
ALFREDO ANTONINI

LA TUTELA GIURIDICA DEL NOME DI DOMINIO

SOMMARIO: 1. Internet: fenomeno nuovo e « spazio nuovo ». — 2. Il nome di dominio e il problema della sua tutela. — 3. Nome di dominio, nome della persona e marchio. — 4. L'illecita utilizzazione come nome di dominio del nome di persona o del marchio altrui: il « falso problema » dell'analogia e l'applicazione diretta delle norme sul diritto al nome e sul marchio. — 5. Il « cuore » del problema: la tutela del nome di dominio legittimamente registrato. — 6. Applicazioni del divieto di concorrenza sleale; in particolare, l'utilizzazione quale *meta-tag* del nome di altro soggetto. — 7. Aspetti processuali.

1. INTERNET: FENOMENO NUOVO E « SPAZIO NUOVO ».

L'utilizzazione crescente della « rete » rappresenta un fenomeno di certo inimmaginabile anche soltanto pochi anni fa.

Essa, da strumento a disposizione del Governo statunitense per esigenze di carattere militare e di sicurezza nazionale, è divenuta con sorprendente rapidità un mezzo alla portata di tutti, cui si accede da ogni parte del mondo e per le più diverse finalità: tanto commerciali, quanto di analisi e di conoscenza, quanto infine di semplice svago.

Si è creato, indubbiamente, uno spazio nuovo, cui l'utente accede tramite un computer e nel quale si muove « navigando » attraverso i diversi siti, ove le distanze sono eliminate e i tempi di percorrenza diventano irrilevanti.

Il concetto di « spazio nuovo » è caro al navigazionista, i cui interessi e i cui studi sono dedicati essenzialmente al movimento di un mezzo nell'ambito di uno spazio (o, meglio, in un fluido: acqua o aria), con finalità di trasporto, nonché alle attività che ad esso si riconnettono in maniera diretta o indiretta.

È, indubbiamente, uno spazio quello acqueo, cui è legato il nucleo originario del diritto della navigazione, ossia il diritto marittimo: il mare e le vie di navigazione interne, fluviali e lacustri, hanno rappresentato le prime — e, per secoli o millenni, le uniche — vie di comunicazione praticabili con i mezzi a disposizione dell'uomo.

* Relazione al Convegno *Il diritto nell'era di Internet*, Modena, 25 maggio 2001.

Lo spazio aereo, per millenni rimasto al di fuori della portata umana, si è aperto all'utilizzazione concreta — e, quindi, all'intervento del giurista — solo in epoca assai recente. Alla conquista tecnologica dello stesso ha fatto seguito, rapidamente, la sua conquista giuridica, ossia l'elaborazione delle regole chiamate a presiedere ad una corretta sua utilizzazione, nonché a disciplinare e a dirimere i conflitti intersoggettivi di interessi implicati da quest'ultima.

Internet ci offre, ora, uno spazio ulteriore, soltanto virtuale, eppure esistente, ampiamente utilizzato e facente parte, oramai, della realtà quotidiana a disposizione di tutti.

L'accesso e la navigazione in Internet profilano, dunque, un problema analogo a quello che si era posto allorquando l'uomo ha conquistato l'accesso allo spazio aereo: quello della regolamentazione giuridica.

La relativa esigenza, seppur insorta assai di recente, è avvertita in maniera particolarmente intensa proprio per la vastità del fenomeno, per la quantità impressionante dei rapporti che ricevono svolgimento ed attuazione in questo nuovo spazio, per l'entità degli interessi in gioco, per l'attualità dei relativi conflitti, per il potenziale affacciarsi di conflitti nuovi.

Si ripropone, anche per Internet, la vicenda che sempre accompagna l'affermarsi di un fenomeno nuovo.

Il fenomeno, verificatosi sul piano del fatto e ben caratterizzato sul piano tecnico, proprio per la sua novità risulta sprovvisto di regolazione giuridica diretta.

Compete all'ordinamento — il quale, nel suo assieme, non conosce lacune ed è caratterizzato dalla completezza — di fornire le norme intese a dare congrua disciplina al fenomeno stesso.

