolo alla creatività, ma uno stimolo a tutelare e promuovere la libera fruizione del patrimonio culturale.

3.9 La registrazione degli edifici museali e dei *signature building*: un'analisi comparata

Un'analisi approfondita del patrimonio culturale non può limitarsi alla considerazione del bene in sé, ma richiede di estendere l'attenzione anche al luogo nel quale esso è conservato, esposto e valorizzato. Nella maggior parte dei casi, la "casa" dei beni culturali è il museo, il quale non rappresenta un mero contenitore, bensì un elemento dotato di

[375] M. RICOLFI, *Le immagini del patrimonio culturale: illusioni perdute o nuove direzioni di marcia?*, *cit.,* p. 28.

autonoma rilevanza culturale. Molti edifici museali, infatti, in ragione delle loro peculiari caratteristiche architettoniche e del ruolo simbolico che rivestono, sono essi stessi considerati opere d'arte.

Ne deriva la necessità di interrogarsi sulle forme di tutela applicabili a tali strutture e sulla possibilità che esse divengano, a determinate condizioni, oggetto di registrazione come marchi.

L'edificio che ospita un museo può infatti costituire un segno distintivo di particolare forza espressiva e può addirittura assurgere a emblema dell'istituzione museale, identificandone l'offerta culturale e i servizi connessi in modo analogo a quanto avviene per i marchi denominativi o figurativi tradizionali. Ne consegue che l'edificio, o più precisamente una sua rappresentazione specifica, dotata di capacità distintiva, può essere registrato come marchio, ottenendo una tutela che consente di impedire l'adozione di immagini o raffigurazioni simili idonee a generare confusione. Ciò contribuisce sia alla protezione dell'identità visiva dell'ente museale sia alla valorizzazione del suo patrimonio materiale e immateriale.[376]

3.9.1 Profili di tutela nei sistemi italiano e statunitense

Negli ultimi anni, in particolare negli Stati Uniti, la questione della registrabilità dell'aspetto esteriore di un edificio, come marchio, ha assunto crescente rilevanza, alimentando un dibattito vivace sia in dottrina sia nella prassi amministrativa.[377]

Numerosi proprietari e gestori di edifici iconici hanno infatti avviato procedure per ottenere una tutela attraverso il diritto dei segni distintivi, nella consapevolezza che il profilo architettonico di una struttura può acquisire una forte capacità distintiva agli occhi del pubblico.

La protezione degli edifici attraverso il diritto dei marchi produce effetti che travalicano il tradizionale ambito del merchandising turistico, come la produzione di souvenir, modellini o rappresentazioni grafiche, per incidere anche su settori ulteriori, tra cui quello cinematografico e audiovisivo. [378]

---

[376] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*., *cit*., p. 167.

[377] L. SITAR, *The Sky's the Limit? The Emergence of Building Trademarks,* in Dickinson Law Review, 1999, p. 821 ss.

[378] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*., *cit*., p. 167.

Qualora si consideri l'inquadratura, all'interno di un film o di un'altra opera audiovisiva, di un edificio registrato come marchio, tale rappresentazione potrebbe, almeno in linea teorica, integrare un uso non autorizzato del segno, ove risulti idonea a svolgere una funzione distintiva o a generare un'associazione indebita con il titolare del marchio.[379]

Questo dimostra come la tutela dell'immagine architettonica, quando traslata sul piano della proprietà industriale, possa produrre effetti di notevole ampiezza, sollevando interrogativi sulla necessaria mediazione tra libertà espressiva e protezione degli asset identitari.

In Italia, la questione della tutela degli edifici quali possibili oggetti di diritti di marchio si interseca non solo con la disciplina della proprietà industriale, ma anche con altri ambiti dell'ordinamento, in particolare con il diritto d'autore, la normativa sui beni culturali e il principio della "libertà di panorama", intesa come la possibilità di realizzare riprese o scattare fotografie di opere dell'architettura o di opere d'arte collocate in luoghi pubblici.[380]

In assenza di un'armonizzazione a livello unionale, gli Stati membri hanno adottato soluzioni differenti, che spaziano da modelli di ampia libertà, tipici degli ordinamenti di common law, a impostazioni più restrittive. Nell'ordinamento italiano manca una disciplina espressa della libertà di panorama e, nel silenzio della legge, si ritiene generalmente che, per le opere ancora protette dal diritto d'autore, sia necessario ottenere una licenza o corrispondere i relativi diritti per l'utilizzo delle immagini.

Occorre tuttavia interrogarsi sulla protezione accordata ai monumenti e agli edifici che rientrano nel novero dei beni culturali collocati all'esterno e caduti in pubblico dominio. In tali ipotesi, come nel caso del Colosseo, è generalmente ritenuta lecita la riproduzione fotografica e il suo utilizzo anche per finalità commerciali.[381]

Sebbene il Codice dei beni culturali impieghi formulazioni ambigue agli artt. 107 e 108, l'interpretazione prevalente[382] riconduce tali beni alla categoria dei *commons*, ossia beni comuni liberamente fruibili. Questa impostazione ha trovato conferma anche in sede istituzionale, in particolare nella risposta del Ministero della Cultura del 5 febbraio 2008

---

[379] L. SITAR, *The Sky's the Limit? The Emergence of Building Trademarks*, *cit*., pp. 821 ss.
[380] M. MASTROROCCO, *Spunti sulla disputa tra libertà di panorama e il diritto di proprietà intellettuale,* in *SPRINT-sistema di proprietà intellettuale.*
[381] G.M. RICCIO, *Libertà di panorama. Cos'è e perché serve una legge*, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*
[382] Così come sostenuto da Prof. Giovanni Maria Riccio.

a un'interrogazione parlamentare[383], nella quale si è affermato che, pur in assenza di una disciplina espressa, la libertà di panorama è riconosciuta in Italia sulla base del principio secondo cui ciò che non è vietato è lecito, consentendo la riproduzione delle opere visibili in luoghi pubblici anche per scopi commerciali, purché non ne risulti leso il decoro.

