

# INDICE

Acronimi .....	pag.	XV
<b>Introduzione</b> .....	»	1
1. <i>Immagine, soggetti e società</i> .....	»	1
2. <i>La società dell'immagine</i> .....	»	4
3. <i>L'importanza dell'immagine nei rapporti umani</i> .....	»	6
4. <i>Le nuove tecnologie e l'immagine</i> .....	»	7
5. <i>Immagine: l'importanza del diritto</i> .....	»	9
 <b>Parte Prima: Parte Generale</b>		
<b>Capitolo I: Le Fonti internazionali e nazionali</b>		
1. <i>Introduzione</i> .....	»	15
2. <i>La Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali</i> .....	»	18
2.1 <i>Brevi cenni storici e sistematici</i> .....	»	18
2.2 <i>Norme sostanziali di riferimento</i> .....	»	20
2.3 <i>Efficacia della CEDU nell'ordinamento giuridico interno</i> .....	»	21
2.4 <i>Contrasto tra norme interne e CEDU</i> .....	»	22
3. <i>La Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo</i> ...»		23
3.1 <i>Brevi cenni storici e sistematici</i> .....	»	23
3.2 <i>Norme sostanziali di riferimento</i> .....	»	24
3.3 <i>Efficacia della UDHR nell'ordinamento giuridico interno</i> .....	»	24
4. <i>La Costituzione italiana</i> .....	»	25
5. <i>Le leggi ordinarie</i> .....	»	27
 <b>Capitolo II: La Natura del Diritto all'Immagine e i Diritti affini</b>		
1. <i>Introduzione storica</i> .....	»	31
2. <i>Introduzione comparatistica</i> .....	»	33
3. <i>Il diritto all'immagine come diritto della personalità: panoramica generale</i> .....	»	35
4. <i>Contenuto e natura del diritto all'immagine</i> .....	»	37
5. <i>L'immagine nel diritto naturale: una visione giusnaturalistica</i> .....	»	39

6.	<i>Diritto alla privacy</i> .....	<i>pag.</i>	41
6.1	<i>Cenni introduttivi</i> .....	»	41
6.2	<i>Definizione e contenuto del diritto</i> .....	»	42
7.	<i>Diritto all'identità personale</i> .....	»	46
7.1	<i>Definizione</i> .....	»	46
7.2	<i>Evoluzione storica e fonti</i> .....	»	46

### **Capitolo III: Oggetto del Diritto**

1.	<i>I tratti fisionomici e la regola dell'insieme combinato</i> .....	»	49
1.1	<i>Ermeneutica delle norme</i> .....	»	49
1.2	<i>Distintività come elemento individualizzante</i> ...	»	50
1.3	<i>La regola dell'insieme combinato</i> .....	»	53
2.	<i>La capacità identificativa acquisita</i> .....	»	54
3.	<i>L'ombra del dubbio</i> .....	»	55
4.	<i>Gli elementi esterni e accessori</i> .....	»	57
5.	<i>I modi di riproduzione: bidimensionalità e tridimensionalità</i> .....	»	64
6.	<i>La caricatura</i> .....	»	67
7.	<i>La voce</i> .....	»	69
7.1	<i>Inquadramento</i> .....	»	69
7.2	<i>L'esperienza statunitense: i casi Bette Midler e Tom Waits</i> .....	»	71
7.3	<i>La giurisprudenza italiana</i> .....	»	73
7.4	<i>Conclusioni</i> .....	»	76
8.	<i>Il sosia</i> .....	»	76
8.1	<i>Inquadramento</i> .....	»	76
8.2	<i>Conseguenze giuridiche</i> .....	»	78
8.3	<i>La giurisprudenza: i casi concreti</i> .....	»	79
8.4	<i>Conclusioni</i> .....	»	84
8.5	<i>I sosia virtuali: nuovi pericoli per l'immagine</i> ...	»	84
9.	<i>La maschera scenica</i> .....	»	86

### **Capitolo IV: I Soggetti**

1.	<i>Introduzione</i> .....	»	91
2.	<i>Le persone fisiche</i> .....	»	91
2.1	<i>La capacità giuridica</i> .....	»	91
2.2	<i>La capacità d'agire</i> .....	»	93
2.3	<i>I minorenni</i> .....	»	94
2.4	<i>Gli interdetti e gli inabilitati</i> .....	»	95

