

APPELLO ROMA

19 NOVEMBRE 2012

PRESIDENTE: REDIVO

RELATORE: SCARAMUZZI

PARTI: CO.GE.DI. S.p.A.

(Avv. ti Richichi, Bonadio)

ZORRO PRODUCTIONS INC

(Avv. Bartoli, Candiani)

Diritti di privativa

- Personaggio letterario
- Uso pubblicitario dell'immagine o delle caratteristiche distintive di un personaggio letterario
- Violazione dei diritti di privativa • Condizioni
- Fattispecie: parodia pubblicitaria dell'immagine di Zorro • Esclusione
- Caduta in pubblico

dominio del personaggio

- Fattispecie • Sussiste
- Motivi

L'uso dell'immagine o delle caratteristiche distintive di un personaggio letterario in una campagna pubblicitaria non comporta violazione dei diritti di privativa quando il personaggio stesso sia caduto in pubblico dominio in base alla normativa internazionale applicabile.

S VOLGIMENTO DEL PROCESSO. — Nel corso dell'anno 2007 varie reti televisive e radiofoniche iniziarono a trasmettere lo spot di una campagna pubblicitaria curata dalla S.p.A. CO.GE.DI e finalizzata alla promozione dell'acqua minerale « Brio Blu ». Il protagonista dello spot era un attore vestito come « Zorro » ed i dialoghi dello spot facevano espresso e ripetuto riferimento a « Zorro ».

La Zorro Productions citò la S.p.A. CO.GE.DI a comparire dinanzi al Tribunale di Roma, dedusse di essere titolare di vari marchi incentrati sulla figura letteraria di « Zorro », affermò che lo spot violava i suoi diritti di privativa e formulò le seguenti conclusioni finali: « nel merito in via principale;

— rigettare le domande riconvenzionali avanzate da Cogedi International S.p.A. in quanto infondate in fatto ed in diritto;

— accertare e dichiarare la titolarità del diritto d'autore sul nome e personaggio Zorro in capo alla Zorro Productions Inc con sede in Berkeley California, University Avenue 125;

— accertare e dichiarare la titolarità del diritto di marchio internazionale registrato al numero 576107, figurativo Zorro, classi 32 e 35, Marchio Comunitario Denominativo Zorro numero 005399787 (classe 32: acque minerali), Marchio comunitario numero 001710474 figurativo Zorro, classi 32 (acque minerali) e 38 (telecomunicazioni), Marchio comunitario e figurativo 7 » numero 000984054, classe 35 (pubblicità), Marchio comunitario figurativo Zorro numero 000984013, classe 35 (pubblicità), in capo alla Zorro Productions Inc con sede in Berkeley - California, University Avenue 125;

— accertare e dichiarare la intervenuta violazione del diritto d'autore e di marchio da parte della società convenuta, nonché la confondibilità e la capacità di sviamento e induzione in errore operata dallo spot pubblicitario e dalla trasmissione radiofonica promosso dalla Co.Ge.Di International S.p.A., di cui al presente giudizio, sulla generalità della clientela rispetto ai diritti vantati dalla Zorro Productions Inc;

— accertare e dichiarare l'illegittimo uso fatto da Co.Ge.Di International S.p.A. del nome e del marchio Zorro, accertando altresì l'illiceità dei benefici ottenuti mediante l'abuso del nome e del diritto della ZP, in quanto nome e marchio di particolare rinomanza e fama;

— accertare e dichiarare — in via eventuale e subordinata — l'intervenuta violazione da parte della convenuta delle regole sulla concorrenza

sleale (art. 2598 cod. civ.), mediante appropriazione di pregi altrui o mediante le modalità indicate dai numeri 1, 2 e 3 della medesima norma;

— condannare, per l'effetto, la società convenuta al risarcimento del danno per tutte le violazioni di cui all'espositiva e di cui alle presenti conclusioni, ed in particolare per illegittimo utilizzo del nome e marchio Zorro e della lettera «Z» nella campagna pubblicitaria Brio Blu, da quantificare nella somma che sarà ritenuta opportuna e che si propone indicativamente e salvo diverso accertamento e maggiore in corso di causa — in euro 200.000, 00 pari al 10% del valore ipotetico della campagna pubblicitaria in questione oltre ad una maggior somma a titolo meramente risarcitorio;

— ordinare l'immediata cessazione della messa in onda dello spot pubblicitario e della diffusione radiofonica legati alla campagna pubblicitaria Brio Blu operati dalla convenuta;

ordinare la pubblicazione per dieci giorni consecutivi su tre quotidiani a diffusione nazionale di messaggio riparatore, dalle dimensioni non inferiori a cmq 150, a spese della parte convenuta;

— condannare, altresì, la società convenuta al pagamento delle spese, diritti ed onorari del presente giudizio, da distrarsi in favore del difensore che si dichiara antistatario.

La S.p.A. CO.GE.DI si costituì in giudizio, chiese il rigetto della domanda e spiegò domanda riconvenzionale al fine sia di sentire dichiarare cadute in pubblico dominio tutte le opere create da Johnston McCulley prima del 1951 ed aventi Zorro come protagonista sia di sentir dichiarare decaduti per non uso, limitatamente alle bevande analcoliche, i marchi azionati dalla Zorro Productions.

Acquisiti agli atti i documenti prodotti dalle parti, con la sentenza non definitiva in epigrafe indicata il Tribunale di Roma ha accolto la domanda proposta dalla Zorro Productions ed ha così statuito: «...dichiara che Zorro Productions inc è titolare del diritto di sfruttamento economico del personaggio e dei marchi riferibili al personaggio Zorro, come da descrizione e specificazione alle pagine 11 e 12 dell'atto di citazione; dichiara che CO.GE.DI International ha violato i diritti di privativa di Zorro Productions inc tramite la diffusione di campagna pubblicitaria dell'acqua minerale Brio Blu, nei primi mesi dell'anno 2007 per televisione e radio; rimette la causa sul ruolo, con separata ordinanza, per la prosecuzione dell'istruttoria in ordine alla domanda di risarcimento...».

La S.p.A. CO.GE.DI ha proposto appello.

La Zorro Productions si è costituita, ha chiesto il rigetto dell'appello principale ed ha spiegato appello incidentale.

All'udienza del 14 febbraio 2012, sulle conclusioni di cui in epigrafe, la causa è stata trattenuta in decisione con concessione dei termini per il deposito delle comparse conclusionali e delle memorie di replica.

