

La corte di cassazione dà ragione alle case editrici contro un programma Rai

Il karaoke raddoppia-diritti Opera musicale e testo separati: via ai risarcimenti

DI MARCO LIVI

I testi delle canzoni sono testi letterari autonomi, la loro utilizzazione separata rispetto alla composizione musicale è illecita se non espressamente autorizzata dai titolari dei diritti. Per questo, per esempio, la Rai, con i suoi programmi di Karaoke *Furore* e *Super Furore*, ha violato il diritto di riproduzione dei testi letterari, proprio per l'utilizzo delle parole delle canzoni sullo schermo.

La novità arriva dalla sentenza 11300/2010 dell'11 maggio della Corte di cassazione, che ha accolto il ricorso di alcune delle maggiori case editrici musicali contro la Rai annullando la precedente sentenza della Corte d'appello di Roma.

La vicenda ha preso l'avvio nel 1997 da una contestazione delle case editrici musicali Warner Chappell Music Italiana, Star, Accordo Edizioni Musicali assi-

stite dallo Studio Mondini Rusconi e dall'avvocato Gianpietro Quiriconi del foro di Milano proprio contro il servizio pubblico colpevole, secondo l'accusa, di aver trasmesso, senza disporre delle necessarie autorizzazioni, i testi di alcuni brani musicali durante i programmi di karaoke.

La Corte d'appello, nel maggio 2004, aveva ritenuto la contestazione infondata, sostenendo che non poteva rientrare nel concetto di riproduzione della semplice visualizzazione, in sovrainpressione sugli schermi, del testo in sincronia con la musica.

Con la sentenza dell'11 maggio i giudici della Corte di cassazione, in considerazione dell'indipendenza delle singole facoltà spettanti all'autore, hanno invece ritenuto che «la proiezione del testo di una canzone su uno schermo televisivo, presupponendo la registrazione del testo stesso su un supporto, che ne consente la

diffusione televisiva, costituisce un atto di riproduzione».

Ora la Corte d'appello dovrà riconsiderare il caso alla luce del principio secondo cui «in assenza di autorizzazione, nessun utilizzo dei testi è possibile da parte di terzi, a prescindere dalla finalità o meno di profitto».

«Nello specifico», segnala **Giorgio Mondini**, legale di Warner Chappell Music Italiana, «la Corte di cassazione, ha agito ritenendo che debbano essere riconosciuti agli autori e alle case di produzione tutti i diritti considerati in maniera indipendente. Ne deriva che l'autore o la casa di edizioni musicali possa decidere di concedere in maniera indipendente solo alcuni di questi e non altri e la sentenza della Cassazione mette un punto fermo in una importante battaglia portata avanti per anni da parte dell'industria editoriale musicale italiana al fine di far valere il principio per cui l'utilizzazione separata dei testi delle composi-

zioni musicali mediante riproduzione è illecita se non espressamente autorizzata dai titolari dei relativi diritti».

La conseguenza è che l'autore o la casa di edizioni musicali potranno eventualmente autorizzare a riprodurre l'opera e un altro a rappresentarla in pubblico vantando i propri diritti in maniera indipendente.

La sentenza ribalta il precedente orientamento della giurisprudenza e apre a una serie di possibili rivalse da parte di autori e case editrici musicali che potranno richiedere un risarcimento per il danno causato dall'indebito utilizzo di diritti derivanti dalla riproduzione e diffusione di opere musicali.

© Riproduzione riservata



ISTRUTTORIA

Privacy, Google spia per le strade

Google, nella raccolta dei dati per Street-View, il servizio di mappe fotografiche, potrebbe aver violato la privacy. Per questo il garante per la protezione dei dati personali ha avviato un'istruttoria nei confronti del motore di ricerca. Secondo quanto ammesso dalla stessa Google Italia, la raccolta ha riguardato, oltre che immagini, anche dati relativi alla presenza di reti wireless e di apparati di rete radio-mobili, nonché frammenti di comunicazioni elettroniche, trasmesse dagli utenti su reti wireless non protette.

L'autorità ha chiesto a Google di fermarsi e di comunicare la data di inizio della raccolta delle informazioni, per quali finalità e con quali modalità essa è stata realizzata, per quanto tempo e in quali banche dati queste informazioni sono conservate.

Google dovrà chiarire, inoltre, se i dati raccolti siano accessibili a terzi e con quali modalità, o se siano stati ceduti.