2.5	<i>Disposizioni del titolare del diritto all'immagine dopo la morte</i>	... .. pag.	97
2.6	<i>L'immagine del Romano Pontefice</i>	... .. »	100
3.	<i>Le persone giuridiche</i>	.....»	101
3.1	<i>Parte generale</i>	.....»	101
3.2	<i>Il diritto all'immagine delle persone giuridiche private</i>	.....»	103
4.	<i>La Pubblica Amministrazione e gli enti pubblici</i>	.....»	106

## **Parte Seconda: Il Consenso**

### **Capitolo V: Il Consenso**

1.	<i>Consenso della persona titolare del diritto all'immagine: natura</i>	.....»	115
1.1	<i>Introduzione</i>	.....»	115
1.2	<i>Teoria del negozio giuridico unilaterale</i>	.....»	115
1.3	<i>Teoria del negozio giuridico bilaterale</i>	.....»	116
1.4	<i>Inquadramento del consenso nelle categorie della teoria generale dei contratti</i>	.....»	116
2.	<i>Consenso: legittimazione ad agire</i>	.....»	118
3.	<i>Tipologie e modalità del consenso</i>	.....»	119
3.1	<i>Consenso al ritratto e consenso all'utilizzo</i>	.....»	119
3.2	<i>Consenso espresso e consenso tacito: inquadramento generale</i>	.....»	120
3.3	<i>Consenso espresso e consenso tacito: proposta di una nuova lettura</i>	.....»	123
4.	<i>Consenso: limiti</i>	.....»	125
5.	<i>Il consenso per foto di scena delle opere cinematografiche...</i>	»	128
6.	<i>L'onere della prova del consenso</i>	.....»	133
7.	<i>Diritto all'immagine dopo la morte del titolare</i>	... ..»	134

### **Capitolo VI: L'Immagine degli Sportivi**

1.	<i>Introduzione</i>	.....»	139
2.	<i>Normativa generale applicabile</i>	.....»	146
3.	<i>I calciatori</i>	.....»	149
3.1	<i>Quadro normativo</i>	.....»	149
3.2	<i>La Convenzione tra società calcistiche e tesserati</i>	»	150
3.3	<i>La Convenzione con le squadre nazionali</i>	.....»	152
3.4	<i>Sintesi</i>	.....»	152

3.5	<i>I parametri di valutazione del valore dell'immagine di un calciatore</i> .....	pag. 153
3.6	<i>Casi pratici</i> .....	» 154
4.	<i>Il basket</i> .....	» 156

### **Parte Terza: Il libero Utilizzo**

#### **Capitolo VII: Le Ipotesi di libero Utilizzo delle Immagini altrui**

1.	<i>Introduzione</i> .....	» 161
2.	<i>Il limite del pregiudizio all'onore o al decoro</i> .....	» 164
3.	<i>La libertà di manifestazione del pensiero</i> .....	» 168
3.1	<i>Fonti</i> .....	» 168
3.2	<i>Ambito di applicazione</i> .....	» 169
3.3	<i>I modi di concretizzazione della libera manifestazione del pensiero</i> .....	» 173
3.4	<i>Il limite del buoncostume</i> .....	» 174
4.	<i>L'ordinamento professionale dei giornalisti</i> .....	» 176
5.	<i>Il diritto all'oblio</i> .....	» 179
5.1	<i>Introduzione</i> .....	» 179
5.2	<i>Evoluzione giurisprudenziale</i> .....	» 181
5.3	<i>Fatto storico</i> .....	» 186
5.4	<i>Nuove tecnologie</i> .....	» 187