MOTIVI DELLA DECISIONE. — Uno dei numerosissimi motivi di appello svolti dalla S.p.A. CO.GE.DI è fondato e va accolto.

Poiché l'accoglimento di tale motivo assorbe ogni altra questione, si omette l'esame degli altri motivi.

La sceneggiatura e i dialoghi dello spot oggetto delle doglianze della Zorro Productions costituiscono creazione originale degli autori dello short pubblicitario e non sono tratti e/o derivati da precedenti opere letterarie, cinematografiche, televisive o d'altro tipo.

Però il costume indossato dal protagonista dello spot, la sceneggiatura e i dialoghi, fanno inequivocabilmente riferimento a « Zorro », personaggio letterario creato da Johnston McCulley e da moltissimi decenni noto in tutto il mondo.

Ed infatti lo spot pubblicitario è incentrato sulla figura di un anonimo ammiratore di « Zorro », che cita esplicitamente e ripetutamente « Zorro » e le caratteristiche letterarie di tale personaggio, indossa gli abiti (cappello con la « Z », maschera e mantello nero) che tipizzano ed identificano tale personaggio letterario e cinematografico e cita anche gli altri personaggi dei racconti di McCulley (il sergente Garcia e il servitore Benito). Quella appena descritta altro non è che una delle possibili modalità grazie alle quali si può sfruttare la diffusissima notorietà del personaggio letterario « Zorro » per agganciare l'attenzione del pubblico e poi indirizzarla verso il prodotto da pubblicizzare.

Ritiene quindi la Corte che la S.p.A. CO.GE.DI abbia sfruttato il personaggio letterario « Zorro » (e la sua ampia notorietà) al fine di pubblicizzare un prodotto.

Ciò posto, va sottolineato che entrambe le parti hanno concordemente affermato (anche se in altre parti dei propri atti difensivi la S.p.A. CO.GE.DI ha affermato anche il contrario) che vi è distinzione giuridico/concettuale tra il « *personaggio* » Zorro, come marcatamente ed uniformemente *caratterizzato* in tutte le opere che lo vedono protagonista, e le singole « opere » (costituite da una narrazione e spesso anche da immagini, musiche, ecc.) che su detto personaggio sono incentrate. Il disaccordo tra le parti è costante esclusivamente con riferimento a quello che è stato il susseguirsi delle vicende giuridiche dei diritti aventi ad oggetto il « *personaggio* » e le singole « opere ». Come detto, invece, salva la incompatibilità tra alcune delle difese svolte dalla S.p.A. CO.GE.DI, le parti concordano circa la configurabilità giuridica di una tutela autorale autonoma del « *personaggio* », anche quando questo è inserito in un contesto totalmente diverso da quello (libro, opera cinematografica, ecc.) in cui lo ha calato il suo inventore.

La distinzione è esatta e, soprattutto, per quanto qui ci riguarda, è esatto che il diritto d'autore tutela lo sfruttamento economico del « *personaggio* » di un'opera artistica anche se tale sfruttamento viene operato in contesti diversi da quelli creati dall'inventore del « *personaggio* » stesso.

Del resto sul punto la giurisprudenza si è già più volte pronunciata come emerge anche dalla sentenza che la stessa Zorro Productions ha citato: « L'uso pubblicitario dell'immagine di un personaggio di storie illustrate, dotato di proprie ben definite e riconoscibili caratteristiche tipiche, integra la violazione del diritto di sfruttamento economico spettante all'autore del personaggio... » (Corte d'Appello di Milano 21 febbraio 1992, in *Dir. autore*, 1993, 265).

Orbene, alla luce di quanto fin qui precisato si deve affermare che è fondato e va accolto il motivo di appello basato sulla caduta in pubblico dominio del personaggio di « Zorro ».

La S.p.A. CO.GE.DI ha allegato e la Zorro Productions non ha contestato che il Copyright Act approvato negli Stati Uniti nel 1909 prevedeva la protezione del diritto di autore per 28 anni a decorrere dalla prima pubblicazione e, solo in caso di richiesta di rinnovo, per altri 28 anni.

La S.p.A. CO.GE.DI ha altresì allegato e la Zorro Productions non ha contestato che nel 1976 negli Stati Uniti è stato approvato un nuovo Copy-

right Act, entrato in vigore a decorrere dal 1° gennaio 1978 e non applicabile retroattivamente alle opere la cui tutela era scaduta prima del 1° gennaio 1978.

Applicato l'art. 14 della legge 31 maggio 1995, n. 218, questa Corte non può che considerare che la legge statunitense relativa alla materia che ci occupa è stata ed è quella affermata dalla S.p.A. CO.GE.DI e non contestata dalla Zorro Productions.

La S.p.A. CO.GE.DI ha allegato e la Zorro Productions non ha contestato che mancano in atti le richieste di rinnovo della protezione per tutti i racconti di McCulley con protagonista «Zorro» pubblicati fino al 1949.

Va peraltro rilevato che incombeva sulla Zorro Productions l'onere di provare che il rinnovo della protezione per le opere pubblicate fino al 1949 era stato richiesto (tempestivamente richiesto).

A tale onere probatorio la Zorro Productions non ha assolto.

A causa dell'assenza di una specifica allegazione e deduzione svolta sul punto dalla Zorro Productions nella comparsa di costituzione in appello non è possibile ammettere i seguenti capitoli di prova per testimoni, che per di più, appaiono richiesti per la prima volta in questa sede: «Vero che i diritti sulle opere di Johnston McCulley sono stati rinnovati alle rispettive scadenze presso la competente autorità del copyright Usa?»; «Vero che il teste ha verificato personalmente ed a mezzo propri collaboratori le registrazioni di rinnovo dei diritti d'autore indicati nel doc. 182, redatto dal teste medesimo (elenco di Thompson & Thompson pagg. 12 e seguenti)?».

Va precisato che, essendo questa causa ancora in corso dinanzi al Tribunale (quella qui impugnata è la sentenza parziale), a questa Corte sono state trasmesse soltanto le fotocopie degli atti del giudizio di primo grado. Ebbene nessuno degli atti pervenuti in fotocopia reca la richiesta di ammissione dei sopra trascritti capitoli di prova orale. Se ciò è esatto, la prova non potrebbe comunque essere ammessa perché nuova.

Va infine rilevato che la prova orale solo in questa sede dedotta non sarebbe comunque sufficiente a colmare la lacuna riscontrabile nella produzione documentale dell'attrice in primo grado.

