

## INDICE SOMMARIO <sup>(1)</sup>

<i>Premessa alla 1<sup>a</sup> edizione e Premessa alla 2<sup>a</sup> edizione</i> .....	VII
<i>Elenco delle principali abbreviazioni</i> .....	XXIII

### Parte Prima

#### GLI AUTORI DELLE OPERE DI ARTE FIGURATIVA, DELLE OPERE DELL'ARCHITETTURA E DELLE OPERE FOTOGRAFICHE

##### CAPITOLO PRIMO

##### PARTE GENERALE

<i>Guida bibliografica</i> .....	5
1.1. Le opere d'arte figurative e le opere fotografiche .....	7
1.1.1. L'espressione figurativa .....	7
1.1.2. Attualità della creatività figurativa .....	8
1.1.3. La sistematica della legge .....	9
1.1.4. Le nuove opere figurative.....	9
1.1.5. Le opere in esemplare unico .....	11
1.1.6. Forma e contenuto nelle opere figurative.....	12
1.2. La fotografia .....	13
1.2.1. La fotografia fra arte e tecnica .....	15
1.2.2. Le legislazioni occidentali e la fotografia .....	16
1.2.3. La novella del 1979 .....	17
1.2.4. La creatività delle fotografie.....	18
1.3. Il disegno industriale.....	21

<sup>(1)</sup> Nei capitoli e paragrafi con l'asterisco (\*) sono trattati argomenti che interessano tutte le parti dell'opera.

## CAPITOLO SECONDO

## L'AUTORE DELLE OPERE FIGURATIVE

<i>Guida bibliografica</i> .....	25
2.1. Lo scultore e il pittore e le nuove forme di arte figurativa ...	27
2.1.1. Le opere dell'artigianato e dell'arte applicata .....	30
2.1.2. Le repliche delle opere in esemplare unico .....	31
2.1.3. La trasformazione da un genere creativo ad un altro ..	32
2.1.4. Le elaborazioni fra opere dello stesso genere .....	35
2.1.5. Il diritto di riproduzione dell'opera a fini pubblicitari.	36
2.1.6. Il <i>merchandising</i> da opere figurative .....	38
2.2. L'autore di scenografie e i bozzetti di scene teatrali .....	39
2.3. L'autore delle opere figurative a carattere tecnico, scientifico o didattico .....	40
2.4. L'autore dell'opera fotografica prima e dopo la novella del 1979	43
2.4.1. Il carattere creativo delle fotografie nella giurisprudenza	47
2.4.2. L'opinione della dottrina .....	49
2.4.3. Il diritto morale del fotografo e il diritto all'informazione	50
2.5. La tutela dell'autore di « semplici fotografie » .....	51
2.5.1. Le fotografie non protette .....	53
2.5.2. Le indicazioni di riserva .....	55
2.5.3. La definizione di esemplari .....	57
2.5.4. L'evoluzione normativa in materia di formalità .....	58
2.5.5. Le fotografie su commissione .....	59
2.5.6. La cessione del negativo .....	61
2.5.7. Il diritto morale dell'autore di semplici fotografie .....	62
2.5.8. Il diritto alla paternità delle proprie azioni .....	65

## CAPITOLO TERZO

L'UTILIZZAZIONE ECONOMICA DELL'ARTE FIGURATIVA  
E I DIRITTI DELL'AUTORE

<i>Guida bibliografica</i> .....	69
3.1. La qualità di autore e il suo fondamento giuridico .....	74
3.1.1. La qualità di autore e la natura giuridica del diritto (*)	74
3.1.2. Il fondamento giuspolitico del sistema italiano del di- ritto d'autore (*) .....	77
3.1.3. La teoria unitaria nella dottrina italiana (*) .....	80
3.1.4. La possibilità di attribuire uno stesso fondamento giu- ridico alla protezione delle opere dell'ingegno e a quella delle invenzioni industriali e altre simili produ- zioni intellettuali (*) .....	84