E compete agli operatori del settore e ai giuristi di reperire, nell'ordinamento, le regole maggiormente adatte per portare ordine nel settore e soluzione ai problemi a volta a volta insorgenti.

È, questo, il criterio di fondo cui occorre attenersi nell'accostarsi sul piano giuridico al fenomeno della « rete »: ricorrere alle norme e ai principi esistenti, facendone applicazione in relazione alle caratteristiche evidenziate sul piano del fatto dalle singole fattispecie riconducibili al fenomeno nuovo.

A tale metodo mi atterrò nell'impostazione e nella proposta di soluzione dei problemi riconnessi ai nomi di dominio.

2. IL NOME DI DOMINIO E IL PROBLEMA DELLA SUA TUTELA.

Il nome di dominio¹ è ciò che individua il singolo computer ricollegato alla rete; meglio, è una locuzione alfabetica che si ricollega

¹ Per un più approfondito studio delle varie problematiche giuridiche sottese al

nome di dominio si veda: G. ZICCARDI-P. VITIELLO, *La tutela giuridica del nome di*

al numero identificativo del computer, per ragioni di maggiore semplicità, dipendenti dalla facilità di ricordare e riconoscere un nome, piuttosto che una successione di cifre.

Se è quindi indubbio che, sotto il profilo tecnico, il nome di dominio altro non è che l'indirizzo di un computer, arrestarsi a questa elementare considerazione sarebbe di certo insufficiente. Un approccio del genere rappresenterebbe, in verità, un tentativo di soluzione banalizzante della variegata problematica riconnessa all'utilizzazione dei nomi di dominio, fuorviato da un pragmatismo assolutamente non accettabile e, in definitiva, totalmente inappagante.

Infatti, una soluzione siffatta — pur recepita dalla giurisprudenza, fortunatamente in maniera del tutto minoritaria² — mostra di non tenere conto delle caratteristiche della rete telematica, che sono del tutto diverse da quelle di altre « reti », cui invece si è inteso accostarla.

È di tutta evidenza che la prima non ha nulla a che vedere con la rete stradale, caratterizzata dalla distanza fra luogo e luogo e dai tempi di percorrenza che vi si riconnettono, del tutto sconosciuti ad Internet; sicché, l'equiparazione dell'indirizzo del computer all'indirizzo stradale è un non senso, ancor prima che un fuor di luogo.

Altrettanto può dirsi con riferimento alla rete telefonica, che pur ha in comune con Internet la sostanziale mancanza di distanza in senso spaziale e la conseguente assenza di apprezzabili tempi di percorrenza per il raggiungimento del contatto voluto. La marcata differenza fra tali reti è evidenziabile soprattutto per due aspetti: la specificità del contatto fra utente e utente, propria di quella telefonica, contrapposta all'utilizzazione in senso orizzontale e a prescindere da specifici contatti, propria di Internet (che consente di parlare solo per quest'ultima, e non anche per la prima, di « navigazione » in rete); l'identificazione delle utenze esclusivamente tramite un numero, propria della prima, contrapposta all'identificazione tramite un nome (abbinato a un numero, che però resta destituito di rilevanza pratica), propria della seconda.

Sgomberato il campo, dunque, dalla tentazione di negare in radice ingresso, nel cyberspazio, ai principi che reggono la tutela degli interessi soggettivi legati al « nome » (tentazione incarnata dalla mortificante equazione fra nome di dominio ed indirizzo di computer,

dominio, Mucchi Editore, Modena, 2000; A. AMBROSINI, *La tutela del nome di dominio*, Esselibri Simone, 2000.

² In questo senso: Trib. Bari Ord. 24.07.1996 in *Foro Italiano* 1997, I, pag. 2316 con nota di N. COSENTINO; Trib. Firenze Ord. 29.06.2000, consultabile on line all'URL <http://www.netjus.org>. (con-

sultato in data 19.07.2001), dove si sostiene che « la funzione del domain name system sia quella di consentire a chiunque di raggiungere una pagina web e, in quanto mezzo operativo e tecnico-logico, non può porsi per esso un problema di violazione del marchio d'impresa, della sua denominazione o dei suoi segni distintivi ».

pericolosamente affacciata e prontamente rintuzzata), occorre riconoscere che i problemi, oggetto della presente disamina, sono insorti nel momento in cui si è consentita la registrazione di nomi di dominio senza limiti, rimuovendosi le restrizioni originarie che prevedevano per ciascun utente la possibilità di registrare un solo nome.

