

La tutela della proprietà intellettuale su internet

La tutela delle pagine web

PARTE 4

La realizzazione di una pagina web è un'attività che dev'essere esercitata nel rispetto dei diritti altrui. Sono diffusissimi i casi di vere e proprie clonazioni di siti web ed altrettanto numerose le fattispecie di sfruttamento passivo su opere già realizzate. Il lavoro che sta dietro la compilazione di un codice html ovvero la realizzazione di una particolare veste grafica sono attività creative di prodotti che la legge tutela come opere dell'ingegno.

Nei precedenti numeri di questa rivista sono stati affrontati alcuni aspetti relativi alla tutela predisposta dall'ordinamento italiano per gli autori di testi ed immagini pubblicati su un sito internet. Spesso i realizzatori delle pagine web utilizzano contenuti altrui senza le necessarie autorizzazioni, violando, in tal modo, i diritti degli effettivi autori. Per tale motivo, è doveroso verificare, a priori, se un determinato oggetto possa essere liberamente inserito e pubblicato ovvero se sia necessario informare l'autore e pagare il compenso dovuto per l'utilizzazione dell'opera.

La pagina web non va considerata esclusivamente come somma di link, immagini, testi ed oggetti virtuali ma anche come entità autonoma. Il diritto d'autore sulla pagina web è del tutto indipendente da quello relativo ai singoli contenuti: essa può essere, infatti, oggetto di tutela anche se rappresenta contenuti totalmente banali o privi di originalità.

Potrebbe capitare, inoltre, che i diritti relativi agli oggetti inseriti all'interno della pagina Internet siano scaduti ovvero che l'autore vi abbia rinunciato; ebbene, ciò non significa che il contenitore di quelle opere, considerato come oggetto unico e distinto dai propri componenti, e qualora possieda le caratteristiche di originalità e creatività, non goda della tutela sul diritto d'autore. La creatività di una pagina web dipende esclusivamente dal lavoro di organizzazione sistematica e di visualizzazione dei contenuti fornite dall'autore.

Oggetto della tutela: codice sorgente o layout?

Fatte queste doverose premesse, è necessario interrogarsi sull'effettivo oggetto della tutela giuridica. Ci si chiede, cioè, se l'oggetto degno di protezione sia il codice sorgente, il risultato visivo percepito dal navigatore della Rete ovvero entrambi gli elementi suddetti. Prima di fornire una risposta al quesito sono necessarie alcune, ulteriori, precisazioni. La compilazione di un determinato listato non è in rapporto di esatta corrispondenza con un preciso layout. Quest'ultimo, infatti, può essere ottenuto con diverse soluzioni tecniche oppure mediante l'utilizzo di differenti linguaggi di programmazione. In altri termini, è tecnicamente possibile avere una medesima veste grafica su una pagina web partendo da codici sorgente che non hanno alcun elemento in comune. Se si considerasse, esclusivamente, il codice sorgente come oggetto di tutela, si arriverebbe all'assurda conclusione di considerare lecite, e perciò consentite, le copie esatte delle vesti grafiche visualizzate nel browser, ma generate con un listato differente.

Ebbene, nell'ordinamento italiano, il layout viene tutelato come bene giuridico in sé e per sé, a prescindere dal codice sottostante, ogni qual volta abbia i connotati di un'opera dell'ingegno originale ed innovativa. È considerata lesiva del diritto d'autore la pedissequa copiatura delle impostazioni grafiche visualizzate dal browser ovvero l'adozione di componenti visivi in grado di ingenerare confusione d'identità tra diverse pagine internet. Si pensi, a titolo d'esempio, alle pagine html, esse possono, addirittura, godere di una doppia tutela grazie alla disciplina sul diritto d'autore ed a quella dettata in tema di concorrenza sleale. Si approfondiranno, di seguito, anche tali aspetti. Se si volesse stilare un elenco sintetico delle violazioni più comuni al diritto d'autore sulle pagine web, non potrebbero essere trascurati i casi di:

RIQUADRO 1

Le principali tipologie di collegamenti a siti esterni

Surface Linking → trasferimento alla home page di un altro sito.

Deep Linking → trasferimento ad una pagina interna di un altro sito, diversa dalla home page.