3.1.5.	I diritti esclusivi e i diritti a compenso.....	84
3.1.6.	I corollari delle teorie sulla natura giuridica del diritto d'autore in relazione all'acquisto della qualità d'autore (*)	86
3.1.7.	La capacità di agire nel diritto d'autore (*).....	88
3.2.	La legge applicabile agli autori e alle loro opere.....	91
3.2.1.	La territorialità del diritto d'autore (*).....	91
3.2.2.	L'importanza del diritto convenzionale (*).....	93
3.2.3.	Le regole del diritto internazionale privato (*).....	94
3.3.	Le opere d'arte figurativa come oggetto di rapporti di lavoro autonomo o dipendente .....	96
3.3.1.	I mecenati e i gruppi societari.....	96
3.3.2.	L'acquisto originario o derivativo dei diritti da parte del committente.....	97
3.3.3.	Le eccezioni al principio dell'art. 6 l.d.a.....	99
3.3.4.	L'orientamento della giurisprudenza .....	101
3.3.5.	La tutela degli interessi dell'impresa .....	104
3.3.6.	La consegna dell'opera .....	109
3.3.7.	La consegna dell'opera come nuovo atto di volontà dell'autore.....	112
3.3.8.	La forma del contratto di commissione.....	113
3.3.9.	Le opere su commissione negli altri ordinamenti: il concetto dei « work for hire » .....	114
3.4.	Il contratto di compravendita di opera d'arte in esemplare unico e i diritti dell'acquirente e dell'autore dell'opera d'arte compravenduta .....	116
3.4.1.	I requisiti e le condizioni di validità degli atti di trasmissione di diritti .....	116
3.4.2.	La cessione dell'esemplare unico .....	117
3.4.3.	La specialità dell'atto di cessione dell'esemplare unico.....	118
3.4.4.	La forma delle cessioni dei diritti.....	120
3.4.5.	La cessione di uno o più esemplari dell'opera .....	123
3.4.6.	Il diritto sull'esemplare unico e il diritto di proprietà ..	124
3.4.7.	La cessione dell'esemplare unico e diritto di inedito ..	125
3.4.8.	Il diritto di esposizione .....	128
3.4.9.	La mutilazione o la distruzione dell'opera .....	131
3.4.10.	I diritti accessori del proprietario.....	133
3.4.11.	Le modalità dell'esercizio dei diritti di riproduzione e diffusione da parte dell'autore.....	134
3.4.12.	Il diritto dell'autore a realizzare copie dell'originale...	136
3.4.13.	La natura della cessione dell'esemplare unico.....	137
3.4.14.	Sul conflitto fra più acquirenti di diritti su opere dell'ingegno (*) .....	138
3.4.15.	Le soluzioni della giurisprudenza .....	139

3.4.16.	La possibile soluzione del conflitto .....	143
3.5.	La cessione di un'opera d'arte figurativa o fotografica al fine della distribuzione delle sue riproduzioni (*) .....	144
3.5.1.	I rapporti contrattuali utilizzati nella pratica e l'autonomia negoziale delle parti.....	145
3.5.2.	Lo schema del contratto di edizione .....	146
3.5.3.	Le norme inderogabili del trasferimento dei diritti ....	148
3.5.4.	Licenze esclusive e non esclusive .....	150
3.5.5.	I contratti per opere su commissione .....	151
3.6.	I diritti dell'autore sul ritratto e gli altri interessi coinvolti ...	152
3.6.1.	La disciplina del ritratto nella legge speciale.....	155
3.6.2.	L'equo compenso previsto dall'art. 91 l.d.a. ....	156
3.6.3.	L'interesse sociale all'informazione.....	157
3.6.4.	I diritti dell'autore sul ritratto non fotografico.....	159
3.6.5.	I ritratti di personaggi celebri .....	160
3.6.6.	Il pregiudizio all'onore e alla reputazione del ritrattato	163
3.6.7.	I limiti del diritto alla riservatezza .....	164
3.6.8.	La rilevanza dell'interesse generale all'informazione ...	165
3.7.	Il diritto dell'autore sul plusvalore delle opere dell'arte figurativa .....	167
3.7.1.	La delimitazione delle fattispecie applicative .....	168
3.7.2.	Il fondamento del diritto di seguito.....	169
3.7.3.	La natura del diritto di seguito.....	171
3.7.4.	La Direttiva 2001/84/CE.....	172
3.8.	La durata dei diritti e le proroghe di legge (*) .....	176
3.8.1.	L'armonizzazione dei termini di durata del diritto d'autore perseguita dalla CE (*).....	179
3.8.2.	La durata dei diritti nelle opere figurative.....	180