Sotto questo profilo, serve ricordare che le norme per la registrazione dei domini sono state in Italia, fino alla fine del 1999, estremamente restrittive. Fino al 15 dicembre 1999, infatti, sotto il country code Top Level Domain (ccTLD) « .it » potevano registrare domini solo soggetti dotati di partita IVA, enti pubblici, associazioni di nazionalità italiana; e tali soggetti potevano registrare non più di un dominio ciascuno.

Tali regole restrittive, se da un lato avevano rappresentato un ostacolo nella crescita di Internet in Italia (si contavano infatti solo 80.000 domini registrati al 15 dicembre 1999), d'altro lato avevano reso il ccTLD « .it » sostanzialmente immune da fenomeni viceversa dilaganti nei general TLD aperti a tutti.

Alludo al *domain grabbing* e al *cybersquatting*³: intendendosi, con il primo, l'accaparramento di marchi e di nomi altrui come proprio nome di dominio, e, con il secondo, la registrazione di marchi o di nomi con la specifica finalità di successiva rivendita del nome di dominio registrato al soggetto ad esso effettivamente interessato.

Le nuove regole di *naming*, adottate in Italia alla fine del 1999⁴, hanno determinato la liberalizzazione del settore: oggi, in Italia, possono registrare nomi di dominio soggetti appartenenti a tutti i paesi dell'Unione Europea, ed ognuno — salvo le persone fisiche — può registrarne in numero illimitato.

Ne sono derivati, per un verso, un rapido aumento del numero dei domini registrati (da 80.000 a circa 500.000 nel breve volgere di un anno), e, per altro verso, un incremento assai marcato del fenomeno del *cybersquatting* e del contenzioso coinvolgente i nomi di dominio.

La giurisprudenza, chiamata ad intervenire soprattutto con provvedimenti di natura cautelare, ha ricondotto il fenomeno — conformemente all'orientamento già assunto dalla giurisprudenza anglosassone — alla ben collaudata materia del diritto industriale ed ha applicato in via analogica ai nomi di dominio le regole e i principi propri della tutela del marchio.

³ Un'analisi delle problematiche e delle soluzioni affrontate relativamente al fenomeno dello *cybersquatting*, sia a livello nazionale che comunitario ed americano, è consultabile in *La tutela giuridica del nome di dominio*, op. cit., cap. IV e V a cura di N. BELLOTTO.

⁴ Le regole di *naming* attualmente in vigore (Versione 3.5) sono consultabili all'URL <http://www.nic.it/NA/regole-naming-curr.txt> (consultato in data 19.07.2001)

A ben vedere, peraltro, l'applicazione analogica di tali regole non costituisce la struttura portante del nuovo diritto di Internet quanto alla tutela dei nomi di dominio, tale tutela potendosi ricavare essenzialmente in via diretta, con l'applicazione immediata delle norme giuridiche vigenti nell'ordinamento a salvaguardia dei diritti fondamentali dell'individuo.

Del che, darò conto subito appresso.

3. NOME DI DOMINIO, NOME DELLA PERSONA E MARCHIO.

L'evenienza che, oggi, un soggetto (diverso dalla persona fisica) può registrare un numero illimitato di nomi di dominio, a costo unitario minimo, rappresenta — come accennato — l'origine dei problemi qui esaminati.

La registrazione di un nome ad opera di un soggetto determina, infatti, almeno due conseguenze: il registrante può ricavare un beneficio dalla notorietà in precedenza acquisita, per fatto a lui non riferibile, dal nome stesso; la registrazione di tale nome preclude ad altro soggetto la possibilità di registrarlo a sua volta.

La disamina, in chiave sistematica, di tali conseguenze richiede che, in linea di preliminare approccio, si operi un accostamento fra il nome di dominio e altri segni distintivi che, nell'ordinamento, hanno da tempo conseguito compiuta e meditata tutela. Alludo al nome della persona e al marchio.