Framing → visualizzazione dei contenuti di un sito web all'interno della cornice costante di un altro sito.

La tutela delle pagine web

- copia, totale o parziale, del codice sorgente compilato per un determinato sito. Il listato originale e creativo è, a tutti gli effetti, un'opera dell'ingegno; la sua copiatura, pertanto, pur se parziale, è una condotta illecita;
- copia, totale o parziale, della veste grafica. L'insieme dei colori utilizzati, lo stile dei caratteri, la sistemazione degli oggetti ed altri originali espedienti, rendono un determinato sito immediatamente riconoscibile alla massa dei visitatori. L'abuso sul "look&feel" costituisce violazione dal diritto d'autore;
- clonazione del sito su supporti che ne consentirebbero la fruizione off-line; ad esempio su cd oppure su hard disk. Si tratterebbe di illecita copiatura di un'opera d'arte creata per l'utilizzazione sulla rete internet. Soltanto il legittimo titolare può autorizzare operazioni di questo tipo.

Le condotte suddette rappresentano le tipologie più frequenti e, peraltro, di più semplice individuazione di violazione della normativa che tutela le opere dell'ingegno. Vi sono, tuttavia, delle altre comunissime condotte, la cui illiceità potrebbe apparire non immediatamente rilevabile, che vanno certamente evitate perché rappresentano, sempre e comunque, usurpazione dell'altrui creatività.

Il pericolo di concorrenza sleale è dietro l'angolo quando si ingenera confusione o sviamento di clientela

Le condotte da evitare

Chi decide di costruire la propria facciata virtuale, o chi esercita tale attività per conto altrui, deve evitare di incorrere in condotte quali il "Deep Linking", il "Framing" e l'apposizione di "Meta Tags – Keywords" ingannevoli.

Le prime due sono, per certi aspetti, molto simili. Corredare il proprio sito web di collegamenti ipertestuali che conducono ad altre risorse è un'attività, di per se, lecita e consentita. Il link alla home page di un altro sito è definita *surface link*. Quando il collegamento è diretto, anziché verso la pagina principale, verso una pagina interna del sito di destinazione, tale rinvio potrebbe configurare aspetti di illiceità sotto diversi punti di vista; a meno che non vi sia l'esplicito consenso al *deep-linking* da parte del titolare della risorsa linkata.

Il pericolo di concorrenza sleale è dietro l'angolo quando, attraverso il rinvio, si ingenera confusione o sviamento di clientela ovvero si realizza una illecita usurpazione di contenuti altrui. A tali effetti si aggiungano, poi, la soppressione del marchio altrui ed il pregiudizio al sito linkato per diminuzione di accessi con tutto ciò che ne consegue da diversi punti di vista.

Lo sfruttamento parassitario del lavoro altrui ed il rischio di confusione negli utenti è certo se si pensa a quella particolare tecnica di programmazione, cosiddetta *framing*, attraverso la quale si vincolano i più vari contenuti ad elementi grafici costanti che fungono da cornice.

Se in presenza di *deep linking* l'illiceità della condotta va accertata con cautela, il framing costituisce certamente abuso dell'altrui diritto, tanto nel caso in cui la cornice rivesta la home page di un altro sito, quanto in presenza di rinvii a pagine secondarie.

Vieppiù, le tecniche di *framing* violano, non soltanto il diritto d'autore e la corretta concorrenza commerciale ma, anche l'art. 12 della Legge Marchi, il quale dispone che "Il commerciante può apporre il proprio marchio alle merci che mette in vendita, ma non può sopprimere il marchio del produttore o del commerciante da cui abbia ricevuto i prodotti o le merci".

La giurisprudenza italiana, sul punto, è praticamente inesistente; è possibile, tuttavia, fissare alcune regole generali in rispetto della normativa attualmente vigente.

I profili interessati riguardano il divieto di concorrenza sleale, il diritto dell'autore sulle proprie creazioni intellettuali e la protezione dei segni distintivi.