#### CAPITOLO QUARTO

#### LA PROTEZIONE DEI DIRITTI SULLE OPERE FIGURATIVE

<i>Guida bibliografica</i> .....	185	
4.1.	Il plagio e l'elaborazione abusiva delle opere figurative e fotografiche .....	187
4.1.1.	Il plagio e il falso nelle opere figurative .....	187
4.1.2.	Il plagio nei disegni animati.....	189
4.1.3.	Il plagio e l'utilizzazione illecita dell'opera figurativa ..	191
4.1.4.	Le novità tecnologiche e la creatività artistica.....	192
4.1.5.	L'originalità dell'opera plagiata .....	193
4.1.6.	L'elaborazione non autorizzata .....	194

4.1.7.	Il plagio a fini pubblicitari . . . . .	196
4.1.8.	Le riproduzioni non autorizzate di opere in commercio e l'esaurimento del diritto . . . . .	199
4.1.9.	La liceità dell'opera parodistica . . . . .	199
4.1.10.	Il plagio della fotografia . . . . .	200
4.1.11.	Il plagio di semplici fotografie . . . . .	202
4.2.	La falsa attribuzione di paternità . . . . .	203
4.2.1.	Il diritto dell'autore di autenticare la sua opera . . . . .	204
4.2.2.	La responsabilità dell'autore per l'autentica delle proprie opere . . . . .	206
4.2.3.	La compravendita di opera falsa . . . . .	208
4.2.4.	L'errore vizio nella compravendita di opera falsa . . . . .	211
4.2.5.	La tutela dell'acquirente dell'opera falsa . . . . .	212

## CAPITOLO QUINTO

### DIFESE E SANZIONI GIUDIZIARIE

<i>Guida bibliografica</i> . . . . .	217	
5.1.	La tutela civilistica delle opere dell'arte figurativa . . . . .	219
5.2.	Le disposizioni cautelari . . . . .	222
5.3.	Il risarcimento del danno . . . . .	223
5.3.1.	Il risarcimento del danno nelle azioni di disconoscimento di paternità . . . . .	226
5.4.	La tutela penalistica delle opere dell'arte figurativa . . . . .	228
5.4.1.	La valenza penalistica della L. 1062/1971 . . . . .	230
5.4.2.	La tutela penalistica delle fotografie . . . . .	233

## Parte Seconda

### LE OPERE CINEMATOGRAFICHE ED AUDIOVISIVE

#### CAPITOLO PRIMO

##### PARTE GENERALE

<i>Guida bibliografica</i> . . . . .	239	
1.1.	La definizione legislativa delle opere cinematografiche . . . . .	241
1.1.1.	Le nuove tecnologie audiovisive . . . . .	242
1.2.	L'attribuzione della paternità dell'opera cinematografica nel sistema giuridico italiano . . . . .	244
1.2.1.	L'attribuzione della paternità negli altri sistemi giuridici . . . . .	247

1.2.2.	Il regista come autore del film .....	249
1.2.3.	L'orientamento della dottrina e della giurisprudenza ..	252
1.2.4.	I corollari delle diverse teorie .....	254
1.3.	Il diritto di inedito sulle opere cinematografiche.....	257
1.4.	Le funzioni creative nell'opera cinematografica .....	260
1.4.1.	La struttura dell'opera cinematografica e la durata dei diritti .....	262