Ciò posto, non resta che constatare che i racconti con «Zorro» come protagonista, ivi compreso il primo risalente al 1919, scritti da McCulley e pubblicati fino a tutto il 1949 sono tutti caduti in pubblico dominio prima del 1° gennaio 1978 e, rispettivamente, ciascuno allo scadere del ventottesimo anno dalla sua pubblicazione.

La Zorro Productions ha dedotto che, in virtù della Convenzione di Ginevra-Parigi alla quale sia gli Stati Uniti sia l'Italia hanno aderito, la tutela garantita in condizioni di reciprocità alle opere «straniere» (*rectius*: pubblicate in un altro stato da un cittadino di un altro stato) è regolata dal diritto interno dello stato che tale tutela assicura. Da tale rilievo la Zorro Productions trae la conseguenza che la tutela garantita in Italia alle opere di McCulley (che era cittadino statunitense e pubblicava negli USA i suoi racconti), dovendo uniformarsi alla legislazione vigente in Italia, non è quella stabilita dai Copyright Acts degli Stati Uniti, ma quella della legge italiana n. 633 del 1941 (nel testo ora vigente), la quale assicura una tutela che dura fino al settantesimo anno successivo alla morte dell'autore.

La tesi della Zorro Productions non è fondata.

La convenzione universale del diritto d'autore stipulata a Parigi il 24 luglio 1971 al paragrafo IV (lo stesso citato dalla appellata), punto 4.a

(non citato dall'appellata) stabilisce che « Nessuno stato contraente avrà l'obbligo di assicurare la protezione di un'opera per una durata superiore a quella stabilita per la categoria a cui essa appartiene, se si tratta di un'opera non pubblicata, dalla legge dello stato contraente di cui l'autore è cittadino e, se si tratta di un'opera pubblicata, dalla legge dello stato contraente in cui tale opera è stata pubblicata per la prima volta ».

Lo Stato italiano si è avvalso di tale facoltà ed all'art. 188, comma 2, della L. 22 aprile 1941, n. 633, ha stabilito che « La durata della protezione dell'opera straniera non può in nessun caso eccedere quella di cui l'opera gode nello stato di cui è cittadino l'autore straniero ».

Jonhston McCulley era cittadino degli Stati Uniti e pubblicò i suoi racconti negli USA, e, quindi, la legislazione italiana non ha allungato la durata della protezione di cui le opere di tale autore hanno goduto negli Stati Uniti.

Una volta stabilito, secondo quanto si è all'inizio illustrato, che sono tutelati dal diritto d'autore non solo i singoli racconti, ma (sussistendone i presupposti) anche soltanto ed autonomamente il « personaggio » da tali racconti creato (quale che sia il contesto in cui tale personaggio viene calato da chi lo sfrutta senza essere titolare dei correlativo diritto) si deve conseguentemente affermare che è caduto in pubblico dominio anche il « personaggio » Zorro.

Ed infatti i racconti di McCulley pubblicati fino al 1949 sono numerosissimi ed ampiamente sufficienti a creare, caratterizzare, tipizzare e rendere famoso il personaggio di Zorro. Gli elementi tipizzanti (maschera, cappello, mantello) utilizzati nello spot di cui la Zorro Productions si duole sono tutti ampiamente contenuti nei racconti caduti in pubblico dominio entro il 1977. Nel 1977 il personaggio era già molto famoso in quasi tutto il mondo.

La tutela del « personaggio, una volta che questo è stato creato con le sue caratteristiche tipiche, non può essere più lunga della tutela offerta alle opere che lo hanno creato. E, dunque, cadute in pubblico dominio le opere scritte, cade in pubblico dominio anche il "personaggio". Così come possono essere riprodotte e pubblicate le opere scritte, così come possono essere proiettate le opere cinematografiche non più protette, così può essere utilizzato anche il "personaggio".

Non ha impedito la caduta in pubblico dominio del "personaggio" Zorro la pubblicazione successiva al 1949 di numerosissimi altri racconti, film, fumetti, ecc. Ed infatti, contrariamente a quanto sostenuto dalla Zorro Productions, nessuna delle nuove opere ha riadattato e/o rielaborato il "personaggio", che è sempre rimasto identico (soprattutto nelle sue caratteristiche tipiche morali, di carattere e di immagine) a quello dei racconti pubblicati fino al 1949. Zorro è sempre stato e sempre è rimasto un uomo molto coraggioso, un abile combattente, un difensore dei più deboli contro i soprusi dei potenti. Zorro è sempre stato caratterizzato da maschera, cappello e mantello.

L'appellata nella comparsa di costituzione non ha allegato quali variazioni sarebbero state apportate al personaggio in epoca successiva al 1949. Ritene questa Corte che ciò impedisca l'ammissione in questa sede di attività istruttorie sul punto.

È però corretto segnalare che tra le richieste istruttorie formulate dalla appellata si rinviene anche il seguente capitolo di prova (non collegato, si ripete, ad allegazioni contenute nella comparsa di costituzione in appello): « 21) Vero che la caratteristica dell'abito di colore nero, il cappello a tesa

nero e l'uso della lettera "z" da parte di Zorro sono state create da Johnston McCulley nel corso delle opere realizzate negli anni '50 del secolo XX?».

Come detto, questa Corte ritiene che l'assenza di specifiche allegazioni contenute nell'atto di appello impedisca di ammettere tale richiesta di prova.

Inoltre, anche in questo caso è opportuno ripetere che, essendo questa causa ancora in corso dinanzi al Tribunale (quella qui impugnata è la sentenza parziale), a questa Corte sono state trasmesse soltanto le fotocopie degli atti del giudizio di primo grado. Ebbene nessuno degli atti pervenuti in fotocopia reca la richiesta di ammissione del sopra trascritto capitolo di prova orale. Se ciò è esatto, la prova non potrebbe comunque essere ammessa perché nuova.

È infine opportuno aggiungere che l'ammissione della prova è impedita anche dall'esistenza di un « *fatto notorio* » casi clamorosamente « noto » che non può essere smentito da alcuna prova testimoniale. Sulla notorietà planetaria del personaggio di Zorro concordano entrambe le parti. Questa Corte, pertanto, ben può utilizzare il notorio. Ebbene, è sufficiente ricordare i cartelloni pubblicitari del film « *The mark of Zorro* » (protagonista Tyrone Power), proiettato nelle sale degli Stati Uniti a far tempo dall'8 novembre 1940, per affermare che già nel 1940 Zorro si presentava vestito di nero, con la maschera nera ed il cappello nero.