In tale contesto, la possibilità di registrare come marchio la rappresentazione di un edificio, specie se si tratta di bene culturale esposto alla pubblica vista, deve essere valutata tenendo conto non solo dei requisiti di distintività e liceità propri del diritto dei marchi, ma anche dei limiti derivanti dalla libertà di panorama e dalla fruizione collettiva del bene.

Sebbene il Codice della Proprietà Industriale italiano preveda, in linea di principio, la possibilità di registrare come marchi segni tridimensionali, inclusa la forma di prodotti o di oggetti, purché dotati di capacità distintiva e non rientrino nelle categorie di segni esclusi dalla legge, la registrazione diretta di un edificio storico vincolato, considerato bene culturale o simbolo pubblico, rimane eccezionalmente rara.

Ciò si spiega in quanto elementi connotati da un rilevante valore pubblico o simbolico, quali i monumenti storici, richiedono di regola il consenso dell'ente titolare o un'autorizzazione specifica per poter essere oggetto di registrazione. Inoltre, la normativa esclude la possibilità che un marchio consista in segni che riproducano beni culturali protetti, limitando così la tutela della forma fisica dell'edificio in assenza di una preventiva licenza. Ne consegue che, nell'ordinamento italiano, la protezione giuridica tende a concentrarsi prevalentemente su elementi grafici, denominativi o simbolici, piuttosto che sulla riproduzione tridimensionale dell'edificio in quanto tale.

---

[383] «*Pur non essendo espressamente disciplinata nel nostro ordinamento, la libertà di panorama ossia il diritto spettante a chiunque di fotografare soggetti visibili, in particolare monumenti ed opere dell'architettura contemporanea, è riconosciuta in Italia per il noto principio secondo il quale il comportamento che non è vietato da una norma deve considerarsi lecito. In altre legislazioni, invece, tale diritto è disciplinato diversamente a seconda dell'interesse che si ritiene di tutelare prevalentemente (si pensi, ad esempio, alla legislazione belga ed a quella olandese che consentono di fotografare liberamente solo gli edifici mentre è necessaria la richiesta di un permesso per le sculture ove costituiscano il soggetto principale della fotografia; oppure a quella tedesca secondo cui è possibile invece fotografare anche le sculture pubblicamente visibili per usi commerciali; infine a quella statunitense che, similmente a quella italiana consente di poter utilizzare le fotografie scattate in luoghi pubblici o aperti al pubblico per qualunque scopo, salvo che si tratti di opere d'arte non stabilmente installate in un luogo pubblico poiché in tal caso è necessaria l'autorizzazione del titolare). In Italia, non essendo prevista una disciplina specifica, deve ritenersi lecito e quindi possibile fotografare liberamente tutte le opere visibili, dal nuovo edificio dell'Ara Pacis al Colosseo, per qualunque scopo anche commerciale salvo che, modificando o alterando il soggetto, non si arrivi ad offenderne il decoro ed i valori che esso esprime*».

Diversamente, in ordinamenti quali quello statunitense, l'aspetto tridimensionale di un edificio iconico può essere registrato come *trade dress* o marchio tridimensionale, a condizione che presenti carattere distintivo e sia percepito dal pubblico come indicatore d'origine commerciale. Negli Stati Uniti, infatti, la forma di un edificio può essere registrata come *trade dress*[384] intrinsecamente distintivo, qualora risulti insolita e immediatamente riconoscibile rispetto ad altri edifici della medesima tipologia, come affermato dalla prassi e dalla giurisprudenza dell'*U.S. Patent and Trademark Office Trademark Trial and Appeal Board* ("TTAB").

La legge statunitense distingue tra *design* del prodotto e *packaging* del prodotto, considerando che solo il *trade dress* relativo al *packaging* possa essere considerato intrinsecamente distintivo, ossia immediatamente riconoscibile senza necessità di dimostrare il riconoscimento da parte dei consumatori. Per il *trade dress* relativo al *design* di un prodotto, invece, è richiesta la prova dell'avvenuta acquisizione di capacità distintività come identificatore della fonte, circostanza che rende la registrazione più complessa e onerosa.

In decisioni recenti[385], il TTAB ha precisato che la forma di un edificio non rientra né nella categoria del *product packaging* né in quella del *product design,* configurandosi piuttosto come un "*tertium quid*", ossia una terza categoria assimilabile al packaging del prodotto, e pertanto potenzialmente idonea a essere considerata intrinsecamente distintiva.[386]

Negli ultimi anni sono state numerose le richieste presentate da proprietari di edifici volte ad ottenere la tutela del design delle proprie costruzioni come marchi.[387]

Un precedente[388] particolarmente significativo in tal senso è rappresentato dalla controversia che ha coinvolto la Rock and Roll Hall of Fame Foundation, chiamata a

---

[384] K. CALIFA, *Building Distinction in Architectural Trade Dress*, Foley & Lardner LLP, *JDSupra*, 2023, p. 1.

