

Tribunali poco fiduciosi nella tutela del design italiano

Il Tribunale del riesame di Bolzano ha ritenuto — si veda l'ordinanza qui accanto, già segnalata sul Sole-24 Ore di ieri — che la produzione di borse con forme e marchi che richiamano griffe famose non integri il reato di contraffazione di marchio quando la qualità, i particolari, il prezzo, le modalità di vendita non sono idonee a ingannare nessuno sulla loro natura; né integra il reato di frode in commercio dal momento che l'acquirente è perfettamente a conoscenza che sta acquistando un'imitazione.

L'ordinanza, che ha conseguentemente disposto il dissequestro delle borse di un grossista, si inserisce nel solco di un orientamento giurisprudenziale della Cassazione che ha ritenuto «impossibile» (ex articolo 49, comma 2 del Codice penale) il reato di cui all'articolo 474 (introduzione nello Stato e commercio di prodotti con segni mendaci) quando l'evidente scarsità qualitativa del prodotto, il suo prezzo eccessivamente basso, le condizioni di vendita siano rivelatori, agli occhi di un acquirente dotato di media esperienza, della falsa provenien-

za del bene contraffatto (Cassazione 2119/00). Ai sensi dell'articolo 49, comma 2, Codice penale (reato impossibile), infatti, la punibilità è esclusa quando per l'inidoneità dell'azione o per l'inesistenza del suo oggetto è impossibile l'evento dannoso o pericoloso.

L'orientamento è stato però in diverse occasioni disatteso dalla stessa Cassazione, affermando che difficilmente il concetto di falso grossolano può essere delineato nell'ambito dell'articolo 474: sia perché la norma intende tutelare non la libertà nell'acquisto (cui è deputato l'articolo 517) bensì la pubblica fede, intesa come affidamento dei cittadini nei marchi o segni distintivi, sia perché tale norma delinea una fattispecie di reato di pericolo, per la cui integrazione non è

necessaria l'avvenuta realizzazione dell'inganno (Cass. 13031/00). La Suprema Corte ha inoltre affermato che l'attitudine della falsificazione a ingenerare confusione va valutata con riferimento non al momento dell'acquisto, ma in relazione alla visione degli oggetti nella fase della loro successiva utilizzazione (39863/01) e che, per altro verso, la facile riconoscibilità della contraffazione non può farsi dipendere solo dal basso prezzo o dalle anomalie nelle modalità di vendita, «di per sé indicative solo della illecita provenienza delle cose, ma non anche necessariamente della contraffazione dei suoi marchi» (decisione 10551/03).

Nel caso di specie, l'interpretazione del Tribunale, seguita anche da parte della giurisprudenza di merito, sembra riflet-

tere un certo scetticismo nell'efficacia della tutela penale nei casi di pirateria delle griffe di moda; dimenticando invece, che, rispetto alla normativa civilistica, si possono ottenere risultati importanti, soprattutto nelle indagini, grazie agli ampi poteri e ai mezzi a disposizione dei pubblici ministeri e degli organi di polizia giudiziaria. Infatti, lo scopo che si prefiggono i titolari dei diritti allorché sollecitano gli interventi delle autorità non è tanto quello di punire l'ambulante, quanto piuttosto di risalire il più possibile nella catena criminale per individuare la fonte della contraffazione.

Inoltre, l'orientamento del Tribunale pare favorire l'insorgere di una situazione paradossale in cui chi vende, come nel caso di specie, non commette reato e chi

acquista, in base alla legge 80/05, rischia una sanzione fino a 10mila euro.

Nell'ultima parte dell'ordinanza, infine, il Tribunale verifica la punibilità delle condotte per violazione delle norme sul diritto d'autore poste a tutela del design. La risposta del Tribunale resta negativa, con accenni anche polemici. In effetti, a differenza del software e dei prodotti video e discografici, il design non ha tratto benefici dall'ultima evoluzione della tutela penale del diritto d'autore. Le ragioni di questa lacuna non sono giuridiche né tantomeno economiche, considerata l'importanza del design made in Italy e il ruolo delle aziende italiane; sembrano nuocere, piuttosto, una certa diffidenza culturale verso il design e la sua tutelabilità come opera del diritto d'autore, nonché forse un atteggiamento poco incisivo delle associazioni e degli organismi di categoria. Non c'è dubbio che in altri settori ci siano stati maggiori risultati ma, visti gli interessi in gioco e la crescita del fenomeno contraffazione, la lacuna andrebbe colmata.

MARELLA NAJ-OLEARI



L'ORDINANZA

Ormai è del tutto chiaro che il fatto di produrre borsette ed altri capi di vestiario usando forme e immagini che richiamano apparentemente griffe famose, ma tali, per qualità, particolari, prezzo, modalità di vendita, da non poter ingannare nessuno sulla loro natura, non può integrare né il reato di contraffazione del marchio del produttore (perché la contraffazione deve essere tale da ingannare l'acquirente sulla vera natura del prodotto; il fatto che si tratti di reato contro la fede pubblica, non fa venir meno la necessità che la contraffazione sia idonea ad ingannare singoli soggetti) né il reato di frode in commercio in quanto l'acquirente è perfettamente a conoscenza che sta

acquistando una imitazione. Vi sarebbe violazione del marchio "Made in Italy" ove esso fosse apposto alla merce e ove vi fosse la prova che la merce è stata prodotta altrove.

Le condotte ascritte non sono punibili penalmente anche perché quando il legislatore con l'articolo 22 Dlgs 95/2001 ha introdotto nell'articolo 2 legge 633/1941 la tutela «delle opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico» si è poi dimenticato di introdurre sanzioni penali come invece ha fatto per i prodotti discografici (che forse erano sostenuti da lobbies più potenti).

**Ordinanza del Tribunale
di Bolzano,
2 agosto 2005** //