Da quanto precede discende che il richiamo agli artt. 12 e segg. della Convenzione di Berna non è pertinente. Le opere pubblicate dopo il 1949 hanno goduto e godono di protezione nella loro specifica singolarità (la specifica avventura narrata per iscritto, la specifica opera cinematografica, lo specifico cartoon, ecc.). Il fatto che tali opere siano tutelate non vale a far risorgere la tutela a suo tempo accordata, e, poi, scaduta, al « *personaggio* ».

È opportuno aggiungere che tutti i marchi registrati che la Zorro Productions ha fatto valere in questo giudizio (vedi l'elenco contenuto nell'atto di citazione introduttivo del giudizio di primo grado) sono di gran lunga successivi al 1977 (il più risalente è del 1998). E, comunque, dai documenti prodotti dalla appellata non si ricava la prova dell'esistenza di marchi registrati rilevanti ai fini del presente giudizio antecedenti al 1978.

Atteso che il « *personaggio* » Zorro è caduto in pubblico dominio al più tardi nel 1977, si deve escludere qualsivoglia profilo di illiceità della condotta della S.p.A. CO.GE.DI e si deve accogliere la domanda riconvenzionale da quest'ultima proposta, rigettando, al contempo, tutte le domande spiegate dalla Zorro Productions.

È noto a questa Corte che altri giudici di merito hanno riconosciuto la tutelabilità dei marchi in questa sede azionati dalla Zorro Productions. Non consta però a questa Corte che a detti giudici sia stata sottoposta, nei termini qui proposti dalla CO.GE.DI, la questione della caduta in pubblico dominio molti anni prima della richiesta di registrazione del marchio, di tutti gli elementi creativi, inventivi e di novità costitutivi del marchio stesso.

La complessità della materia e la già menzionata esistenza di numerose pronunce che hanno invece affermato la tutelabilità dei marchi qui azionati dalla Zorro Productions induce a compensare interamente tra le parti le spese di entrambi i gradi di giudizio.

P.Q.M. — Definitivamente decidendo sull'appello principale proposto dalla S.p.A. CO.GE.DI e sull'appello incidentale proposto dalla Zorro

Productions Inc. contro la sentenza n. 1770 depositata in data 26 gennaio 2010 dal Tribunale di Roma, così provvede:

a) accoglie l'appello principale e, in riforma della sentenza impugnata, rigetta tutte le domande spiegate dalla Zorro Productions e, in accoglimento, per quanto di ragione, della domanda riconvenzionale spiegata dalla S.p.A. CO.GE.DI, dichiara cadute in pubblico dominio le seguenti opere di Johnston McCulley:

« La maledizione di Capistrano » pubblicato sulla rivista All Story Week nel 1919; « Zorro Frees some Slaves », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Gold for a Tyrant », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro Takes the Bait », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Zorro's Masked Menace », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro and the Pirate », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro Meets a Rogue », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro Rides at da WN », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Zorro Raids a Caravan », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Zorro Rides Again », pubblicato in Argosy nel 1931; « Tre Hide Hunter », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro Fights for Peace », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro Races with Death », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro Shears some Wolves », pubblicato nella rivista West nel 1948; « The Face Behind the Mask », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro's Hostile Friends », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Hangnoose Reward », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Zorro Fights with Fire », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro Gives Evidence », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Zorro's Hot Tortillas », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Zorro Serenades a Siren », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro Aids an Invalid », pubblicato nella rivista West nel 1947; « An Ambush for Zorro », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Zorro Meets a Wizard », pubblicato nella rivista West nel 1948; « Zorro Deals with Treason », pubblicato in Argosy nel 1933; « Zorro's Moment of Fear », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro Starts the New Year », pubblicato nella rivista West nel 1949; « Zorro Saves an American », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro's Strange Duel », pubblicato nella rivista West nel 1947; « Zorro's Double Danger », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Zorro's Masquerade », pubblicato nella rivista West nel 1946; « Zorro Draws His Biade », pubblicato nella rivista West nel 1944;

b) rigetta l'appello incidentale;

c) dichiara interamente compensate tra le parti le spese di entrambi i gradi di giudizio.

ZORRO È FINALMENTE LIBERO? PARODIA PUBBLICITARIA E DIRITTI D'AUTORE

1. PARODIA PUBBLICITARIA DI UN EROE LETTERARIO E PROTEZIONE DEL DIRITTO DEL SUO AUTORE.

Con questa sentenza, pur parziale ma senza precedenti in materia internazionale-privatistica, il giudice romano del riesame, in un caso di contestazione in tema di sfruttamento parassitario

della notoria immagine del mitico ed eroico Zorro letterario, attuata mediante la diffusione di uno *spot* pubblicitario per commercializzare una

nota marca di acque minerali, apre un rivoluzionario dibattito sulla progressiva diminuzione della tutela autorale in favore dei creatori e gestori dell'immagine pubblica dei personaggi di fantasia per effetto dell'automatica caduta in dominio pubblico degli stessi.

Nel caso che ha originato il giudizio, l'utilizzatrice di Zorro per la propria attività promozionale aveva altresì rafforzato l'efficacia del proprio messaggio pubblicitario con la tecnica della *parodia*, in sostanza stravolgendo i contenuti concettuali dell'opera parodiata; difatti, l'uomo dello *spot* compiva azioni idonee a mettere in ridicolo la figura di Zorro, esso esclamando, con toni piagnucolosi da bambino frustrato e connotati da un marcatissimo accento romanesco, frasi come « *papà me menava cò a cinta* » e affermando, scoppiando anche a piangere, di aver « *mangiato da bambino pane e formaggino* ».

Più specificamente, la campagna pubblicitaria contestata era quindi incentrata su questo *sketch* nel quale il protagonista, uomo adulto ma con comportamenti da bambino, riferiva di essere stato un ammiratore di Zorro fin dalla più tenera età, evidenziando che l'aspetto a lui più congeniale era come la sua acqua preferita, da ravvisare nella sua (*rectius*, loro) « *unica, equilibrata frizzantezza* », grazie ad un inedito Zorro, ove — mediante quest'ultimo — l'adulto « fan » fa a lui ricorso, facendolo comportare come un bimbo capriccioso per esplicita finalità pubblicitaria in chiave comica e burlesca, ulteriormente contestata in quanto tale, in ragione del fatto che la *pubblicità* non rappresenterebbe di per sé un'opera tutelabile in via autonoma.