[385] Si fa riferimento in particolare al caso della *Seminole Tribe of Florida* che ha richiesto la registrazione di un edificio a forma di chitarra per servizi di hotel e casinò e del *Palacio del Rio*, nei quali il TTAB ha chiarito ulteriormente i requisiti per la registrazione del trade dress negli esterni degli edifici, stabilendo che il design di un edificio può essere registrato se è unico in un determinato settore.

[386] K. CALIFA, *Building Distinction in Architectural Trade Dress*, *cit.,* p. 1.

[387] P. MAGNANI, *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, *cit.,* p. 167.

[388] Rock and Roll Hall of Fame and Museum v. Gentile Productions, 134 F. 3d 749, in *JUSTITIA U.S Law.*

difendere il design dell'edificio del museo prodotto su articoli di merchandising rispetto a prodotti analoghi offerti da terzi.

Se tradizionalmente, i casi relativi agli edifici come segni distintivi emergono in presenza di costruzioni architettoniche simili; in questa vicenda, invece, l'attenzione si è spostata sul ruolo svolto dalla comunicazione e dalla strategia promozionale nella formazione della percezione del pubblico.

La Fondazione aveva investito in attività di marketing volte a far riconoscere l'edificio come simbolo del museo, valorizzandone la natura di "*signature building*", concepito per essere unico e immediatamente identificabile. In tale prospettiva, già nel 1991 la Fondazione aveva commissionato al celebre architetto Pei la progettazione dell'edificio destinato a ospitare il Rock and Roll Hall of Fame Museum. Il museo è stato inaugurato nel 1996 e il design dell'edificio è stato successivamente registrato come marchio composto, in cui la componente grafica riproduceva la forma dell'edificio. Già prima dell'apertura del museo, la Fondazione aveva iniziato a commercializzare diversi prodotti di merchandising, in particolare poster recanti l'immagine del marchio con la raffigurazione del' edificio. Alcuni anni più tardi, il fotografo Charles Gentile mise a sua volta in vendita un poster raffigurante una fotografia dell'edificio da lui realizzata, accompagnata dal nome del museo e dalla propria indicazione autoriale.

In questo contesto, il nodo centrale della controversia non riguardava tanto l'originalità architettonica dell'edificio, quanto la verifica se il design fosse effettivamente utilizzato come marchio, ossia come indicatore dell'origine commerciale dei prodotti, oppure se la sua riproduzione si limitasse a rappresentare un edificio celebre.

La posizione della Fondazione risultò indebolita dal fatto che l'immagine dell'edificio veniva riprodotta su diversi supporti (come magliette, cartoline e poster) attraverso fotografie scattate da angolazioni e prospettive eterogenee, senza una rappresentazione standardizzata e costante del segno. Tale pluralità di raffigurazioni rese difficile dimostrare l'esistenza di un uso coerente e distintivo del design dell'edificio quale marchio.[389]

Il caso evidenzia come la notorietà di un edificio e il suo valore simbolico non siano, di per sé, sufficienti a fondare una tutela come marchio. È invece necessario un uso rigoroso

[389] P. MAGNANI*, La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, *cit*., p. 167.

e sistematico dell'immagine – e, forse di una specifica prospettiva – come segno distintivo, idoneo a veicolare in modo univoco l'origine dei prodotti o servizi. In assenza di tale coerenza, il rischio è che l'edificio venga percepito dal pubblico come un semplice soggetto fotografico di un bene accessibile noto, piuttosto che come un vero e proprio marchio. Pertanto, le istituzioni culturali che intendono proteggere edifici distintivi tramite la disciplina dei marchi devono assicurarsi di usare in modo coerente e ripetuto particolari rappresentazioni dell'edificio, affinché queste siano chiaramente associate alla provenienza dei prodotti dal museo nella percezione dei consumatori.

Ulteriori controversie di rilievo hanno interessato edifici simbolo come il Chrysler Building e la Borsa di New York (New York Stock Exchange).

Con riferimento al Chrysler Building[390], la tutela del marchio riguardava inizialmente soltanto la guglia dell'edificio; successivamente, i titolari hanno esteso le rivendicazioni anche al profilo architettonico complessivo e ad alcuni elementi distintivi, registrandoli come marchi per un numero estremamente ampio di beni e servizi, superiore alle quattrocento classi merceologiche.

La controversia è sorta quando i proprietari dell'edificio hanno inviato una lettera di diffida a Fishs Eddy, società che commercializzava stoviglie decorate con lo skyline di New York, in cui compariva anche il Chrysler Building. Secondo i proprietari, l'utilizzo dell'edificio all'interno dello skyline, senza autorizzazione, costituiva una violazione del marchio, essendo idoneo a interferire con l'immagine dell'edificio quale simbolo di spazi di pregio e di elevata qualità. La pretesa tutela era giustificata anche dall'esigenza di preservare l'integrità e la reputazione dell'edificio, evitando che la sua associazione a prodotti non controllati potesse comprometterne il valore simbolico. Tuttavia, un eventuale accoglimento di tali rivendicazioni avrebbe comportato conseguenze dirompenti per il settore turistico e del merchandising di New York, poiché avrebbe attribuito ai titolari del marchio un potere di controllo sostanziale sulla riproduzione dello skyline cittadino, limitando la produzione di cartoline, souvenir e altri prodotti raffiguranti l'edificio.

Una seconda controversia significativa è sorta in occasione dell'apertura del casinò "*New York–New York*" a Las Vegas, che ha indotto la Borsa di New York (New York Stock

[390] L. SITAR, *The Sky's the Limit? The Emergence of Building Trademarks*, *cit*., p. 822.