#### **Capitolo VIII: La Cronaca**

1.	<i>La cronaca: definizione e scopi</i> .....	» 189
2.	<i>La verità</i> .....	» 194
2.1	<i>Verità oggettiva o verità putativa</i> .....	» 194
2.2	<i>Le fonti dell'informazione</i> .....	» 199
2.3	<i>La verità parziale</i> .....	» 199
3.	<i>La pertinenza: definizione e applicazione</i> .....	» 201
4.	<i>Il principio della continenza</i> .....	» 208
5.	<i>La cronaca giudiziaria</i> .....	» 210
6.	<i>La giurisprudenza della Corte europea dei Diritti dell'Uomo</i> .....	» 215
7.	<i>Il caso Von Hannover v. Germany (il cosiddetto caso Carolina di Monaco)</i> .....	» 219
8.	<i>Il libero utilizzo delle immagini dei personaggi politici</i> .....	» 222
9.	<i>Minorenni, immagine e cronaca</i> .....	» 228
9.1	<i>Le fonti di riferimento</i> .....	» 228

9.2	<i>Applicazioni pratiche</i>	..... pag.	229
-----	------------------------------	------------	-----

### **Capitolo IX: La Critica**

1.	<i>Introduzione</i>	.....»	235
2.	<i>Limiti normativi</i>	.....»	237
3.	<i>Il caso Wolfgang Schüssel v. Austria</i>	.....»	240

### **Capitolo X: L'Espressione artistica**

1.	<i>L'espressione artistica</i>	.....»	243
2.	<i>Opere d'arte visiva e ritratto</i>	.....»	245
3.	<i>Limiti al libero esercizio dell'espressione creativa</i>	...»	248
4.	<i>Il limite del buoncostume</i>	.....»	249
5.	<i>I limiti dei diritti di terzi</i>	.....»	251
6.	<i>Claudia Schiffer: senza tutela nella pop art</i>	.....»	254
7.	<i>Gli audiovisivi. Candid camera: il consenso per ridere</i>	»	257
8.	<i>I fuori onda: espressione artistica, satira o violazione?</i>	»	259
9.	<i>Intento documentaristico: principi di cronaca</i>	.....»	261

### **Capitolo XI: La Satira e la Parodia**

1.	<i>La satira</i>	.....»	263
	1.1 <i>Definizione e oggetto</i>	.....»	263
	1.2 <i>Limiti</i>	.....»	265
2.	<i>La parodia</i>	.....»	268
3.	<i>Norme di diritto</i>	.....»	273
	3.1 <i>Premessa</i>	.....»	273
	3.2 <i>La continenza</i>	.....»	274
	3.3 <i>Gli altri principi applicabili: pertinenza e verità</i>	»	276
4.	<i>Tre uomini e una satira</i>	.....»	280

### **Capitolo XII: L'Articolo 97 L.A.**

1.	<i>L'art. 97 L.A.: ambito di applicazione</i>	.....»	283
2.	<i>La notorietà</i>	.....»	286
	2.1 <i>Principi</i>	.....»	286
	2.2 <i>Casi concreti</i>	.....»	288
	2.3 <i>The Cure: The Wish Tour 1992</i>	.....»	289
3.	<i>Ufficio pubblico ricoperto</i>	.....»	291
4.	<i>Necessità di giustizia o di polizia</i>	.....»	292
5.	<i>Scopi scientifici, didattici o culturali</i>	.....»	294

6. *Fatti, avvenimenti, cerimonie di interesse pubblico o svoltesi in pubblico* ..... pag. 294

## **Parte Quarta: La Comunicazione d'Impresa**

### **Capitolo XIII: La Corporate Identity**

1. *Introduzione* .....» 301  
 2. *La Corporate Identity* .....» 304  
   2.1 *Definizione e soggetti* .....» 304  
   2.2 *Gli elementi della Corporate Identity* .....» 306  
   2.3 *Gli strumenti per la creazione della Corporate Identity* .....» 307  
   2.4 *Corporate Identity Book* .....» 307

### **Capitolo XIV: La Pubblicità**

1. *Introduzione e quando normativo* .....» 309  
 2. *Principi generali* .....» 312  
   2.1 *Condizioni di liceità* .....» 312  
   2.2 *La pubblicità ingannevole* .....» 313  
   2.3 *La pubblicità comparativa* .....» 315  
 3. *Pubblicità e creatività* .....» 316  
   3.1 *Pubblicità e diritto d'autore* .....» 316  
   3.2 *Applicazione degli istituti del plagio, elaborazione e parodia* .....» 319  
 4. *Pubblicità e ipotesi ex art. 97 L.A.* .....» 321  
 5. *La notorietà* .....» 322  
 6. *L'ufficio pubblico* .....» 326  
 7. *Fatti, avvenimenti e cerimonie di interesse pubblico o svoltesi in pubblico* .....» 328  
 8. *Immagine e pubblicità ingannevole o illecita: attenti al testimonial!* .....» 329