L'eccezione parodistica sollevata nel corso del giudizio di cui alla sentenza in commento, offre qui lo spunto per compiere qualche utile considerazione sulla autonomia normativa di detta tecnica artistica, la cui diffusione è estremamente elevata e molto apprezzata dal pubblico; essa infatti trasforma in modalità burlesca fatti, situazioni e personaggi facenti parte di altra precedente opera¹.

Quanto alla qualificazione di detto genere artistico, mentre la giurisprudenza ammette pacificamente la *parodia* come limite all'esercizio dei diritti esclusivi d'autore delineandone gli elementi caratterizzanti, non riceve disciplina normativa specifica espressa nell'ordinamento interno, al contrario della normativa comunitaria che invece prende una posizione molto chiara.

Infatti l'art. 5, comma 2, lett. *k*), della Direttiva 2001/29/CE (*c.d. direttiva sul diritto d'autore nella società dell'informazione*) prevede la facoltà per gli Stati membri di rendere libere la riproduzione, la comunicazione al pubblico e la distribuzione di un'opera quando ciò avvenga a scopo di caricatura, parodia o *pastiche*; in realtà questa norma non è stata trasposta positivamente nell'ordinamento interno, proprio in ragione del consolidato orientamento delle corti italiane, tale da aver reso inutile una disposizione espressa².

¹ In dottrina si veda M. FABIANI, *La protezione giuridica della parodia con particolare riferimento a recenti orientamenti di giuristi stranieri*, in *Il diritto d'autore*, 1979, p. 462; V. METAFORA, *Satira, opera satirica e diritto d'autore*, in

Contratto e Impresa, 2001, p. 781; E. SANTORO, *Brevi osservazioni in tema di parodia*, in *Il diritto d'autore*, 1968, pp. 1-2.

² Cfr. *Commentario breve alla legge su proprietà intellettuale e concorrenza*,

E difatti, appare pacifico che « *l'essenza della parodia viene costantemente individuata [...] nello stravolgimento dei contenuti concettuali dell'opera parodiata (nel radicale ribaltamento del suo significato, nella realizzazione della relativa antitesi, nell'inversione sostanziale del mezzo espressivo), operato, per finalità comiche, burlesche o satiriche [...]* »³. E non solo: sin dal 1908 si afferma che la parodia, in quanto « *travestimento burlesco di opera seria [...] è opera [...] lecita, in quanto anche sotto forma identica a quella dell'opera parodiata, si rivela antitesi sostanziale e profonda di essa [...]* »⁴.

E dalla visione dello *spot* pubblicitario in questione emerge ogni aspetto idoneo a far ritenere che sussistano tutti gli elementi costitutivi della parodia, vale a dire lo « *stravolgimento dei contenuti concettuali dell'opera parodiata* », sia sotto il profilo del « *radicale ribaltamento del suo significato* » sia sotto quello della « *realizzazione della relativa antitesi* », stravolgendo e ribaltando il personaggio della campagna pubblicitaria colui che è l'opposto stereotipo della figura di Zorro, eroe che combatte per i più deboli contro l'arroganza e i soprusi dei potenti, in luogo del meschino personaggio umiliato dello *spot*, comico, buffo, impacciato e finanche grottesco che altro non può rappresentare che la netta antitesi della leggendaria figura di Zorro, notoriamente simbolo di forza, coraggio e spirito battagliero.

Ma detta impostazione non è stata sufficiente a convincere il giudice di prime cure sulla compatibilità tra la parodia del caso e lo sfruttamento economico da cui la pubblicitaria aveva tratto beneficio, avendo egli ritenuto che si trattava di « *opera finalizzata preminentemente a promuovere il prodotto per scopo di lucro e non a realizzare una modalità espressiva di idee, nell'ambito di opera satirica* »; sul punto, deve essere rilevato che la storia televisiva nazionale ha offerto nel tempo numerose altre famose parodie dell'altrettanto famoso personaggio in questione⁵ e in ogni caso non sono mai insorte contestazioni sul punto⁶.

Circa la modalità, gli inserimenti del personaggio nel programma televisivo sono sempre stati intervallati più volte dagli *spots* della pubblicità commerciale, evidenziando una tecnica idonea a lasciar ritenere che la figura immaginaria così interpretata poteva (come può tuttora) libera-

a cura di L.C. Ubertazzi, IV ed., Cedam, 2007, p. 1512.

³ Trib. Milano, 29 gennaio 1996, in *Il diritto industriale*, 1996/5, p. 412; si vedano anche Trib. Milano, 13 settembre 2004, in *AIDA* 2005/1044; Trib. Milano, 1 febbraio 2001, in *AIDA* 2001/804/2; Trib. Napoli, 15 febbraio 2000, in *Il diritto d'autore*, 2000, p. 471; Pretura Roma, 18 novembre 1966, in *Il diritto d'autore*, 1967, pp. 334 ss.; Pretura Roma, 29 agosto 1978, in *Il diritto d'autore*, 1979, p. 967; in dottrina si veda M. FABIANI, *La protezione giuridica della parodia*, cit., p. 468; C.E. MAYR, *Critica, parodia, satira*, in *AIDA* 2003, p. 279; V. METAFORA, *Satira, opera satirica e diritto d'autore*, cit., p. 781; A.M.

GAMBINO, *Le utilizzazioni libere: cronaca, critica e parodia*, in *AIDA* 2002, p. 132.

⁴ Trib. Napoli, 27 maggio 1908, in *Giur. it.*, 1909, II, pp. 2 ss.

⁵ Tra le tante, la più famosa è certamente quella di Raimondo Vianello nel programma « *Stasera niente di nuovo* », condotto assieme a Sandra Mondaini e trasmesso su RAI 1 nel 1981.

⁶ Sono rilevabili altri casi di parodia televisiva del personaggio Zorro, vale a dire nel « *caso della parodia di Zorro omosessuale proposta dalla Rai, in una numerosa serie di lunghi dialoghi o monologhi nei quali lo pseudo Zorro raccontava di avventure del tutto avulse dalla propria immagine* ».

mente essere sfruttata dall'emittente televisiva dal punto di vista commerciale, analogamente a quanto poi è accaduto nella vicenda che qui occupa.

