

Riproduzioni commerciali. Sempre più vincoli dai giudici per la riproduzione dei contenuti pubblicati online

Foto sui «social» con diritto d'autore

Possibile danno patrimoniale anche per l'utilizzo di immagini non artistiche

Marisa Marraffino

■ Sono ormai sempre più definite le regole sul diritto d'autore per i contenuti pubblicati sui social network, comprese le fotografie prive di caratteristiche artistiche. Dopo la sentenza del Tribunale di Roma del 1° giugno 2015 n. 12076, che ha adottato un'interpretazione evolutiva della legge 633/1941, sono numerose le pronunce che spingono a prestare molta attenzione all'utilizzo dei contenuti tratti dai social network.

Per i giudici anche le fotografie semplici pubblicate su una pagina web, prive di quell'originalità tipica delle fotografie artistiche, non possono essere utilizzate da terzi senza citare il nome dell'autore e concedere a quest'ultimo i diritti patrimoniali e morali legati all'opera.

Non è necessario che l'autore dello scatto o del video abbia indicato il proprio nome sul contenuto se questo è pubblicato su un social network, perché la paternità del profilo, salvo prova contraria, è sufficiente a dimostrare la titolarità del contenuto. Nessuna deroga neppure nel caso in cui le impostazioni della bacheca siano "pubbliche". Facebook ha una licenza d'uso non esclusiva e trasferibile, ma la proprietà dei dati pubblicati resta in capo agli utenti che, pertanto, possono rivendicarla anche in sede giudiziaria. Questo fa cadere la responsabilità diretta del provider, ma aumenta i rischi per gli utenti.

Le stesse regole valgono per Twitter, Instagram e per gli altri social network, i cui termini di servizio sono chiari nell'escludere la possibilità di utilizzo dei contenuti da parte di terzi non autorizzati.

Occorre prestare attenzione anche allo sfruttamento per finalità promozionali dei conte-

nuti pubblicati dagli utenti con le licenze di *Creative commons* sui social.

Tali permessi sono flessibili e possono essere vincolati ad alcune condizioni dettate dal titolare dei diritti d'autore.

In proposito il Tribunale di Milano ha stabilito che sui social network non occorre che la licenza sia indicata sulla foto, ma basta che risulti anche successivamente. Se l'autore non ha concesso il diritto a terzi di usare la propria fotografia con finalità commerciali, la creazione di una pagina Facebook promozionale può dare luogo al risarcimento del danno subito.

Il tribunale assume a parametro per la relativa quantificazione

IL CONSENSO

Il via libera allo scatto non comporta in modo automatico l'accettazione della pubblicazione

ne le tabelle utilizzate dalla Siae nel Compendio delle norme e dei compensi per la produzione dell'arte figurativa, plastica e fotografica. Il risultato è che per quantificare il danno occorre tenere conto del tempo di utilizzo del contenuto, della finalità e della mancanza del consenso del titolare che possono fare impennare le tariffe.

Se l'utilizzo è commerciale, il danno patrimoniale per ogni fotografia può superare anche i duemila euro. Possono far causa in Italia anche gli utenti di altri Stati, se il convenuto ha la propria sede legale nel nostro paese.

Diversa la disciplina per le fotografie o i video venduti alle agenzie. In questo caso valgono

le regole classiche previste dalla legge sul diritto d'autore per le fotografie semplici dettate dall'articolo 90. Il diritto del fotografo a veder apposto il proprio nominativo sulle riproduzioni delle fotografie semplici, che ritraggono immagini di persone e di aspetti, elementi o fatti della vita naturale o sociale, è subordinato al fatto che tale indicazione risulti apposta sulla fotografia in questione. Soltanto per i contenuti web, infatti, valgono le presunzioni sulla titolarità dei diritti d'autore (tribunale di Milano, sezione specializzata in materia di impresa A, sentenza del 22 gennaio 2016 n. 940).

Sono invece liberamente riproducibili in rete quelle fotografie tecniche che non hanno alcun requisito minimo di creatività, come quelle tratte da tutorial esplicativi. Al contrario, la pubblicazione delle fotografie scattate durante eventi o manifestazioni pubbliche è vietata se l'immagine può recare pregiudizio all'interessato. Lo ha ribadito la Corte di cassazione frenando sulla prassi di molti locali di farsi pubblicità in rete sfruttando i propri clienti.

Il consenso a farsi scattare una fotografia non equivale all'autorizzazione alla sua pubblicazione. In questi casi il risarcimento del danno sia patrimoniale che morale dovrà essere valutato in via equitativa, tenendo conto della notorietà del danneggiato, della gravità della violazione, della diffusione del mezzo e del tempo di esposizione dell'immagine (tribunale di Genova, sentenza 11 febbraio 2015 n. 511).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN ESCLUSIVA PER GLI ABBONATI

Le sentenze citate in pagina
www.quotidianodiritto.ilsole24ore.com

Le pronunce

FOTOGRAFIE D'AUTORE

Per finalità promozionali

Non si possono utilizzare per finalità promozionali le fotografie altrui reperite dal web, anche se si tratta di fotografie semplici ed è presente l'indicazione dell'autore nonché il regime giuridico di circolazione da applicare (Creative Commons). Non occorre che queste informazioni siano riportate materialmente dall'autore sull'immagine fotografica ma è sufficiente che siano specificate immediatamente dopo la fotografia.

Tribunale di Milano, sezione specializzata in materia di impresa A, sentenza 6766 del 30 maggio 2016 (relatore Giani)

FOTO IN PUBBLICO

Danno alla persona ritratta

Non si possono pubblicare sul web le fotografie dell'inaugurazione di un locale, se le immagini, anche se scattate in un luogo pubblico, recano pregiudizio alla persona ritratta. Infatti, in base agli articoli 96 e 97 della legge 633/41, occorre il consenso della persona interessata per esporre il suo ritratto. Anche nei casi in cui si può prescindere dal consenso, come per i fatti che si svolgono in pubblico, resta il divieto dell'esposizione quando la fotografia reca pregiudizio all'onore, alla reputazione o al decoro della persona ritratta. *Cassazione, sentenza 15763 del 27 luglio 2015, relatore Sestini*

PROVIDER

Violazioni degli utenti

È responsabile delle violazioni della legge sul diritto d'autore commesse dagli utenti il provider che è a conoscenza dell'illiceità, che riguarda la condivisione sul web di programmi televisivi. Le diffide degli interessati sono sufficienti a consentire al provider di individuare i singoli contenuti multimediali illecitamente immessi sulla piattaforma, avuto riguardo alla notorietà dei programmi caricati e alla facilità di reperirli.

Tribunale di Roma, Sezione specializzata in materia di impresa, sentenza 9026 del 5 maggio 2016, relatore Catalozzi

CREATIVITÀ MINIMA

Se manca il contributo personale

Si possono pubblicare in rete, anche se ripresi da altri siti, fotografie tecniche ed elenchi di concetti di settori specifici, su cui non si individuano contributi personali, anche minimi, necessari alla tutelabilità. La pagina web non può considerarsi creativa se nell'organizzazione dei discorsi si utilizza lo schema classico definizione-spiegazione-immagine esemplificativa e se nelle tabelle sono impiegati font e modelli abitualmente usati nel settore.

Tribunale di Milano, sezione specializzata in materia di impresa A, sentenza 10842 del 29 settembre 2015, estensore Zana