UNIVERSITÀ DI TRENTO

DIPARTIMENTO
FACOLTÀ DI GIURISPRUDENZA

lawtech
The Law and Technology Research Group

Diritto d'autore e arte

Lezione 19 – Disegno industriale

Seminario - «Design e innovazione digitale» con la Prof.ssa Barbara Pasa

Università di Trento – Facoltà di Giurisprudenza

a.a. 2021-2022

Roberto Caso e Giulia Dore – Introduzione

L’ordine del ragionamento

1. Creatività e diritto industriale
2. Law & Design
3. «Design e innovazione digitale» a cura di Barbara Pasa

1. Creatività e disegno industriale

- **Creatività** e **originalità**: concetti (apparentemente) cristallini
  - Non solo difficoltà definitorie…
  - L'interpretazione della Corte di Giustizia è risolutiva?
  - Disegno industriale come **«speciale» opera dell'ingegno**

- Il complesso rapporto tra **arte e industria**
  - Compresenza di elementi estetici e funzionali
  - Cumulo di tutela (diritto d'autore, modelli/disegni, marchio, concorrenza sleale)
  - Principio di neutralità estetica (e di originalità?) a rischio

ECO
DESIGN

Kartell

1. La giurisprudenza CGUE

- L'**evoluzione del requisito di originalità** da *Infopaq* a oggi

- CGUE e disegno industriale: *Flos* (2011), *Cofemel* (2019) . . .

- Alcuni **punti fermi** (da ultimo, *Brompton* C-833/18)
  - Il riconoscimento di tutela autoriale di un'opera che pure abbia fine utilitario **non** può dipendere dall'accertamento di «**un effetto visivo** […] proprio e rilevante da un punto di vista estetico»
  - La norma nazionale **non** può subordinare la protezione autoriale di alcune tipologie di opera, nella specie opere di design, a una **valutazione particolarmente rigorosa del loro carattere artistico**

Fratelli Castiglioni - Arco - 1962 - prod. Flos

2. Law & Design

Design come oggetto bidimensionale o tridimensionale che, pur con un'applicazione **utile**, è caratterizzato da **peculiare forma esteriore**

Cumulo tutela autorale/industriale (Conv. Berna)

- Disegni e modelli (artt. 31-44 CPI): protetto l'aspetto del prodotto, se nuovo e dotato di carattere individuale
- Diritto d'autore (art. 2 n. 10 l.d.a.): protette (tra le altre) «le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico»

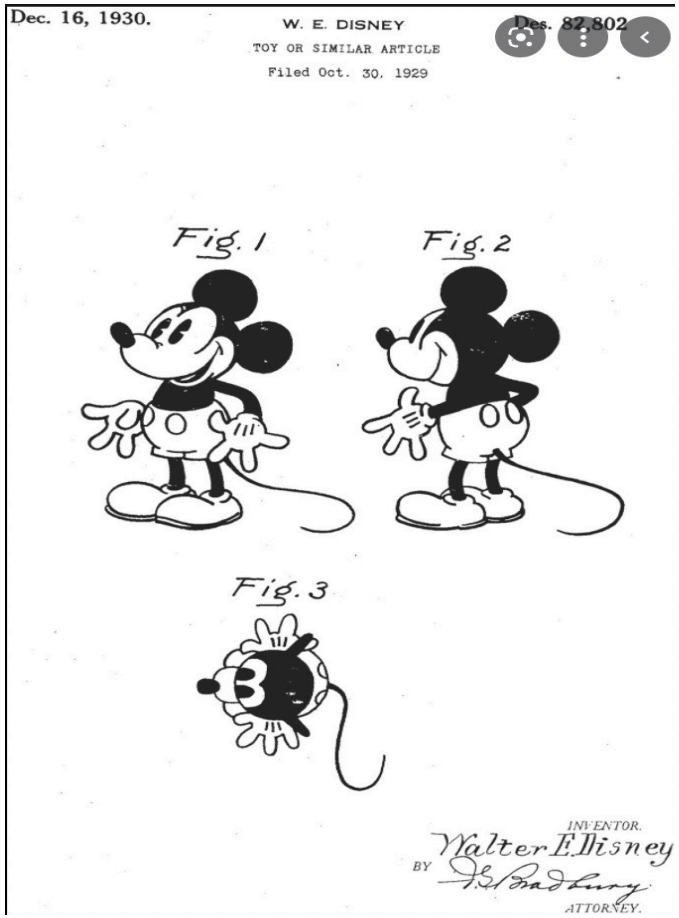
Dir. 98/71/CE e Reg. 6/02/CE

- **Discrezionalità** SM su condizioni (v. creatività), purché non escludano la tutela

2. Criticità

- Il **coordinamento** di tutela autoriale e industriale è tuttora critico
- Principio della **neutralità** merito artistico/estetico vs requisiti aggiuntivi
  - Valore artistico quale categoria speciale di creatività?
  - Come si misura la prevalenza dell'estetica rispetto all'utilità?
  - Chi la determina: l'esperto, il pubblico / il consumatore, il mercato?
  - Secondo quali criteri o indicatori?
- Rischio di **ultra-protezione**
- Si riabilita il criterio di «**scindibilità**» (previgente art. 2 co. 1, n. 4 l.d.a.)? [...]