Exchange), titolare di un marchio registrato per contraddistinguere le proprie attività e comprendente sia la denominazione "*New York Stock Exchange*", sia la rappresentazione della facciata dell'edificio, ad agire in giudizio.

Il casinò aveva riprodotto, in forma scenografica, alcuni dei più noti landmark newyorkesi, tra cui la facciata della Borsa di New York, e aveva utilizzato un'insegna volta ad accoglie i visitatori con la dicitura "*New York $lot Exchange*". [391]

La NYSE ha contestato tale utilizzo, sostenendo che esso alterasse e svilisse il proprio marchio, configurando una violazione e una diluizione dello stesso, con conseguente pregiudizio alla reputazione e al *goodwill* dell'istituzione.[392]

Nel caso di specie emerge chiaramente come la tutela del marchio non sia orientata esclusivamente a controllare dello sfruttamento economico dell'immagine dell'edificio, ma assolva anche a una funzione più ampia di protezione della sua identità simbolica e della sua reputazione. L'associazione dell'edificio a prodotti di scarsa qualità o a iniziative non coerenti con i valori che esso incarna potrebbe infatti arrecare un pregiudizio al titolare del marchio e alterare la percezione pubblica del bene.

La registrazione come marchio persegue, pertanto, anche l'obiettivo di garantire una rappresentazione coerente e adeguata dell'edificio, prevenendo utilizzi che possano comprometterne l'immagine complessiva.

Queste vicende giudiziarie evidenziano come la tutela dei marchi applicata ai musei e agli edifici celebri si collochi in un'area di confine tra protezione dell'identità distintiva e rischio di un'eccessiva appropriazione di elementi del paesaggio urbano, sollevando interrogativi rilevanti sul corretto bilanciamento tra diritti esclusivi e libertà di rappresentazione di beni iconici.

3.10 La tutela degli edifici simbolici in Giappone tra marchi e design

Nel sistema giapponese della proprietà intellettuale, la tutela degli edifici iconici assume una configurazione particolarmente articolata, soprattutto nei casi in cui tali strutture trascendano la mera funzione architettonica per divenire veicoli di comunicazione commerciale, simbolica o identitaria.

---

[391] L. SITAR, *The Sky's the Limit? The Emergence of Building Trademarks*, *cit*., p. 837.

[392] New York Stock Exchange, Inc. v. New York, New York Hotel, LLC and New York, New York Hotel & Casino, LLC, 293 F.3d 550 (2d Cir. 2002), US Court of Appeals for the Second Circuit, in *JUSTITIA U.S. Law.*

In tale contesto, l'ordinamento giapponese ha progressivamente sviluppato un approccio peculiare alla protezione delle cosiddette *signature buildings*, estendendo l'ambito applicativo del diritto dei marchi oltre la tradizionale dimensione denominativa o figurativa.

Emblematici in tal senso sono i casi della *Tokyo Tower* e della *Tokyo Skytree*, i cui nomi risultano registrati come marchi, ma la cui tutela si estende altresì alla conformazione tridimensionale e alla silhouette degli edifici. In presenza di un elevato grado di distintività visiva, infatti, l'ordinamento giapponese ammette la registrazione di un edificio quale marchio tridimensionale, nella misura in cui esso sia idoneo a svolgere una funzione di identificazione dell'origine commerciale di beni o servizi.[393] Tale impostazione non si limita ai monumenti di rilevanza nazionale, ma trova applicazione anche nell'ambito della distribuzione commerciale, come dimostrano i casi di registrazione dell'aspetto esterno di catene di esercizi, tra cui le caffetterie Komeda Coffee.

Sotto il profilo della tutela giurisdizionale, i titolari di marchi registrati possono avvalersi di rimedi incisivi, quali l'azione inibitoria[394] e la richiesta di risarcimento del danno[395] in caso di utilizzi non autorizzati, così come previsto dalla Legge giapponese sui marchi.[396] Tuttavia, tale sistema non configura una protezione assoluta e onnicomprensiva dell'edificio in quanto tale. La *ratio* della disciplina dei marchi, infatti, risiede nella tutela della credibilità commerciale incorporata nel segno, e non nella creazione di un monopolio generalizzato su ogni possibile rappresentazione dell'oggetto tutelato.

Da tale impostazione discende una distinzione centrale tra il cosiddetto uso del marchio, inteso come impiego idoneo a sfruttare o agganciare la reputazione commerciale altrui, e le rappresentazioni che risultano prive di funzione distintiva.

In questa prospettiva, l'inserimento di un edificio registrato come marchio all'interno di opere audiovisive, cinematografiche o videoludiche non integra automaticamente una violazione dei diritti di marchio. Qualora, infatti, l'edificio compaia come elemento meramente accessorio o contestuale, privo di particolare enfasi e non funzionale a finalità

---

[393] T. KAWASE, *L'uso delle immagini degli edifici è una violazione della legge? Riguardo al diritto d'autore e al diritto di marchio*, Monolith Law Magazine, p. 1.
[394] Art 36 della legge giapponese sui marchi.
[395] Art 38 della legge giapponese sui marchi.
[396] T. KAWASE, *L'uso delle immagini degli edifici è una violazione della legge? Riguardo al diritto d'autore e al diritto di marchio*, Monolith Law Magazine, p. 1.

promozionali, l'utilizzo potrebbe non essere qualificato come uso del marchio in senso tecnico.