Peraltro, in carenza di disposizioni normative sul diritto d'autore che prevedano di subordinare la proteggibilità di una data opera a una soglia di durata minima, deve dedursene automaticamente il dato empirico secondo cui non è mai stata negata la tutela autorale alle creazioni pubblicitarie, soprattutto pubblicità televisive che, notoriamente durano anche pochi secondi.

Ed ecco quindi che la *modalità espressiva delle idee* (la parodia) e la eventuale finalità *commerciale* (scopo di lucro) possono ben coesistere come stavolta il giudice ha ritenuto di interpretare: più che la personificazione dell'eroe si era forse trattato di un personaggio diverso, costituito dall'adulto mascherato come lui ma che si comporta a sua volta come un bambino, vestito con la sua mascherina preferita, diffusissima e mai contestata dalla società californiana.

La quale, nei poteri di gestione del marchio-immagine Zorro di cui è titolare, aveva ritenuto di contestare lo *spot* in questione sul presupposto che le cospicue *royalties* costantemente percepite e percepisce da anni con importanti commesse in tutto il mondo da parte di chiunque ne intendesse utilizzare la fortunata immagine, derivasse da una granitica normativa tuttora vigente, laddove invece l'interpretazione giudiziale ha offerto una prospettazione completamente diversa aprendo un panorama del tutto innovativo.

2. BREVE RICOSTRUZIONE STORICO-GIURIDICA DELLA VITA ARTISTICO-LETTERARIA DI ZORRO.

Presumibilmente scaturito dalla fantasia di Johnston McCulley, scrittore statunitense dei primi del novecento, la creazione della figura di Zorro, indomito cavaliere della California messicana che difendeva i più deboli combattendo contro l'arroganza e i soprusi dei dominatori spagnoli, non è dotata di un quadro ricostruttivo realmente accertato perché, secondo altre fonti, Zorro non è stato propriamente un personaggio di fantasia letteraria, bensì un uomo realmente vissuto in Messico nel XVII secolo e già oggetto di narrazione letteraria in epoca antecedente precedente a quella in cui visse lo scrittore McCulley⁷.

Si trattava di un gentiluomo irlandese di nome William Lamport, animato dagli stessi intenti dell'eroe e caratterizzato da comportamenti del tutto simili a quelli poi attribuiti dal McCulley al protagonista delle sue opere; non solo: sia la suddetta immagine caratteriale che esteriore, connotata dalla inconfondibile mascherina nera, dal mantello e dal cappello, erano già di per sé identificative del nome Zorro — « volpe » in lingua spagnola — che era stato utilizzato in letteratura ancor prima del suo presunto autore sopra citato⁸.

⁷ Lo studioso Fabio Troncarelli nella sua opera *La Spada e la croce. Guillén Lombardo e l'Inquisizione in Messico* ricostruisce la storia del gentiluomo irlandese William Lamport, che aveva coltivato nel

Messico del 1600 (dove era noto con il nome ispanizzato di Guillén Lombardo) il sogno di sollevare le masse indigene contro la dominazione spagnola.

⁸ Ci si può riferire ad un libro scritto

Ma per circoscrivere il fenomeno e comprenderne gli estremi della portata giuridica, si tratta qui di chiarire quanti siano in tutto gli « Zorro » presenti sul panorama mediatico dell'ultimo secolo in termini di pubbliche apparizioni, simili o analoghi in ragione della differente collocazione temporale e fisionomica, dal momento che la quantità delle modificazioni da esso subite attraverso le numerose rivisitazioni del personaggio, ad avviso della Corte d'Appello romana, hanno ben fatto la differenza tra l'uno e l'altro, uguali ma tra essi stessi diversi nel variegato mondo dello spettacolo in cui la mutevolezza delle circostanze, delle ambientazioni, degli intenti morali e quant'altro, possono lecitamente ricomprendere anche situazioni come quella del contestato *spot*, mai come in questo caso del tutto diversa e oggettivamente decontestualizzata da quella storicamente accreditata.

Occorre quindi distinguere tra i diritti d'autore sull'opera letteraria dai diritti sul « personaggio » come tale, sganciato dall'opera e anche dalla relativa ambientazione storico-geografica, fissata su caratteri e figure dell'eroe avulsi da ogni altro profilo; nella vicenda giudiziaria in commento, se la concessionaria eccepiva la violazione dei diritti d'autore, la contraffazione dei marchi registrati e i conseguenti atti di concorrenza sleale ex art. 2598 numeri 1, 2 e 3 cod. civ. da parte della società pubblicitaria, questa a sua volta chiedeva l'accertamento e la relativa dichiarazione di caduta in dominio pubblico di tutte le opere relative al personaggio scritte e pubblicate tra il 1919 e il 1950, come tali non più protette dalla normativa sul diritto d'autore in Italia, con riferimento al relativo marchio internazionale registrato il 22 agosto 1991 limitatamente all'Italia e il marchio comunitario registrato il 23 luglio 2001, entrambi in titolarità di della concessionaria, decaduti per non uso limitatamente alle bevande analcoliche ai sensi degli artt. 24, 26 e 27 c.p.i. e artt. 50, comma 1, lett. a) e comma 2, 92, lett. d) e 96 del Regolamento CE 40/94 sul marchio comunitario (ora artt. 51 comma 1, lett. a) e comma 2, 96 lett. d) e 100 del Regolamento CE 207/2009).

E in effetti, la legittimità della condotta della pubblicitaria, sotto il profilo della non tutelabilità del personaggio attraverso la normativa sul diritto d'autore, è stata correttamente riconosciuta dal giudice di merito in fase di riesame che ha confermato la lacunosità e contraddittorietà delle argomentazioni della concessionaria; infatti, la sentenza di primo grado — con la quale la causa veniva rimessa sul ruolo con separata ordinanza al fine della prosecuzione dell'istruttoria in ordine alla domanda di risarcimento dichiarava la titolarità del diritto di sfruttamento econo-

da Vincente Riva Palacio nel 1872 dal titolo *Memorie di un impostore*, in cui veniva descritto un eroe messicano che sfidava l'Inquisizione, vale a dire Martin Garatuzza, detto Zorro (anch'esso ispirato alla figura di William Lamport). L'antropologo Massimo Centini ricorda che Johnston McCulley « si era rifatto agli scritti del generale Vincente Riva Placido [...] ». L'ufficiale nel suo libro *Memorie di un impostore*, del 1872, aveva recuperato, con notevoli aggiunte della propria fantasia, la storia di un certo William Lamport le cui vicende si svolsero intorno alla metà del