## CAPITOLO SECONDO

### L'OPERA CINEMATOGRAFICA ED I TITOLARI DEI DIRITTI

<i>Guida bibliografica</i> .....	267	
2.1.	La funzione del regista .....	269
2.1.1.	La qualificazione giuridica del contratto di regia.....	270
2.1.2.	L'opera cinematografica incompiuta.....	272
2.1.3.	Situazioni giuridiche tutelabili nel film incompiuto ....	273
2.2.	L'autore del soggetto e della sceneggiatura.....	275
2.2.1.	Le modifiche al soggetto nella realizzazione del film ..	276
2.2.2.	Il diritto del produttore sulle parti letterarie del film..	277
2.2.3.	Il termine dell'art. 50 l.d.a. ....	279
2.3.	La colonna musicale del film.....	282
2.3.1.	Il compenso dell'autore delle musiche.....	283
2.3.2.	La sostituzione della colonna musicale nel film pubblicato	285
2.4.	L'autore della scenografia, dei costumi e della fotografia .....	287
2.5.	L'autore dell'adattamento e della traduzione dei dialoghi .....	290
2.5.1.	La posizione del traduttore dei dialoghi rispetto ai coau- tori del film .....	291
2.5.2.	La traduzione dei dialoghi come esercizio del diritto di elaborazione del film.....	293
2.6.	La natura dei diritti del produttore cinematografico.....	294
2.6.1.	Il produttore come editore del film.....	295
2.6.2.	La titolarità e l'esercizio dei diritti sul film.....	297
2.6.3.	L'acquisto dei diritti da parte del produttore.....	299
2.6.4.	L'identificazione delle funzioni del produttore.....	301
2.6.5.	Il diritto del produttore di modificare le opere utiliz- zate nel film .....	301
2.6.6.	Il nuovo diritto connesso del produttore cinematografico	306

## CAPITOLO TERZO

## LE ALTRE PRODUZIONI AUDIOVISIVE E I LORO AUTORI

<i>Guida bibliografica</i> .....	313
3.1. La definizione di telefilm .....	315
3.1.1. Le differenze tra film e telefilm .....	317
3.1.2. Il produttore audiovisivo indipendente .....	320
3.2. L'autore del film di mera documentazione .....	321
3.3. I c.d. film dal vero.....	322
3.4. I programmi televisivi .....	325
3.4.1. Le tracce di programmi televisivi: i c.d. « <i>format</i> » .....	328
3.4.2. Il “format” e la disciplina della concorrenza sleale .....	332
3.4.3. Il c.d. “soggetto televisivo” .....	334
3.4.4. I videoclip.....	337
3.5. Gli ipertesti e i CD Rom .....	339

## CAPITOLO QUARTO

L'UTILIZZAZIONE ECONOMICA DELL'OPERA  
CINEMATOGRAFICA O AUDIOVISIVA

<i>Guida bibliografica</i> .....	343
4.1. I contratti di collaborazione nell'industria cinematografica .....	347
4.1.1. La produzione esecutiva e la produzione associata .....	350
4.1.2. La coproduzione internazionale.....	354
4.1.3. Le regole Cee sulla coproduzione televisiva.....	356
4.2. Il contratto di distribuzione cinematografica e la sua natura giuridica .....	357
4.2.1. Il contratto di distribuzione come locazione o affitto ..	359
4.2.2. Il contratto di distribuzione come mandato.....	360
4.2.3. Il minimo garantito e il mandato <i>in rem propriam</i> .....	361
4.2.4. Il contratto di distribuzione nel fallimento.....	363
4.2.5. La responsabilità degli utilizzatori del film in relazione ad illeciti ivi contenuti.....	364
4.2.6. L'esaurimento comunitario del diritto di distribuzione.	366
4.3. La natura e il contenuto del contratto di noleggio .....	367
4.3.1. Gli obblighi del noleggiatore .....	368
4.4. Il diritto del produttore di diffondere l'opera cinematografica a mezzo di trasmissione televisiva .....	369
4.4.1. L'influenza del testo di Stoccolma della Convenzione di Berna.....	373
4.4.2. I compensi percentuali dei coautori del film e l'equo compenso dell'art. 46- <i>bis</i> l.d.a. ....	374