Ciò nonostante, tale distinzione non elimina le persistenti zone di incertezza interpretativa. La valutazione della liceità dell'uso resta fortemente dipendente dalle circostanze concrete del caso, rendendo spesso labile il confine tra rappresentazione neutra e sfruttamento commerciale indebito. Ne consegue che, accanto alla tradizionale problematica della violazione del diritto d'autore, anche il diritto dei marchi assume un ruolo sempre più rilevante nella produzione e diffusione di contenuti visivi.

Un ulteriore livello di complessità è stato introdotto a partire dal 2020[397], quando la normativa giapponese ha esteso l'ambito della registrazione dei design anche agli edifici. Alcune opere architettoniche contemporanee, in particolare strutture commerciali o edifici pubblici connotati da una marcata valenza estetica, sono state oggetto di registrazione come design, quali, ad esempio, l'"*Uniqlo PARK Yokohama Bayside Store*" caratterizzato dalla presenza di un parco sul tetto e la "*Ueno Station Park Exit Station Building*". Tuttavia, sebbene sia previsto un periodo di grazia di un anno, l'oggetto della registrazione del design può riguardare esclusivamente creazioni nuove; di conseguenza appare poco probabile che l'utilizzo di edifici realizzati anteriormente all'entrata in vigore della riforma, e dunque prima dell'aprile 2020, in contenuti audiovisivi o in contesti analoghi possa integrare una violazione dei diritti di *design*.

Il modello giapponese si caratterizza pertanto per un equilibrio complesso, e non privo di tensioni tra l'esigenza di tutelare la distintività commerciale degli edifici iconici e la necessità di preservare la libertà di rappresentazione e di espressione creativa. Pur offrendo strumenti di protezione avanzati e flessibili, il sistema evita, almeno sul piano teorico, un'estensione eccessiva dei diritti esclusivi, lasciando aperto un dibattito critico sul rapporto tra proprietà intellettuale, architettura e produzione culturale.

[397] *Anno 2° dell'era Reiwa*. Si fa riferimento all'attuale fase nella storia del Giappone, corrispondente al regno dell'imperatore Naruhito e iniziata il 1º maggio 2019

CONCLUSIONI

L'analisi complessiva condotta nel presente elaborato ha messo in luce come la tutela giuridica dei beni culturali, e in particolare della loro immagine e dei segni ad essi connessi, si collochi all'interno di un sistema normativo complesso, stratificato e non sempre coerente, nel quale interagiscono logiche pubblicistiche di protezione del patrimonio, esigenze di valorizzazione economica e strumenti privatistici.

Tale frammentarietà emerge con chiarezza sia dalla ricostruzione sistematica del Codice dei beni culturali e del paesaggio, sia dal problematico coordinamento con la normativa sul diritto d'autore e con i più recenti orientamenti giurisprudenziali in materia di diritto all'immagine.

Il *primo capitolo* ha messo in luce come il Codice dei beni culturali e del paesaggio abbia delineato un sistema di tutela fondato su una chiara impostazione pubblicistica, volto alla salvaguardia dell'interesse collettivo al patrimonio culturale quale espressione dell'identità storica e culturale della Nazione. In tale prospettiva, la tutela non si limita alla conservazione materiale del bene, ma si estende alla sua valorizzazione e alla garanzia di una fruizione effettiva, intesa come strumento essenziale di diffusione della conoscenza e come forma di servizio pubblico.

Il *secondo capitolo* ha mostrato come la disciplina della riproduzione dei beni culturali rappresenti un profilo problematico. Gli artt. 107 e 108 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, come integrati dalle recenti linee guida ministeriali, attribuiscono all'amministrazione un ampio potere autorizzatorio, subordinando l'uso dell'immagine del bene, per finalità commerciali, al rilascio di un'autorizzazione e al pagamento di un canone. Se tale assetto appare ormai consolidato, la frequente insorgenza di controversie dimostra come il quadro normativo risulti, in realtà, ancora lacunoso e di difficile applicazione.

La complessità della materia deriva, in larga parte, dalla necessità di coordinare la disciplina pubblicistica dei beni culturali con quella privatistica del diritto d'autore. A differenza della protezione autoriale, che tutela l'opera dell'ingegno in relazione agli interessi morali e patrimoniali dell'autore e per un periodo di tempo limitato, la normativa sui beni culturali prescinde dalla titolarità originaria e dalla durata dei diritti d'autore, concentrandosi esclusivamente sul valore culturale intrinseco del bene.

Ne consegue che la legittimità della riproduzione non può essere valutata secondo criteri uniformi, ma richiede un'analisi puntuale che tenga conto della natura del bene, della sua qualificazione giuridica e della destinazione dell'uso dell'immagine.

Particolarmente rilevante è risultata la riflessione sulla natura giuridica dell'immagine del bene culturale. Dall'esame della dottrina e della giurisprudenza è emerso come questa non possa essere qualificata come bene culturale autonomo, né possa essere adeguatamente tutelata attraverso le categorie tradizionali del diritto di proprietà. La giurisprudenza ha quindi progressivamente ricondotto la tutela dell'immagine nell'ambito dei diritti della personalità, individuando in tale categoria lo strumento più idoneo a proteggere la dimensione simbolica e identitaria del bene e a garantire rimedi efficaci, quali l'inibitoria e la tutela in forma specifica. In questo senso, la nota vicenda del Teatro Massimo di Palermo rappresenta un passaggio significativo, poiché ha riconosciuto la possibilità per l'ente pubblico di agire non solo a tutela del valore patrimoniale del bene, ma anche della sua dignità culturale e del suo significato identitario per la collettività.