È evidente l'affinità del nome di dominio con il nome della persona: essendo il primo il segno di individuazione di un computer o di un sito, il secondo il segno di individuazione di una persona fisica.

La differenza di maggior momento risiede nel fatto che, per il nome della persona e non anche per quello di dominio, la tutela non può essere esclusiva, essendo il nome (con tale locuzione dovendosi intendere, a questi fini, il nome comprensivo del prenome e del cognome) insufficiente all'identificazione di un solo soggetto. La persona fisica, invero, è individuata anche dalla data e dal luogo di nascita (oppure da altri elementi stabiliti dai singoli ordinamenti, fra i quali, in passato, sono state frequenti la paternità e la maternità), oltre che dal nome e dal cognome; mentre il dominio è, nella rete, individuato soltanto dal nome, che — come già evidenziato — si ricollega al numero che gli viene assegnato all'atto della registrazione e che lo contrassegna.

Una differenza ulteriore è rappresentata dalla rilevanza sul piano patrimoniale: mentre il diritto al nome in linea di principio non ne ha, trattandosi di diritto « personalissimo » che gode di tutela nell'ambito dei diritti della personalità, altrettanto non può dirsi per il nome di dominio, il quale si riferisce alla sfera patrimoniale dell'individuo, è alienabile ed è provvisto di valore commerciale (che in taluni casi può essere notevole).

Il nome di dominio, come sopra accennato, rivela affinità pure con il marchio, poiché, alla pari di quest'ultimo, identifica un oggetto (sito) avente valenza commerciale⁵.

Tuttavia, mentre per il marchio la tutela soffre limitazioni geografiche e per tipologia di prodotto (salvo che per i marchi c.d. celebri, i quali beneficiano di tutela generale illimitata), tali limitazioni non si addicono al nome di dominio, stanti le caratteristiche della rete, che per un verso non conosce confini territoriali, per altro verso non consente la coesistenza di nomi eguali, anche se riferiti a prodotti differenti.

Inoltre, quanto al profilo dell'identificazione e a quello, al primo intimamente riconnesso, della « novità », per i nomi di dominio è sufficiente una differenza lessicale anche minima (di una sola lettera), che viene colta e valorizzata dal sistema di comunicazione nella rete con carattere di immediatezza; una differenza minima, di contro, è irrilevante nel campo dei marchi, poiché la semplice somiglianza fra due nomi è idonea a provocare confusione.

Ferme restando tali differenze, la tendenza, che sembra in via di consolidamento nel settore in questione in virtù di ripetute statuizioni giurisprudenziali, è nel senso dell'applicazione analogica delle norme sul marchio e sulla concorrenza sleale⁶.

Se ne sono ricavate due regole basilari.

La prima è che il proprietario di un marchio ha il diritto di registrarlo come nome di dominio, senza che tale registrazione incontri le limitazioni geografiche o per tipologia di prodotti, che sono proprie del marchio.

La seconda è che, allorché sussistono marchi eguali (cosa possibile e nient'affatto rara, stante il duplice criterio già ricordato dell'ambito di rilevanza geografico e per tipologia di prodotto, proprio del marchio), il diritto alla titolarità del nome di dominio compete al soggetto che per primo l'ha registrato, in applicazione della regola *first come, first served*: primo arrivato, primo servito.

4. L'ILLECITA UTILIZZAZIONE COME NOME DI DOMINIO DEL NOME DI PERSONA O DEL MARCHIO ALTRUI: IL « FALSO PROBLEMA » DELL'ANALOGIA E L'APPLICAZIONE DIRETTA DELLE NORME SUL DIRITTO AL NOME E SUL MARCHIO.

Un rinnovato e più consapevole approccio alla interessante, e per più versi ancora inesplorata, materia oggi trattata, consente

⁵ Sul tema cfr. P. FRASSI, *Internet e segni distintivi*, in « Rivista di Diritto Industriale », 1997, II, pag. 185.

⁶ In questo senso, tra i primi, C.E. MAYR, *I domain names ed i diritti sui segni*

distintivi: una coesistenza problematica, in « AIDA », 1996, pag. 223; In senso contrario si veda invece S. AIMO, *Internet domain names e diritti di proprietà intellettuale sui segni distintivi: le prime decisio-*

a nostra opinione di impostare i problemi, riconnessi alla particolarità dei nomi di dominio, in maniera alquanto differente rispetto a quella sinora segnata dalla giurisprudenza e dalla dottrina.