XVII secolo »; in realtà Johnston McCulley [...] avrebbe tratto ispirazione (avrebbe insomma « scopiazzato » qua e là ...) da un libro scritto da un certo Vincente Riva Palacio [...] anni prima, nel 1872. Si intitolava 'Memorie di un impostore' e vi veniva descritto, tra l'altro, un eroe messicano che sfidava l'Inquisizione: Martin Garatuzza, detto *El Zorro*. [...] ove Riva Palacio prese a modello per il suo personaggio William Lamport, di origini irlandesi, realmente vissuto nel Messico del diciassettesimo secolo e morto sul rogo nel 1659, vittima dell'Inquisizione ».

mico del personaggio e dei marchi riferibili al personaggio Zorro in capo alla concessionaria e che la pubblicitaria aveva violato i loro diritti di privacy tramite la diffusione della contestata campagna pubblicitaria dell'acqua minerale in questione, poi invece ribaltata dalla sentenza in commento, perché indubbiamente, la diffusissima notorietà del soggetto, proposta attraverso i suoi inconfondibili abiti tipizzanti ed identificativi dell'eroe, si sia rivelata determinante nell'agganciare l'attenzione del pubblico.

Ma non essendovi contestazione alcuna sulla distinzione giuridico-concettuale tra il *personaggio* «...come marcatamente ed uniformemente caratterizzato in tutte le opere che lo vedono protagonista e le singole opere, costituite da una narrazione e spesso anche da musiche ed immagini...», è occorso avere riguardo al susseguirsi delle vicende giuridiche dei diritti aventi ad oggetto sia il *personaggio* che le singole *opere*, essendo pacifica la «...configurabilità giuridica di una tutela autoriale autonoma del personaggio anche qualora esso sia inserito in un contesto totalmente diverso da quello in cui lo ha calato in suo inventore...», come del resto si legge testualmente nella consistente motivazione della Corte che, sul punto dello sfruttamento economico del protagonista di un'opera artistica, ha confermato l'orientamento consolidato della giurisprudenza, anche risalente, facendosi espressamente riferimento alla possibilità di considerare protetto o meno il diritto d'autore di un'opera dell'ingegno in relazione alla specifica utilizzazione del nome del personaggio caratteristico di quell'opera e soprattutto del suo nome⁹.

Al riguardo, come è stato a suo tempo correttamente osservato, «...l'individuazione degli oggetti della protezione giuridica deve essere operata analizzando l'idoneità di singole parti dell'opera a costituire fonti autonome di guadagno per l'autore¹⁰».

Se pur interessante appare dunque la necessità di non confondere tra il diritto d'autore relativo a una certa opera letteraria (un romanzo, una novella, una serie di racconti, ecc.) e il diritto d'autore sul personaggio come tale (la figura, i caratteri ecc.), va comunque ribadito che si tratta in ogni caso di due diritti del tutto indipendenti, ben potendo uno scrittore scrivere un'opera in cui riprende un personaggio già esistente o già creato da precedenti fonti letterarie; nel qual caso il suo diritto sarà limitato all'opera da lui realizzata e non esteso anche al personaggio come tale, che non è di sua creazione.

3. CADUTA IN PUBBLICO DOMINIO E AUTONOMIA DAGLI SCHEMI NORMATIVI AUTORALI.

Dunque, dalla ricostruzione storica delle formalità inerenti i rinnovi delle protezioni di tutti i racconti di McCulley con protagonista Zorro

⁹ Così, Corte Appello Milano, 21 febbraio 1992, in *Dir. autore*, 1993, p. 265.

Di estremo interesse è il caso a suo tempo deciso dal Tribunale di Milano, 25 marzo 1968, in *Giurisprudenza di merito*, 1969, I, 74, con nota di Stefano Rodotà, *James Bond pubblicitario: utilizzazione a fine di pubblicità di un nome e di un perso-*

naggio di fantasia, ove è stata evidenziata la corretta prospettazione del fenomeno pubblicitario, al cui incidenza è misurabile dalle forme della campagna, che deve essere vera e propria, non essendo sufficiente un atto lesivo isolato per integrare la violazione vera e propria del diritto.

¹⁰ RODOTÀ, *ult. op. cit.*, 76.

pubblicati fino al 1949 e l'analisi delle posizioni dei contendenti del diritto in questione, è emerso un quadro giuridico diverso dallo schema classico, risultante innanzitutto dalla comparazione legislativa tra norme interne, comunitarie e d'oltreoceano e dalla sovrapposizione delle singole opere che hanno dato vita al personaggio nell'arco di un secolo, tale da lasciar dedurre che la caducazione dei diritti in questione si sia rivelata del tutto assorbente rispetto a tutte le altre eccezioni del caso.

Gli elementi identificativi di Zorro beneficiano dell'opportunità di divenire di dominio pubblico e l'indizio più rilevante della progressiva non tutelabilità del personaggio in sé considerato, sganciato e isolato dalle singole opere letterarie che ne narrano le vicende, è confermata empiricamente dal comune dato di esperienza di mercato italiano ed estero ove la diffusione commerciale dei numerosi prodotti che a vario titolo utilizzano o richiamano i personaggi dotati delle caratteristiche di quello in questione, è dato dalla vitalità nell'immaginario collettivo, quindi fonte, di per sé, di continue ed anche spontanee impersonificazioni televisive, teatrali e cinematografiche.

Ciò che ha reso possibile l'elaborazione del libero sfruttamento del personaggio dotato di questa forza è stata la mancata dimostrazione della non interruzione della catena di acquisti dall'originario autore fino all'odierno pretendente titolare di essi diritti, senza trascurare l'altro aspetto del possibile « frazionamento » del diritto d'autore per il solo fatto del trascorrere del tempo.

La riflessione può spostarsi anche su un altro aspetto ancor più pregnante dal punto di vista sostanziale, nel senso che il mero *nome* di un personaggio non potrà essere oggetto di autonoma tutela di diritto d'autore¹¹ e la *ratio* di tale esclusione è stata altrettanto bene argomentata in altri casi¹², essendo pacifico che il solo uso di un nome celebre, certamente non potrà dar luogo ad autonome violazione dei diritti, neppure qualora si dovesse accertare la titolarità in Italia anche dei diritti d'autore sul personaggio (sempre Zorro, in questo caso), dal momento che detti diritti non si estenderebbero al nome in quanto tale¹³.