L'elaborato ha inoltre messo in evidenza una criticità sistemica di particolare rilievo: se da un lato il Codice dei beni culturali sembra farsi carico della protezione dei valori morali intrinseci dei beni culturali, dall'altro la prassi applicativa mostra come la disciplina della riproduzione sia spesso orientata prevalentemente alla produzione di entrate economiche per l'ente custode, piuttosto che a una tutela effettiva dell'immagine del bene. Emblematica, in tal senso, è la possibilità riconosciuta all'ente stesso di utilizzare commercialmente l'immagine del bene senza necessità di autorizzazione, anche in ipotesi in cui tale uso potrebbe risultare lesivo del suo valore simbolico e culturale.

Questa asimmetria evidenzia l'assenza di una definizione chiara dell'oggetto giuridico della tutela e la mancanza di un sistema organico di protezione dell'immagine del bene culturale, lasciando spazio a soluzioni interpretative disomogenee e a un contenzioso crescente. Alla luce di tali considerazioni, appare auspicabile un intervento legislativo volto a chiarire il regime giuridico dell'immagine dei beni culturali, così da garantire una tutela coerente con la loro funzione pubblica e con i principi costituzionali di cui all'art. 9 Cost., evitando che le esigenze di valorizzazione economica finiscano per prevalere sulla salvaguardia della loro dimensione culturale e identitaria.

Il *terzo capitolo* ha inoltre evidenziato come la disciplina dei marchi, quando applicata ai beni culturali, ai segni identitari collettivi e agli edifici simbolici, si collochi in un'area di confine nella quale si intrecciano esigenze di tutela pubblicistica del patrimonio, strumenti privatistici della proprietà industriale e interessi economici di mercato. L'analisi ha mostrato come il marchio assuma in questo ambito una funzione fondamentale, capace di incidere direttamente sulla fruizione del patrimonio.

In tale prospettiva, l'art. 8, comma 3, c.p.i. rappresenta un punto di svolta, poiché consente la registrazione come marchio di segni notori formatisi in ambito artistico, letterario e culturale, riconoscendo valore giuridico ed economico alla notorietà acquisita al di fuori del mercato. Tuttavia, la ricerca ha evidenziato come, nel contesto italiano, tale potenzialità risulti ancora poco utilizzata, rivelando una diffidenza verso l'impiego di strumenti di mercato nella gestione del patrimonio culturale, nonostante il marchio possa costituire un *asset* fondamentale per la sostenibilità economica delle istituzioni culturali.

Parallelamente, l'analisi ha mostrato come l'espansione delle possibilità di registrazione dei segni distintivi trovi un limite strutturale nei principi di ordine pubblico e buon costume, sanciti dall'art. 14 c.p.i., i quali operano come criteri di bilanciamento tra interessi contrapposti. In questo senso, il caso *Vigeland* costituisce un passaggio fondamentale, poiché afferma il principio secondo cui il diritto dei marchi non può essere utilizzato per ricostruire un monopolio su opere entrate nel pubblico dominio, soprattutto quando esse rivestano un valore identitario e simbolico eccezionale per la collettività.

L'indagine ha inoltre evidenziato come anche le amministrazioni pubbliche, pur titolari della facoltà di registrare marchi tratti dal patrimonio culturale ai sensi dell'art. 19, comma 3, c.p.i., restino soggette ai limiti generali di liceità, confermando che la natura pubblica del soggetto richiedente non può giustificare una compressione della libertà di fruizione o una privatizzazione dei beni comuni.

In questo contesto trovano applicazione anche le norme a tutela dei simboli istituzionali (art. 10 c.p.i.) e dei marchi storici di interesse nazionale (art. 11-*ter* c.p.i.), che segnano un'evoluzione concettuale: il marchio viene progressivamente riconosciuto non più come mero strumento competitivo dell'impresa, ma come bene immateriale portatore di memoria, identità e valore culturale.

L'analisi comparata sulla registrazione degli edifici museali e dei *signature building* ha ulteriormente mostrato come le diverse soluzioni adottate negli ordinamenti italiano,

statunitense e giapponese riflettano modelli differenti di bilanciamento tra tutela dell'identità simbolica e libertà di rappresentazione. Se il sistema italiano privilegia un approccio prudente, volto a preservare la fruizione collettiva del bene, altri ordinamenti ammettono la registrazione della forma architettonica come marchio o design, purché essa assolva a una funzione distintiva. Tuttavia, la ricerca ha dimostrato come la mera notorietà dell'edificio non sia sufficiente a fondare un diritto esclusivo, essendo necessario un uso coerente, sistematico e chiaramente orientato alla funzione distintiva del segno, pena il rischio di un'estensione eccessiva della tutela dei marchi.

BIBLIOGRAFIA

ALIBRANDI T., FERRI P.G. *I beni culturali e ambientali*, Giuffrè Editore, Milano, 2001.

AMOROSINO S., *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Wolters Kluwer, Milano, 2024.

ANGIULI A., CAPUTI JAMBRENGHI V., *Commentario al codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Torino, 2005.

ANIS M., FIORILLO M, *L'ordinamento della cultura. Manuale di legislazione dei beni culturali*, Giuffrè Editore, Milano, 2015.

ARISI M., *Riproduzioni di opere d'arte visive in pubblico dominio: l'articolo 14 della Direttiva (UE) 2019/790 e la trasposizione in Italia*, in Aedon, I, 2021.

BARBATI C., CAMMELLI M, CASINI L., PIPERATA G., SCIULLO G., *Diritto del patrimonio culturale*, Il Mulino, Bologna, 2017.