4.4.3.	La rinuncia ai compensi di cui all'art. 46 l.d.a. ....	375
4.5.	Il diritto del produttore a diffondere l'opera cinematografica a mezzo di videocassette.....	377
4.5.1.	La distribuzione di videocassette come elaborazione dell'opera cinematografica.....	378
4.5.2.	I sistemi di distribuzione di videocassette .....	379
4.5.3.	L'applicazione della direttiva CE 92/100 .....	380
4.5.4.	I diritti del produttore alla luce dell'art. 46- <i>bis</i> l.d.a. ..	383
4.6.	Il cineromanzo e i diritti del produttore .....	386
4.6.1.	Il cineromanzo e l'opera cinematografica .....	387
4.6.2.	La cessione di fotogrammi del film .....	389
4.7.	La riutilizzazione di trame e personaggi.....	391
4.7.1.	I contratti per la cessione del diritto di « <i>remake</i> » di « <i>sequel</i> » o di « <i>spin-off</i> » del film .....	394
4.8.	I diritti degli interpreti e il diritto d'autore nella legge del 1941 (*). .....	396
4.8.1.	I nuovi diritti degli interpreti e degli esecutori (*) .....	398
4.8.2.	I diritti della personalità degli artisti (*). .....	402
4.8.3.	Le categorie di artisti protetti (*). .....	404
4.8.4.	I doppiatori come artisti protetti .....	406
4.8.5.	La presunzione di cessione e i diritti ad equo compenso (*) .....	409
4.8.6.	La durata dei diritti degli artisti interpreti (*) .....	411
4.9.	Il calcolo del termine di durata della tutela dell'opera cinematografica.....	412
4.9.1.	Le proroghe di guerra.....	413
4.9.2.	Il termine di durata nella Convenzione di Berna.....	415
4.9.3.	Il problema della reviviscenza dei diritti.....	418
4.9.4.	Le direttive comunitarie sull'armonizzazione dei termini di durata .....	419
4.10.	Tutela del titolo dell'opera cinematografica.....	422
4.10.1.	Il titolo « debole » e il titolo « forte » (*).....	424
4.10.2.	Il « <i>secondary meaning</i> » del titolo (*) .....	426
4.10.3.	La registrazione del titolo come marchio (*).....	428
4.10.4.	Le differenze fra titolo e marchio (*) .....	429
4.10.5.	L'acquisto del diritto sul titolo (*).....	431
4.10.6.	Il contenuto del diritto sul titolo (*).....	435
4.10.7.	La durata del diritto sul titolo (*) .....	437
4.10.8.	Il deposito e la registrazione del titolo del film .....	438
4.11.	Il pubblico registro cinematografico e le formalità della legge sul diritto d'autore (*). .....	441
4.11.1.	Gli effetti dei depositi e delle registrazioni (*) .....	443



CAPITOLO QUINTO  
LA PROTEZIONE DEI DIRITTI  
SULLE OPERE CINEMATOGRAFICHE

<i>Guida bibliografica</i> .....	449
5.1. Il diritto morale dell'autore cinematografico.....	451
5.1.1. Il parametro dell'onore e della reputazione (*).....	453
5.1.2. Le finalità dell'art. 47 l.d.a. ....	456
5.1.3. La lesione del diritto morale d'autore causata dalle modifiche che il produttore può apportare al film ....	457
5.1.4. La tutela dell'opera dopo il D.P.R. 19/79 e le interru- zioni pubblicitarie del film.....	459
5.1.5. L'esercizio del diritto morale nei confronti del produt- tore e di terzi cessionari dei diritti di utilizzazione ....	462
5.1.6. Limiti della rinuncia all'esercizio del diritto morale (*)	464
5.1.7. La legittimazione ad agire a tutela dei diritti morali (*)	468
5.1.8. I danni patrimoniali dalla lesione del diritto morale (*)	471
5.2. Il plagio e l'elaborazione abusiva dell'opera cinematografica ..	474