Sotto il primo profilo, l'articolo 2598 del codice civile sanziona la condotta di chi si "vale direttamente o indirettamente di ogni mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e che risulti idoneo a danneggiare l'altrui azienda". Ebbene, può certamente affermarsi che la condotta del *deep linking* sia da considerare illecita soltanto nei casi in cui rechi danno, in modo concreto ed effettivo, alla corretta pratica commerciale. In altri termini, tale tecnica è, di regola, lecita, salvo che si tratti di un comportamento diretto ad ingenerare confusione presso i visitatori. Questi ultimi devono sempre avere la corretta percezione della effettiva fonte di informazioni contenute nella risorsa di Rete. In tal senso, può certamente affermarsi che chi contribuisce ad ingenerare confusione presso il navigatore della Rete, appropriandosi del lavoro altrui, compie un illecito concorrenziale.

Quanto ai profili riguardanti il Diritto d'autore, la legge n. 633 del 1941 fissa una serie di principi, taluni comuni a tutte le opere taluni invece specifici, che devono essere tenuti in considerazione: l'articolo 12 attribuisce all'autore il diritto esclusivo di sfruttare economicamente l'opera protetta in ogni forma e modo; l'articolo 13 fissa un divieto generale di riproduzione dell'opera altrui con qualsiasi mezzo. Occorre poi naturalmente analizzare il contenuto degli articoli 65 e seguenti della L.d.A. (cosiddette "utilizzazioni libere"), che disciplinano quei casi in cui è possibile utilizzare le opere altrui senza necessità di ottenere autorizzazioni particolari, nonché gli articoli 101 e 102 della medesima legge che fissano alcune ipotesi specifiche di concorrenza sleale aventi ad oggetto articoli e notizie ovvero emblemi, fregi, disposizioni di segni o caratteri di stampa nonché ogni altra particolarità di forma o colore nell'aspetto esterno [1].

Nello scenario italiano potrebbe essere utile il riferimento ad una ordinanza del Tribunale di Milano del 1997, in tema di editoria, la quale è di notevole interesse per l'enunciazione di regole utilizzabili in ambiti differenti da quelli direttamente interessati. Le corti estere hanno, al contrario, già avuto

occasione di potersi pronunciare su tali attività usurpative del lavoro altrui ma con risultati contrastanti.

Il Tribunale di Parigi [2], nel 2000, ha dichiarato che il *deep linking* è un'attività illecita. Di contrario avviso è stata la Corte Federale di Rotterdam [3], la quale, nello stesso anno, ha ritenuto lecito il *deep linking* definendolo una pratica comune del *world wide web*.

In entrambi i casi, il danno lamentato è il pregiudizio subito per la perdita di accessi che, nei siti commerciali, e non solo, rilevano e rivelano il successo del lavoro impiegato per realizzare la vetrina virtuale. Le Corti interessate hanno, però, fornito soluzioni opposte. Per i giudici francesi il danno esiste e va quantificato da parte di un consulente tecnico d'ufficio nominato nell'occasione; i giudici olandesi, invece, attraverso le affermazioni suddette, hanno respinto le domande risarcitorie ritenendo il *deep linking* vantaggioso anche per il sito linkato, in quanto si realizzerebbe un incremento delle visite e, conseguentemente, una pubblicità gratuita [4]. A detta della Corte Federale di Rotterdam, il calo degli accessi potrebbe, piuttosto, essere imputato ad altri motivi, quali ad esempio le inopportune scelte pubblicitarie da parte dei gestori di quel determinato sito; questi ultimi avrebbero potuto inserire loghi o banner pubblicitari anche nelle pagine interne, neutralizzando, così, il presunto effetto dannoso causato dal *deep linking*.

Un'altra condotta da evitare, riguarda l'inserimento dei cosiddetti "*meta tags - keywords*" ingannevoli, ossia quei tag di codice *html*, aventi la funzione di indicare ai motori di ricerca i contenuti trattati all'interno di un determinato sito, in maniera scorretta. Quando è necessario reperire una risorsa *web* e non si conosce l'esatto indirizzo della stessa, il *web surfer* può passare attraverso un motore di ricerca; utilizzerà le parole chiave digitate per trovare le risorse pertinenti a quei determinati parametri. Capita spesso però che nei *meta tags* vengano utilizzate delle *keywords* a mero scopo attrattivo; in pratica, si digitano nel codice *html* della pagina alcune parole chiave che non hanno nulla a che fare con il sito nel quale vengono inserite ma vogliono soltanto attrarre l'attenzione degli utenti. Si causa, in tal modo, una deviazione del traffico, meglio conosciuta come "*traffic diversion*". Cosicché, la *query* sottoposta al motore di ricerca restituirà risorse che nulla hanno a che fare con i contenuti ricercati dall'utente in quanto i *meta tags* non sono presenti nella finestra del *browser* ma celati nel listato sorgente *html* della pagina stessa.