  sono comprese nella protezione [...] "opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, compresa la scenografia"… 4) "anche se applicate all'industria, sempreché il loro valore artistico sia scindibile dal carattere industriale del prodotto al quale sono associate" (PARTE ABROGATA)



Dec. 16, 1930. W. E. DISNEY Des. 82,802

TOY OR SIMILAR ARTICLE

Filed Oct. 30, 1929

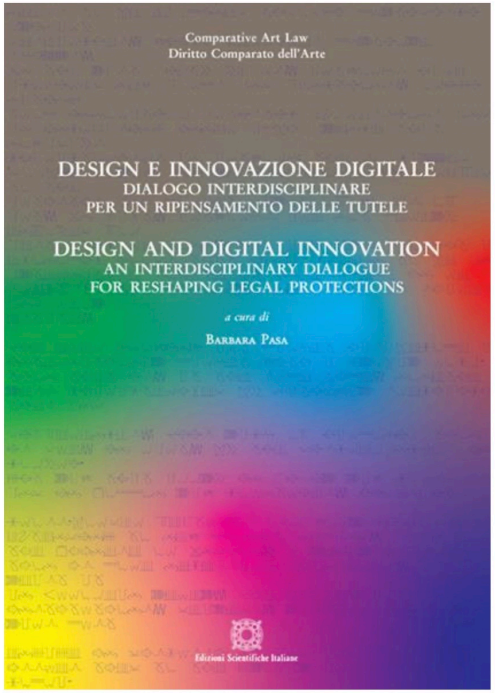
Fig. 1

Fig. 2

Fig. 3

INVENTOR.
Walter E. Disney
BY
ATTORNEY.

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa (2021)



3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

I. PARTE PRIMA - DESIGN E INNOVAZIONE DIGITALE: LETTURE STORICHE E GIUSPOLITICHE
II. PARTE SECONDA - DESIGN E DIRITTO DINNANZI AI NUOVI SIGNIFICATI DELLA PROGETTAZIONE CONTEMPORANEA: FILE DI PROGETTAZIONE, PROCEDURE AUTOMATIZZATE E PRATICHE COLLABORATIVE
III. PARTE TERZA - IL DESIGN, L'ORIGINALITÀ E IL VALORE ARTISTICO: GLI ORIENTAMENTI GIURISPRUDENZIALI DAGLI STATI UNITI ALL'EUROPA E IN ITALIA
IV. PARTE QUARTA - IL RUOLO DEGLI "ATTORI" PRINCIPALI DELLE DECISIONI IN MATERIA DI DESIGN NEL SISTEMA GIURIDICO ITALIANO

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

B. Pasa, Introduzione

- La **progettazione**, il processo di **prototipazione** e di **produzione** di molti prodotti stanno cambiando, e ne trasformano il significato: sempre più dispositivi fisici **incorporano contenuti digitali**, **dipendono** per il loro funzionamento **da applicativi** che consentono l'accesso, la trasformazione o la memorizzazione di dati in formato digitale […]

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

- **La *rivoluzione digitale* ha aperto nuovi spazi per il designer**: la visualizzazione dei dati, la costruzione di piattaforme decisionali collaborative, l'ideazione di campagne di informazione e di educazione alla cittadinanza, l'informazione legata a musei, fiere e saloni, exhibit scientifici, per facilitare l'accesso dei cittadini alla cultura, sino ai prodotti fruibili solo a condizione di essere integrati con servizi, come ad esempio nell'ambito dei sistemi e delle attrezzature per la telemedicina, lo sviluppo dell'internet delle cose (IoT), la robotica sociale e le macchine intelligenti nell'automatizzazione di fornitura di servizi.

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

Quel che sembra mutare in profondità è il rapporto dei designer

- sia con i *committenti*,
- sia con i *destinatari finali*.

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

- In generale, stiamo assistendo ad una transizione dei significati: **dal prodotto si sposta l'accento sul processo e sull'interazione dell'industrial designer con molte altre figure professionali**; dall'artefatto s'indirizza l'attenzione sulle capacità di attivazione di un processo, determinan- do una sorta di diminuito interesse per la progettazione dell'oggetto o dell'artefatto comunicativo in sé e per sé.

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

- Il Diritto, e in particolare **la valorizzazione dei diritti di proprietà intellettuale** quale principale strategia nella lotta alla contraffazione e nelle liti vertenti su fenomeni usurpativi del lavoro altrui, ha appreso che il Design non può più essere inteso come mera “forma” o “apparenza” di un prodotto o di un artefatto comunicativo, ma è il risultato di un complesso processo creativo, che comprende sia le fasi relative al consumo e alla fruizione del prodotto, sia ovviamente quelle legate alla sua progettazione.

3. «Design e innovazione digitale» ed. B. Pasa

- Nell'arduo compito di mettere a punto una norma- tiva che bilanci la tutela della creatività dei designer, degli investimenti delle imprese, e degli interessi del consumatore, **il Diritto si è affidato alla giurisprudenza.**

Copyright

Copyright by R. Caso and G. Dore

Licenza Creative Commons

Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

La citazione di testi e la riproduzione di immagini costituisce esercizio dei diritti garantiti dagli art. 2, 21 e 33 Cost. e dall'art. 70 l. 1941/633