CAPITOLO SESTO  
DIFESE E SANZIONI GIUDIZIARIE

<i>Guida bibliografica</i> .....	483
6.1. La tutela civilistica delle opere cinematografiche e audiovisive	485
6.1.1. La difesa cautelare dei diritti dei coautori.....	486
6.1.2. L'abusiva riproduzione e diffusione di opere cinema- tografiche ed audiovisive.....	486
6.1.3. Il "bollino" (contrassegno) S.I.A.E. (*).....	487
6.1.4. Il nuovo art. 181- <i>bis</i> l.d.a. ....	490
6.2. La tutela penale delle opere cinematografiche ed audiovisive..	493
6.2.1. La pirateria cinematografica: l'art. 171- <i>ter</i> l.d.a. e i suoi precedenti (art. 1 della l. 440/85) ....	494
6.2.2. La giurisprudenza formatasi durante il periodo di vi- genza della l. 400/85 ....	497
6.2.3. Il nuovo art. 171- <i>ter</i> l.d.a. ....	500
6.2.4. La riproduzione abusiva del film .....	502
6.2.5. La repressione penale dei nuovi sistemi di abusiva dif- fusione tecnologica.....	504
6.2.6. Il "Decreto Urbani".....	505

**Parte Terza**  
**LE OPERE CON FINALITÀ UTILITARIE**

CAPITOLO PRIMO  
PARTE GENERALE

<i>Guida bibliografica</i> .....	513
1.1. Le opere con finalità utilitarie e il loro valore culturale .....	515
1.1.1. L'autonomia del valore artistico rispetto alla finalità utilitaria .....	521
1.1.2. Il « <i>secondary meaning</i> » nelle opere utilitarie .....	523
1.1.3. Compiutezza e autonomia espressiva nelle opere utilitarie .....	525
1.1.4. Il disegno industriale e il divieto del cumulo fra la protezione della legge 633/1941 e quella del R.D. 1411/1940 (vecchio testo) .....	526
1.1.5. Il D.Lgs. 95/2001 come attuazione della Direttiva 71/ 1998/CE e prime reazioni all'introduzione del "cu- mulo" .....	530
1.1.6. Gli interessi in gioco .....	535
1.2. La cumulabilità della tutela dei segni distintivi e di quella del diritto d'autore .....	537
1.2.1. La nuova legge marchi .....	538
1.2.2. I marchi di forma e di suono .....	540
1.2.3. Il principio di specialità e i marchi di rinomanza .....	541
1.2.4. I problemi della coesistenza della protezione di un'o- pera come marchio e come opera dell'ingegno .....	542
1.2.5. La registrabilità dei marchi da parte di soggetti non imprenditori .....	545
1.2.6. Il "passing off" e il "right of publicity" .....	546

CAPITOLO SECONDO

L'AUTORE DELLE OPERE CREATE PER FINALITÀ UTILITARIE

<i>Guida bibliografica</i> .....	551
2.1. L'autore di opere dell'arte applicata e l'autore di disegni e modelli ornamentali (il <i>designer</i> ) .....	553
2.1.1. Il criterio della scindibilità nelle opere utilitarie .....	555
2.1.2. La scindibilità nel <i>design</i> da arredamento .....	556
2.1.3. I criteri distintivi diversi da quello della scindibilità .....	560
2.1.4. Il criterio della scindibilità e la moderna concezione del « <i>design</i> » .....	563
2.1.5. Il moderno " <i>design</i> " e la Direttiva 71/1998/CE .....	564