In verità, un esame appena meditato della realtà concreta lascia comprendere che alla soluzione dei medesimi può pervenirsi in virtù di applicazione diretta, anziché analogica, della disciplina del marchio e delle regole e dei principi costituenti la tutela del diritto al nome.

Un primo profilo, di innegabile linearità, è quello per il quale la registrazione come nome di dominio di un marchio altrui integra una violazione della legge sul marchio e, quindi, un atto illecito commesso ai danni del titolare del marchio (ed integra altresì un fatto di concorrenza sleale per appropriazione della notorietà altrui)⁷.

Opera in via diretta, in questo caso, la normativa posta a tutela del marchio, senza che si avverta alcuna necessità di applicazione della medesima in via analogica al comparto di Internet. Il fatto appropriativo, posto in essere nella rete, costituisce invero un atto illecito ai danni del titolare del marchio, il quale, in virtù della registrazione del marchio stesso, riceve protezione assoluta (salva la sussistenza dei due limiti dianzi ricordati); protezione che si estende ad ogni campo in cui quest'ultimo può esprimersi e farsi apprezzare, ivi compreso lo spazio « nuovo » creato dalla rete.

Nel caso qui esaminato, quindi, oggetto di tutela è non già un nome di dominio, ma un marchio, avverso l'aggressione operata dall'esterno, ad opera di chi abusivamente registra quest'ultimo come nome di dominio.

Ricollegata alla regola appena affermata è quella per la quale il titolare del marchio può registrare lo stesso come nome di dominio.

Anche qui, non serve ricorrere all'analogia, poiché è sufficiente riferirsi alla disciplina del marchio, per la quale il titolare può utilizzarlo in tutte le applicazioni possibili, ivi comprese quelle riconnesse all'impiego della rete e all'introduzione in essa del marchio quale segno distintivo dell'attività che, mediante l'impiego di un sito, si intende esplicitare.

Non diversamente da quanto appena illustrato si risolvono i problemi relativi alla registrazione di nomi non integranti marchi commerciali, ossia nomi di persona.

La registrazione del proprio nome (per tale intendendosi, come già ricordato, tanto il prenome, quanto il cognome) come nome di dominio costituisce esercizio di una facoltà riconnessa alla titolarità del diritto al nome, sicché non occorre al riguardo andare alla

ni, in « Contratto e Impresa — Europa », 1998, pag. 554.

⁷ Per una più ampia panoramica sui marchi e sulla loro tutela, cfr. A. VANZET-

TI-V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, seconda edizione, Giuffrè Editore, 1996.

ricerca di regole particolari proprie del campo di Internet, né ricorrere ad analogiche applicazioni di norme proprie di altri settori.

L'esercizio di tale facoltà soffre, peraltro, il limite del previo esercizio della medesima facoltà ad opera di un altro soggetto; in tal caso, fra due soggetti aventi eguale diritto, sarà preferito il primo registrante (*first come, first served*).

La registrazione di un nome proprio come nome di dominio non può ritenersi consentita, tuttavia, a un soggetto che non abbia tale nome. L'accaparramento di nomi e cognomi altrui deve essere considerato, infatti, una violazione del diritto personalissimo proprio di chi porta tale nome e tale cognome. È quindi illecito, in quanto in violazione di diritti soggettivi, il fenomeno, verificatosi l'indomani della liberalizzazione del settore realizzata dalle nuove regole di *naming* del 1999, della registrazione incontrollata di nomi e cognomi, anche di persone aventi notorietà, effettuata da soggetti privi di interesse giuridicamente apprezzabile, integrante un tipico esempio di *cybersquatting*.

Con locuzione breve: ciascun soggetto ha diritto di registrare come nome di dominio il proprio nome e cognome; non potrà farlo se sarà stato prevenuto da altro soggetto che abbia operato una registrazione lecita; la registrazione è lecita solo se si riferisce al nome e al cognomi propri, mentre non lo è se integra un accaparramento di nomi e cognomi altrui.