LA VIGNETTA DEL GIORNO



Editoria in Piazza Affari

Una giornata di vendite

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 30/12/09	
ITSEITALLSHARE	20.200,65	-3,30	-14,60	
EXMEDIA	123.234,2	1,48	5,92	
Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 30/12/09	Capitaliz. (mil. €)
Buongiorno	0,8380	-4,77	-27,76	89,1
Cairo Communication	2,3200	-3,53	-25,16	181,8
Caltagirone Editore	2,0000	-1,48	14,48	250,0
Class Editori	0,5100	-5,56	-24,33	53,0
Espresso	1,8850	-3,43	-16,04	772,2
Il Sole 24 Ore	1,4900	-5,52	-22,36	64,6
Mediaset	5,3450	-2,64	-6,80	6.313,7
Mondadori	2,4400	-3,75	-21,23	633,0
Monrif	0,4495	-0,11		67,4
Poligrafici	0,5095	-	13,10	67,3
Rcs Mediagroup	1,2520	-1,57	-1,26	917,3
Seat Pagine Gialle	0,1369	-4,80	-15,75	263,8
Telecom Italia Media	0,5800	-0,58	-42,23	191,1

I magazine di giugno di MF/Milano Finanza e ItaliaOggi

Su Gentleman gli Up&Fast I re delle scarpe per Ladies

DI VALENTINA VALOTA

Sono 9 milioni, ma incidono sui consumi per il 38%. Multimediali ed ecosensibili, puntano solo al meglio, inteso non come ostentazione, ma come cultura della contemporaneità. Vivono con il tempo un rapporto bipolare: velocità nelle scelte d'acquisto e nel problem solving, lentezza nel godere i piaceri della vita. Sono gli Up&Fast, il nuovo vertice della piramide sociale dei consumi emerso dall'ultima analisi di GfK-Eurisko in collaborazione con Class Editori (che partecipa al capitale di questo giornale) e che **Giuseppe Minoia**, presidente onorario dell'Istituto di ricerca, spiega in dettaglio a *Gentleman*, il magazine diretto da **Giulia Pessani**, che esce domani, venerdì 21 maggio, allegato a *MF/Milano Finanza* e *ItaliaOggi*.

Amano la nautica, gli Up&Fast, un settore le cui vele tornano a gonfiarsi di ottimismo, come racconta **Salvatore Basile**, ceo di Ferretti, e come dimostrano le novità in fatto di barche da diporto la cui nuova parola d'ordine è green technologies. Mentre la Louis Vuitton Cup ritorna a emozionare gli appassionati, compreso **Yves Carcelle**, presidente e ceo della maison.

E scelgono le eccellenze anche in fatto di abbigliamento, affidandosi a marchi garanzia di qualità, per un'eleganza che d'estate diventa leggera, chiara e morbida, ma anche costruendosi una cultura dello stile. Sempre attento al tema, *Gentleman* svela questo mese tutti i segreti della cravatta insieme a un grande esperto, il sarto **Federico Ceschi** a Santa Croce.

Viaggiano: non intendono perdersi niente del mondo. E vanno, magari, alle Bermuda o a Corfù, paradisi vicini e lontani di cui *Gentleman* ha scoperto i luoghi, gli alberghi, i ristoranti

migliori.

La cover del nuovo numero di *Ladies*, allegato a *Gentleman* e in edicola sempre domani, è invece dedicata a **Freida Pinto**. È bastato un film, *The Millionaire*, perché *Freida* lasciasse di stucco perfino un regista dai gusti molto precisi come Woody Allen, che l'ha promossa a sua nuova musa nell'ultimo lavoro, *You will meet a tall dark stranger*. Ma non ha sedotto solo lui. La modella e attrice indiana, con quegli occhi scuri e profondi e la pelle di seta, è stata scelta come testimonial da L'Oréal. Simbolo di un'India che si affaccia sul mondo del lifestyle e conquista economia, cultura, moda e cosmetica.

Una femminilità solare, calda e morbida che accompagna nella stagione estiva, quando le signore cominciano a scoprirsi e a giocare con gli accessori. In primis i sandali. Il magazine ha incontrato i cinque imperatori delle scarpe, **Manolo Blahnik**, **Christian Louboutin**, **Bruno Magli**, **Roger Vivier**, **Gianvito Rossi** e **Edmundo Castillo** (Santoni), designer che fanno girare la testa alle donne (che poi la fanno girare agli uomini) conquistandole dai piedi. Il mare richiama, da un lato, le nuove tendenze in fatto di costumi che regalano ai corpi femminili un'eleganza statuaria, quasi da opera d'arte; dall'altro, lo stile navy chic che è tutto un declinarsi di bianchi e blu che, con la loro freschezza, sono adatti in barca, ma anche in città. E per le più spiritose, i look impazziscono per i colori fluo e per i pizzi, divertenti e molto trendy, ma da usare con cautela.

Infine, per chi è pronta per dire «Sì, lo voglio», uno speciale dedicato ai consigli per un matrimonio indimenticabile; per chi è in procinto di organizzare una vacanza, ecco la Versilia e suoi segreti raccontati da chi la conosce da vicino.

© Riproduzione riservata