2.1.6.	Il contenuto della tutela brevettuale e di quella di diritto d'autore.....	567
2.2.	L'architetto e l'autore di progetti di ingegneria.....	572
2.2.1.	La progettazione e la realizzazione dell'opera architettonica.....	575
2.3.	L'autore delle opere pubblicitarie.....	577
2.3.1.	Le creazioni pubblicitarie di gruppo.....	579

### CAPITOLO TERZO

#### L'UTILIZZAZIONE ECONOMICA DI OPERE CON FINALITÀ UTILITARIA

<i>Guida bibliografica</i> .....	585	
3.1.	La cessione a terzi dei diritti di utilizzazione dell'arte applicata.....	587
3.1.1.	La cessione del brevetto e la cessione di diritti sul brevetto.....	589
3.2.	Il contratto con l'architetto e con l'autore di lavori di ingegneria.....	591
3.2.1.	Il rapporto fra progettista e realizzatore dell'opera architettonica.....	594
3.3.	I contratti per lo sfruttamento pubblicitario delle opere dell'ingegno.....	596
3.3.1.	I contratti per la realizzazione del film pubblicitario ..	598
3.3.2.	I contratti con le agenzie pubblicitarie.....	601
3.3.3.	La titolarità dei diritti sui risultati creativi dell'attività delle agenzie.....	602
3.4.	Il <i>merchandising</i> di marchi e di opere dell'ingegno.....	606
3.4.1.	L'atipicità del contratto di <i>merchandising</i> .....	607
3.4.2.	Gli strumenti contrattuali del <i>merchandising</i> .....	608
3.4.3.	Il contratto di <i>merchandising</i> e la protezione delle idee.....	610

### CAPITOLO QUARTO

#### LA PROTEZIONE DEI DIRITTI SULLE OPERE CON FINI UTILITARI

<i>Guida bibliografica</i> .....	617	
4.1.	L'uso non autorizzato di opere del disegno industriale e di segni distintivi aventi carattere creativo.....	619
4.1.1.	La protezione di diritto d'autore riguardo alle opere con fini utilitari.....	623
4.1.2.	La tutelabilità di parti di modelli ornamentali.....	627

4.2.	Il diritto morale degli autori di creazioni utili all'industria. . . .	629
4.2.1.	Le modifiche ai progetti tecnici e alle opere di architettura. . . . .	630
4.2.2.	La « necessità » delle modifiche . . . . .	632
4.2.3.	Sopralzi e ampliamenti di un'opera architettonica e lesione del diritto morale . . . . .	633
4.2.4.	Le modifiche non strutturali . . . . .	635
4.3.	L'uso non autorizzato di opere nella pubblicità. . . . .	637
4.3.1.	L'uso non autorizzato di pubblicità nelle opere o in loro relazione (interruzioni pubblicitarie dei film) . . . .	641
4.3.2.	Le soluzioni della legge Mammi . . . . .	646

#### CAPITOLO QUINTO

#### DIFESE E SANZIONI GIUDIZIARIE

	<i>Guida bibliografica</i> . . . . .	653
5.1.	La tutela giudiziaria delle opere con fini utilitari. . . . .	655
5.2.	La tutela civilistica . . . . .	658
5.3.	La tutela penalistica e il concorso di reati. . . . .	659
5.3.1.	La tutela penale del <i>design industriale</i> . . . . .	662
5.4.	La normativa sulla pubblicità ingannevole. . . . .	663
5.4.1.	L'intervento dell'autorità giudiziaria. . . . .	665
5.4.2.	Il codice di autodisciplina pubblicitaria . . . . .	667
5.4.3.	La protezione delle ideazioni pubblicitarie nella giurisprudenza del Giurì . . . . .	671
	<i>Indice bibliografico</i> . . . . .	675
	<i>Indice analitico</i> . . . . .	719