Rapidamente traendo le fila di quanto sin qui esposto, possiamo riconoscere che le fattispecie assunte in considerazione non riguardano propriamente la tutela dei nomi di dominio, ma quella dei nomi di persona e dei marchi, avverso l'illecita utilizzazione effettuate da terzi con la loro registrazione quali nomi di dominio.

5. IL « CUORE » DEL PROBLEMA: LA TUTELA DEL NOME DI DOMINIO LEGITTIMAMENTE REGISTRATO.

La particolarità della materia — vero « cuore » del problema sottoposto a disamina — si restringe, dunque, ad un solo aspetto: la tutela del nome di dominio legittimamente registrato.

In via preliminare, può riconoscersi che, allorché il nome di dominio corrisponde a un marchio di cui è titolare il soggetto che lo ha registrato, il nome stesso beneficia della tutela propria del marchio.

L'illusione sul piano effettuale è che, nell'ipotesi in cui un altro soggetto registri un nome di dominio simile a quello precedentemente registrato corrispondente a un marchio proprio di un soggetto registrante, commette un illecito per violazione del marchio.

Anche in questo caso, dunque, il nome di dominio riceve disciplina mediante l'applicazione diretta delle regole proprie del marchio.

Si delimita, così, il punto nodale dell'argomento sottoposto a disamina: l'individuazione della tutela di cui può fruire un nome di dominio non corrispondente a un marchio del titolare, ossia del soggetto che lo ha registrato.

Un primo criterio, di cui si potrebbe fare in astratto applicazione, è quello fondato esclusivamente sulle caratteristiche tecniche della rete.

Sulla base dello stesso, posto che la variazione anche di una sola lettera è sufficiente per contraddistinguere un nome di dominio da un altro, la registrazione di un nome sarebbe consentita purché tecnicamente realizzabile e, cioè, a condizione della diversità lessicale anche minima da ogni altro nome già registrato, di per sé idonea ad identificare due siti diversi.

È evidente, peraltro, che questa regola semplice (o, forse, semplicistica, se non banale) può giovare allorquando non vi sono interessi commerciali da tutelare. Può ricevere applicazione, quindi, allorquando il nome sta ad individuare un puro indirizzo, una semplice casella, destinata all'utilizzazione privata e non allo svolgimento di una attività con il pubblico e per il pubblico, provvista di valenza sul piano commerciale.

Negli altri casi, risulta al contrario evidente che l'utilizzazione di un nome pressoché eguale ad un altro precedentemente utilizzato può giovare, al soggetto che l'ha registrato, per accaparrarsi meriti e notorietà già conquistati dal titolare del precedente nome; e, parallelamente, può sottrarre potenziale clientela al primo (e legittimo) registrante, in favore del secondo.

Orbene, non può essere dubbio che il primo registrante ha diritto di beneficiare in via esclusiva della notorietà che egli ha conseguito, tramite un'attività di promozione o di sviluppo che può essere stata intensa e può avere comportato consistenti investimenti.

Soccorrono, in tale ipotesi, le regole costituenti la disciplina della concorrenza sleale (art. 2598 cod. civ.).

La registrazione e l'utilizzazione di un nome di dominio, ricalcante altro nome già registrato e che ha acquisito notorietà nella rete, integrano un fatto (illecito) di concorrenza sleale per lo meno sotto due profili: l'appropriazione della posizione commerciale altrui, realizzata mediante la copiatura pedissequa del segno distintivo rappresentato dall'altrui nome di dominio; e l'atto confusorio, integrato dal convincimento che si ingenera nel navigatore di Internet di essere entrato nel sito già noto, anziché in quello che ne ha imitato il nome.

In tali termini, il problema della tutela del nome di dominio, posti con riferimento alla notorietà guadagnata dal nome di dominio in quanto tale a fronte della « copiatura successiva » operata da un terzo soggetto che ne registra uno simile, riceve la propria soluzione mediante l'applicazione del divieto di concorrenza sleale e della relativa disciplina giuridica.

6. **APPLICAZIONI DEL DIVIETO DI CONCORRENZA SLEALE; IN PARTICOLARE, L'UTILIZZAZIONE QUALE META-TAG DEL NOME DI ALTRO SOGGETTO.**

La norma appena indicata, relativa alla concorrenza sleale, è suscettibile di ampie e diversificate applicazioni al campo di Internet.