### **Capitolo XV: I Segni distintivi e il Marchio di Ritratto**

1. *Introduzione* .....» 335  
 2. *Introduzione al marchio d'impresa* .....» 335  
 3. *Il marchio di ritratto* .....» 336  
 4. *Requisiti essenziali* .....» 338  
 5. *Casi pratici* .....» 344  
   5.1 *Dallo champagne agli aminoacidi* .....» 344

5.2	<i>Il Guerrigliero Heroico combatte tra le classificazioni dei prodotti</i> .....	pag. 345
5.3	<i>La testata mondiale diventa segno</i> .....	» 347

## **Parte Quinta: Le nuove tecnologie**

### **Capitolo XVI: Le nuove Tecnologie**

1.	<i>Introduzione: definizione e effetti delle nuove tecnologie</i> ...»	353
2.	<i>Le nuove tecnologie nel diritto dell'immagine, della comunicazione e dell'informazione</i> .....	» 355
3.	<i>Le nuove fattispecie astratte</i> .....	» 360

## **Parte Sesta: I Contratti**

### **Capitolo XVII: Principi generali**

1.	<i>Introduzione</i> .....	» 367
2.	<i>Classificazioni generali</i> .....	» 371
3.	<i>Gli elementi del contratto</i> .....	» 373
	3.1 <i>Introduzione</i> .....	» 373
	3.2 <i>Gli elementi essenziali</i> .....	» 373
	3.3 <i>Gli elementi accidentali</i> .....	» 374
4.	<i>La capacità di agire</i> .....	» 375

### **Capitolo XVIII: Il Contratto di Sponsorizzazione**

1.	<i>Definizione e introduzione</i> .....	» 377
2.	<i>Tipologie di sponsorizzazione</i> .....	» 381
	2.1 <i>Parte generale</i> .....	» 381
	2.2 <i>La sponsorizzazione radiotelevisiva</i> .....	» 384
	2.3 <i>La sponsorizzazione dei beni culturali</i> .....	» 386
3.	<i>Qualificazione del contratto</i> .....	» 388
4.	<i>Check list dei diritti e delle obbligazioni</i> .....	» 390
5.	<i>La sponsorizzazione e l'autodisciplina pubblicitaria</i> ...»	399

### **Capitolo XIX: Il Contratto di Merchandising**

1.	<i>Definizione e introduzione al fenomeno</i> .....	» 401
2.	<i>Natura e inquadramento</i> .....	» 403
3.	<i>La struttura del contratto e le obbligazioni inerenti</i> ...»	406

**Capitolo XX: Il Contratto di Testimonial**

- |    |   |            |     |
|----|---|------------|-----|
| 1. | <i>Definizione e introduzione al fenomeno</i> | ..... pag. | 413 |
| 2. | <i>Figure affini</i>                          | .....»     | 415 |
| 3. | <i>Qualificazione del contratto</i>           | .....»     | 416 |
| 4. | <i>Check list delle obbligazioni</i>          | .....»     | 417 |

**Capitolo XXI: Il Contratto di Endorsement**

- |    |                                      |        |     |
|----|--------------------------------------|--------|-----|
| 1. | <i>Introduzione e definizione</i>    | .....» | 421 |
| 2. | <i>Qualificazione del contratto</i>  | .....» | 423 |
| 3. | <i>Figure affini</i>                 | .....» | 424 |
| 4. | <i>Check list delle obbligazioni</i> | .....» | 426 |

**Capitolo XXII: Il Contratto di Product Placement**

- |    |                                      |            |     |
|----|--------------------------------------|------------|-----|
| 1. | <i>Introduzione</i>                  | ..... pag. | 433 |
| 2. | <i>Fonti normative</i>               | .....»     | 437 |
| 3. | <i>Check list delle obbligazioni</i> | .....»     | 442 |

**Bibliografia** .....» 445

## APPENDICE

*Appendice delle Immagini*

## APPENDICI SU CD-ROM

*Appendice Normativa*

*Appendice Giurisprudenziale*