BARBATI C., CAMMELLI M., SCIULLO G., *Diritto e gestione dei beni culturali*, Il Mulino, Bologna, 2011.

BARBATI C., CAMMELLI M., SCIULLO G., *Il diritto dei beni culturali*, Il Mulino, Bologna, 2006.

BARTOLINI A. *L'immagine del bene culturale "fra due mondi". Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, in Aedon, II, 2023.

BARTOLINI A., *Cultura e Made in Italy. La nuova disciplina Made in Italy sui marchi dei luoghi e istituti di cultura*, in Aedon, I, 2024.

BARTOLINI A., *Quale tutela per il diritto all'immagine dei beni culturali? (Riflessioni sui casi dell'Uomo Vitruviano di Leonardo da Vinci e del David di Michelangelo)*, in Aedon, II, 2023.

BERTANI M., *Diritto d'autore europeo*, Quaderni di AIDA, XXI, Giappichelli, Torino, 2011.

BONINI F., *Recepimento della direttiva marchi: le novità sulla Commissione dei Ricorsi e sulle procedure di decadenza e nullità dei marchi*, in *SPRINT – Sistema di proprietà intellettuale.*

BOSOTTI L., BOGNI M., BOSSHARD M., BUTICCHI A., CALABI G., CICCOLO S., GALLI C., MAGELLI S., MONTERO P., TAVASSI M., Proprietà intellettuale e beni culturali, Wolters Kluwer, Milano, 2018. *Tavola rotonda: "Sfide e opportunità nella gestione e valorizzazione dei diritti IP sui beni culturali. Intersezioni tra diritto d'autore e beni culturali nelle istituzioni: una possibile convivenza?"*, interventi di G. CALABI E A. BUTICCHI.

CABIDDU M.A., GRASSO N., *Diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Milano, 2021.

CALIFA K., *Building Distinction in Architectural Trade Dress*, Foley & Lardner LLP, *JDSupra*, 2023.

CAPUTI M.P., in A. ANGIULI, V. CAPUTI JAMBRENGHI (a cura di), *Commentario al codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giappichelli Editore, Torino, 2005.

CARPENTIERI P., *Commento all'art. 6, Il Codice dei beni culturali e del paesaggio*, *Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n.42*, coordinato da R. TAMIOZZO, Milano, 2005.

CASO R., *Il David, l'Uomo Vitruviano e il diritto all'immagine del bene culturale: verso un'evaporazione del pubblico dominio?*, in Foro it., I, 2023.

CASOLI L., *L'oggetto della tutela dei beni culturali*, in E. FOLLIERI, (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio,* Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2005.

CAVAGNA DI GUALDANA G., *Bello e impossibile. GQ Italia condannata per aver pubblicato un cangiante David di Michelangelo senza l'autorizzazione del Ministero della cultura e aver violato il diritto d'immagine dell'opera*, in *SPRINT– Sistema Proprietà Intellettuale*, 2023.

CAVAGNA DI GUALDANA G., *I marchi di mostre e musei: presupposti di tutela e opportunità di sfruttamento*, in ART&LAW – Legal Journal on Art, I , 2019.

CAVAGNA DI GUALDANA G., *Il ritratto del Duca d'Este. Un'immagine di tutti e di nessuno*, in Artribune, 2024.

CIANI SCIOLLA J., *Il pubblico dominio nella società della conoscenza*, Giappichelli Editore, Torino, 2021.

CLEMENTE DI SAN LUCA G., SAVOIA R., *Elementi di diritto dei beni culturali*, Editoriale Scientifica, Napoli, 2019.

DIERNA C., *Diritto all'immagine di un dipinto tutelato come bene culturale: è risarcibile il danno derivante dall'uso indebito per fini commerciali dell'immagine riprodotta in un marchio registrato*, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale, commento a giurisprudenza.*

EUIPO, *Prassi comune CP14 sui marchi contrari all'ordine pubblico o al buon costume*, 2024, in *SPRINT- sistema di proprietà intellettuale.*

EUIPO, *La storia dei marchi,* 2023.

FERRAZZI S., *Digitalizzazione del patrimonio culturale. La riproduzione a scopi commerciali di beni culturali pubblici: riflessioni sull'Uomo Vitruviano, tra Italia e Germania*, in Aedon, III, 2024.

FOLLIERI E., *Le disposizioni generali*, in E. FOLLIERI (a cura di), *Il diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli, 2005.

GAFFURI F., *Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, Milano, 2023.

GAFFURI F., *I beni culturali: nozione e modalità d'individuazione*, in F. GAFFURI (a cura di), Diritto dei beni culturali, Le Monnier Università, Milano, 2023.

GRASSO N., *La tutela dei beni culturali*, in M.A. CABIDDU, N. GRASSO (a cura di), *Diritto dei beni culturali e del paesaggio,* Giappichelli Editore, Milano, 2021.

KAWASE T., *L'uso delle immagini degli edifici è una violazione della legge? Riguardo al diritto d'autore e al diritto di marchio*, Monolith Law Magazine.

KURCANI K., *L'immagine del bene culturale "fra i due mondi". La riproduzione dei beni culturali: la tutela del bene alla prova della liberalizzazione della sua immagine*, in Aedon, II, 2023.

LA ROCCA SENA F., *Beni culturali: valore identitario e diritto all'immagine*, in Artribune, 2025.

M. C. PANGALLOZZI M. C., *La fruizione del patrimonio culturale nell'era digitale: quale evoluzione per il "museo immaginario"?* in Aedon, II, 2022.