La giurisprudenza italiana ha avuto occasione di pronunciarsi più d'una volta sull'uso illecito dei *meta tags*. Tra le decisioni più importanti si ricorda la sentenza del Tribunale di Roma [5], nel 2001, riguardante il cosiddetto caso Genertel; nel 2002, il tribunale di Milano ha affrontato un caso analogo (cosiddetto caso Technoform) [6]; infine, nel 2003, il Tribunale di Ancona [7].

I profili di illiceità contestati riguardano la concorrenza sleale e la contraffazione del marchio.

Ai sensi dell'articolo 2569 del codice civile il titolare del marchio d'impresa registrato ha la facoltà di usarlo in esclusiva. Di conseguenza egli può vietare ai terzi l'uso del proprio segno distintivo che configurerebbe un'ipotesi di concorrenza sleale.

L'utilizzo incontrollato e scorretto dei *meta tags - keywords* potrebbe violare anche il diritto al nome [8] e le regole dettate in tema di pubblicità ingannevole [9]. I *meta tags*, quindi, non dovranno contenere nomi di persona senza la relativa autorizzazione e termini non corrispondenti al contenuto effettivo del sito che possano indurre in errore i consumatori.

Conclusioni

Pur se l'oggetto della presente trattazione meriterebbe di essere ulteriormente approfondito è possibile trarre alcune conclusioni sulla base di quanto brevemente illustrato.

La creazione di un sito *web* è un'attività da svolgere con cautela e nel rispetto delle opere già esistenti. Il codice sorgente che sta dietro una pagina internet è autonomamente tutelato quale opera dell'ingegno così come è tutelata la veste grafica nel suo complesso. Non va, però, trascurato che alcune attività diffuse nella pratica della Rete investono profili di concorrenza sleale e di usurpazione del marchio altrui.

Chiunque decidesse di elevare la propria vetrina virtuale deve necessariamente evitare comportamenti come il *deep linking*, il *framing* e l'inserimento di *meta tags - keywords*, ingannevoli. Il rispetto di queste pochissime regole e di quelle dettate in tema di tutela del diritto d'autore pone al riparo da condotte illecite e, conseguentemente, da richieste di risarcimento del danno per violazione dei diritti altrui.

Bibliografia

- [1] Massimo Farina, *La tutela della proprietà intellettuale su internet - la Legge sul Diritto d'Autore* -, in - DEV, Gruppo Editoriale Infomedia - n. 129, maggio 2005, pp. 50 - 52;
- [2] Tribunale di Parigi, ordinanza 26 dicembre 2000, Havas et Cadre On Line c/ Keljob Havas et Cadre On Line c/ Keljob
- [3] Corte Federale di Rotterdam, sentenza 22 agosto 2000, Algemeen Dagblad + 5 c/ Eureka Internetdiensten
- [4] Stefano Cerutti "*Tribunale di Parigi: è illecito il deep-linking*", in Diritto.it, http://www.diritto.it/articoli/dir_tecnologie/cerutti1.html, febbraio 2004.
- [5] Tribunale di Roma, ordinanza 18.1.2001.
- [6] Tribunale di Milano, ordinanza 8.2.2002.
- [7] Tribunale di Ancona, ordinanza 24.03.2003.
- [8] Articolo 6 del codice civile: "Ogni persona ha diritto al nome che le è per legge attribuito"
- [9] Decreto Legislativo n. 74 del 25 gennaio 1992 "attuazione della direttiva 84/450/CEE in materia di pubblicità ingannevole" e successive modifiche.

Massimo Farina

È Patrocinatore Legale del Foro di Cagliari. È specializzato in Informatica Giuridica e lavora come consulente freelance nell'ambito della formazione e dei servizi alle Pubbliche Amministrazioni ed alle imprese.