In linea di sintesi normativa generale, occorre far riferimento agli artt. 185 comma 3, 186 e 187 della L.d.A., ove le opere degli autori stranieri sono protette in Italia, in alternativa, a) se gli autori sono domiciliati in Italia e le opere sono pubblicate per la prima volta nel nostro paese; b) se le convenzioni internazionali in vigore prevedono la tutela anche delle

¹¹ Come è stato anche chiarito dal Tribunale di Roma, « il nome del personaggio di un'opera dell'ingegno di per sé non si presta ad essere configurato come oggetto del diritto d'autore » (Trib. Roma, 29 dicembre 1981, in *GADI* 1981/1455/4).

¹² App. Milano, 12 novembre 1976, *GADI* 1976/867/1, ove si afferma che il nome del personaggio di un'opera letteraria « per quanto formato in modo originale, non può mai racchiudere in sé una rappresentazione individuale della realtà; [...] che originale, creativo e quindi degno di tutela, potrà essere il personaggio che il nome individua o l'opera di cui il perso-

naggio fa parte, ma non il nome separato dal personaggio e dall'opera ».

¹³ Infatti: « stabilito che il nome del personaggio di un'opera letteraria di per sé non si presta ad essere configurato come oggetto del diritto d'autore [...], ciò significa che chiunque può far proprie le eventuali utilità che derivano dall'uso di quell'isolato elemento dell'opera, senza pertanto ledere un diritto dell'autore che non sussiste e senza arricchiarsi a suo danno, ma valendosi appunto, di una libertà che l'ordinamento gli riconosce ». (App. Milano, 12 novembre 1976, in *GADI* 1976/867).

opere degli autori stranieri; c) oppure in base alla reciprocità sostanziale, « *a condizione che lo Stato di cui è cittadino l'autore straniero conceda alle opere di autori italiani una protezione effettivamente equivalente e nei limiti di detta equivalenza* » (art. 187 L.d.A.).

Analogamente si deve argomentare circa la Convenzione universale sul Diritto d'Autore conclusa a Ginevra nel 1952, che essendo stata ratificata dagli Stati Uniti il 6 dicembre 1954 ed in vigore in Italia dal 24 gennaio 1957, anch'essa, risultando successiva alla creazione e alla pubblicazione delle opere con l'eroe in commento protagonista, non è neppure applicabile.

Ma anche a ipotizzare una sua applicazione retroattiva, in base alla regola di comparazione dei termini di protezione di cui all'art. IV.4-a) di detta Convenzione, gli Stati membri non hanno l'obbligo di proteggere le opere straniere per una durata maggiore di quella in cui esse sono protette in patria; di tal guisa quando un certo genere di opere non riceve più protezione nel proprio ordinamento in applicazione del già citato art. IV.4-a), automaticamente nemmeno gli altri Paesi aderenti saranno tenuti a proteggerla¹⁴.

Pertanto, sulla scia di detto ragionamento, improntato sulla capillare esegesi delle ulteriori convenzioni internazionali, la Corte d'Appello di Roma ha accertato la caduta in pubblico dominio della maggior parte delle opere di Johnston McCulley, fondandole sul presupposto della scadenza dei diritti in questione emersa nel corso del complesso accertamento giudiziale.

Come del resto si legge nella motivazione della sentenza in commento, non risultano variazioni rilevanti sulla posizione autorale di Zorro a decorrere da epoca successiva al 1949 o — al più tardi — al 1977, così esplicitamente esonerando chiunque voglia far uso del nome e del personaggio, dall'obbligo di procedere alla onerose richieste del concessionario, peraltro accertato come decaduto e con intuibili ripercussioni future e pregresse sul piano economico, così aprendo una importante strada di verifica sulla condizione di libertà di molti eroi della fantasia mai dimenticati dal pubblico.

È il caso di precisare comunque che — in linea generale — le opere di autori statunitensi cadute in pubblico dominio in patria prima ancora che gli Stati Uniti aderissero alla Convenzione di Berna, non sono proteggibili in Italia, in quanto ad esse si applica la già ricordata Convenzione universale sul diritto d'autore (in base alla quale vale il criterio della comparazione dei termini di protezione), oppure il criterio di reciprocità sostanziale (in base al quale le opere stesse non sarebbero attualmente protette negli Stati Uniti neppure ove fossero state create da un autore italiano): per completezza argomentative occorre anche ricordare la portata contenutistica dell'art. 188.2 L.d.A., il quale dispone che « *la durata della protezione dell'opera straniera non può in nessun caso eccedere quella di cui l'opera gode nello Stato di cui è cittadino l'autore straniero* ».

¹⁴ Cfr. NORDEMAN-VINCK-HERTIN-MEYER, *International Copyright*, VCH, 1990, p. 258: « *se un'opera è protetta nel paese d'origine per un periodo di tempo minore di quanto lo sia nel paese la cui le-*

gislazione prevede la comparazione dei termini di protezione, in tale caso si applica il termine più breve di protezione previsto nel paese d'origine ».

E comunque, come si legge nella stessa sentenza in commento, lo Stato Italiano può avvalersi sia delle previsioni di cui *Convenzione Universale del diritto d'autore stipulata a Parigi il 24 luglio 1971, al paragrafo 4* ove si limita la durata della protezione delle opere degli stati contraenti, ma soprattutto della facoltà di cui all'art. 188, comma 2 della Legge 22 aprile 1941, n. 633, ove comunque è stabilito che « *la durata della protezione dell'opera straniera non può in nessun caso eccedere quella di cui l'opera gode nello stato di cui è cittadino l'autore straniero* ».

Il diritto d'autore quindi continua ad essere in vigore con riferimento alla tutela delle nuove storie create dopo una data determinata, ma non il personaggio in sé che già era stato tratteggiato nei suoi elementi essenziali con la prima storia; se quindi non è accreditabile una protezione potenzialmente perpetua di una data opera, deve essere prospettata anche la modalità per evitare la caduta in pubblico dominio, rivelandosi sufficiente per l'autore o il proprio avente causa, l'attività nel porre in essere costantemente a scadenze più o meno regolari continue rielaborazioni della prima opera.

Non può che concludersi evidenziando il cauto atteggiamento di chi è consapevole di aver creato un precedente difforme da altri casi analoghi in materia di marchi aziendali attraverso sia la felice utilizzazione del *fatto notorio* da parte dei giudice del riesame di questo caso, avendo egli evidentemente avvertito l'esigenza di dare voce allo storico clamore generato da un personaggio di notorietà planetaria, da sempre presente nell'immaginario di ognuno di noi.

LAURA VASSELLI