MAGNANI P., *La protezione dei marchi del museo tra tutela dei segni distintivi e sfruttamento della notorietà*, in Rivista di Diritto Industriale, 2017.

MARROSU G., *Il diritto dello Stato sulle immagini dei beni culturali*, Trento Law and Technology Research Group, Student Paper n. 98, Trento, 2018.

MASTROROCCO M., *Spunti sulla disputa tra libertà di panorama e il diritto di proprietà intellettuale*, in *SPRINT-sistema di proprietà intellettuale.*

MICHETTI E*., Il Codice dei beni culturali e del paesaggio: commento, giurisprudenza modulistica e legislazione*, C. E. L., Gorle, 2006.

MINIO F., *La libera riproducibilità dei beni culturali dopo l'emanazione della legge 4 agosto 2017, n. 124 (Legge annuale per il mercato e la concorrenza),* in *BusinessJus*, II, 2018.

MINISTERO DELLA CULTURA – Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale – Digital Library, *Linee guida per l'acquisizione, la circolazione e il riuso delle riproduzioni dei beni culturali in ambiente digitale.* Piano Nazionale di Digitalizzazione del Patrimonio Culturale 2022–2023, Roma, 2022.

MODOLO M, TUMICELLI A., *Una possibile riforma sulla riproduzione dei beni bibliografici e archivistici*, in Aedon, I, 2016.

MONDINI A., LEO TARASCO A., *Il caso dell'Uomo Vitruviano tra sovranismo giurisdizionale e redditività del patrimonio culturale*, in Arte e Diritto, II, 2024.

MONDINI A., *Osservatorio sull'ingegneria culturale – Introduzione*, in Arte e Diritto, II, 2024.

MORRONE A., *Elementi di diritto dei beni culturali e del paesaggio*, Giuffrè Editore, Milano, 2014.

PELLEGRINO R., *Beni culturali e pubblicità*, in Artribune, 2018.

PIPERATA G., *Natura e funzione dei servizi aggiuntivi nei luoghi di cultura*, in Aedon, 2010.

PIROLLO P., *La tutela dell'immagine dei beni culturali*, Altalex, 2018.

PROVENZANO P. in F. GAFFURI*, Diritto dei beni culturali*, Le Monnier Università, Milano, 2023.

RESTA G., *L'immagine dei beni*, in *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, UTET Giuridica, Milano, 2011.

RICCIO G.M.*, libertà di panorama. Cos'è e perché serve una legge*, in *SPRINT-Sistema di proprietà intellettuale.*

RICOLFI M., *Le immagini del patrimonio culturale: illusioni perdute o nuove direzioni di marcia?*, in Il Diritto dell'informazione e dell'informatica, I, 2024.

RICOLFI M., *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, Giappichelli Editore, Milano, 2015.

SACCHETTO E., *La deriva proprietaria sull'uso delle immagini dei beni culturali: un boomerang nazionale*, in Arte e Diritto, I, 2024.

SARTI D. in UBERTAZZI (a cura di), *La proprietà intellettuale*, Giappichelli Editore, Milano, 2011.

SCIULLO G. in CAMMELLI M., *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Il Mulino, Bologna, 2007.

SCIULLO G., *"Pubblico dominio" e "Dominio pubblico" in tema di immagine dei beni culturali: note sul recepimento delle Direttive (UE) 2019/790 e 2019/1024*, in Aedon, I, 2021.

SCIULLO G., *Canoni e corrispettivi per l'uso e la riproduzione dei beni culturali: prime riflessioni sul d.m. 161/2023. Il d.m. 161 del 2023: un'analisi giuridica*, in Aedon, II, 2023.

SCIULLO G., *Patrimonio e beni*, in C. BARBATI *et al.* (a cura di), *Diritto del patrimonio culturale*, Il Mulino, Bologna, 2017.

SEVERINI G., *L'immateriale economico nei beni culturali*, in Aedon, vol. III, 2015.

SEVERINI G., *L'immateriale economico nei beni culturali*, in G. MORBIDELLI E A. BARTOLINI (a cura di), *L'immateriale economico nei beni culturali*, Giappichelli, Torino, 2016.

SITAR L.*, The Sky's the Limit? The Emergence of Building Trademarks*, in Dickinson Law Review, 1999.

TARASCO A. L., *Diritto e gestione del patrimonio culturale*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2019.

TREVISAN L., CUONZO G., *Proprietà industriale, intellettuale e IT*, WoltersKluwer, Milano, 2022.

TUMICELLI A., *La riproducibilità dell'immagine del bene culturale. L'immagine del bene culturale*, in Aedon, I, 2014.

TURINI L., *Il David di Michelangelo è un'immagine da proteggere*, in SPRINT – Sistema di Proprietà Intellettuale, 2017.

TURINI L., *Marchi registrati e beni culturali*, in Arte e Diritto, II, 2023.

UCCELLO C., *Le concessioni d'uso delle immagini dei beni culturali: un'analisi comparata*, in Arte e Diritto, I, 2024.

VANZETTI A., DI CATALDO V., SPOLIDORO M.S., *Manuale di diritto industriale*, 9ª ed., Giuffrè Editore, Milano, 2021.

VIDETTA C., *Le immagini dei beni culturali. Riflessioni a margine del dibattito*, in Aedon, II, 2024.

VIVANTE C., *Trattato di diritto commerciale*, vol. I, Le persone, F.lli Bocca, Torino, 1893.

WALLACE A., EULERN E., *Revisiting Access to Cultural Heritage in the Public Domain: EU and International Developments*, in IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law, 51, 2020.