In verità, l'esigenza di tutela dell'attività, che trova quotidiana e crescente realizzazione in Internet, è stata affacciata non soltanto con riferimento al nome del sito (nome di dominio), ma anche al contenuto dello stesso.

La casistica, già vasta, si arricchisce continuamente: stante la assoluta novità dell'argomento, ipotesi nuove vanno affiorando giorno dopo giorno nell'infinita varietà del concreto.

Può menzionarsi, innanzitutto, l'attribuzione di pregi o di qualità inesistenti, effettuata dal titolare di un dominio con riferimento alla propria attività o ai propri prodotti. La fattispecie è tutelata dalla normativa sul divieto di concorrenza sleale.

Fra le tante, intendo qui segnalare una fattispecie che, allorché è stata prospettata sul piano giudiziario, ha rappresentato un « novum » per lo scenario giuridico italiano.

Una società, appena affacciata ad un importante settore di mercato, ha inserito, quale meta-tag o etichetta nascosta nel proprio sito HTML, il nome di un'altra società operante da tempo nel medesimo settore, ove si era accreditata come *leader*; ha così ottenuto un « collegamento nascosto » fra il proprio sito e quello dell'altra società, per l'effetto venendo a beneficiare (non importa se in maniera effettiva, o soltanto potenziale) della notorietà conquistata da quest'ultima grazie a vasti investimenti pubblicitari ed a capillare attività rivolta alla potenziale clientela. Infatti, all'utente di Internet che digitava il nome di tale seconda società veniva evidenziato, fra gli altri, il collegamento con il dominio della prima società e senza alcuna connessione apparente fra l'una e l'altra; talché, egli solo grazie ad una connessione artificiosamente creata e « nascosta » giungeva ad un sito, cui non sarebbe mai pervenuto in via autonoma, e per giunta distogliendosi da quello cui si era indirizzato.

Questa fattispecie è stata considerata illecita dall'autorità giudiziaria, la quale, con provvedimento cautelare, ha inibito alla prima società di mantenere il nome della seconda quale meta-tag nel proprio *file* sorgente⁸.

⁸ Cfr. Trib. Roma 18 gennaio 2001, Trieste e Venezia Assicurazioni — Genertel s.p.a. c. Crowe Italia s.r.l., consultabile all'URL <http://www.avvocatocerutti.it/Genertel.htm> (consultato in data 19.07.2001); Per un'analisi sulle problematiche giuridi-

che relative all'utilizzo dei meta-tag cfr C. MONTELEONE, *Brevi riflessioni sull'uso dei meta-tag anche alla luce della recente giurisprudenza italiana*, consultabile all'URL <http://www.monteleone-morra.com/art5.shtml> (consultato in data 19.07.2001).

7. ASPETTI PROCESSUALI.

Brevemente accennando agli aspetti di natura processuale, concernenti la tutela dei nomi di dominio, potrà farsi riferimento anzitutto a quello della giurisdizione.

Occorre in tale caso distinguere.

La cognizione dei conflitti, concernenti l'assegnazione dei nomi di dominio, compete al giudice amministrativo, avanti al quale possono essere impugnati i provvedimenti di assegnazione, tanto quelli aventi contenuto positivo, quanto quelli aventi contenuto negativo. Si tratta dei provvedimenti della Registration Authority, che, in Italia, è l'ente preposto all'assegnazione dei nomi di dominio. Tale ente, infatti, svolge un servizio pubblico, il che è sufficiente — unitamente alla natura autoritativa del provvedimento di assegnazione — a radicare la giurisdizione amministrativa⁹.

La cognizione dei conflitti intersoggettivi — fra utenti di Internet, titolari di nomi di dominio e soggetti terzi — spetta al giudice ordinario, trattandosi di controversie involgenti diritti soggettivi.

In particolare, tutti i conflitti cui si è fatto cenno nel presente studio, concernenti la tutela sostanziale dei nomi di dominio, si riferiscono a diritti soggettivi, sicché la relativa cognizione compete al giudice ordinario.

Altro problema, di ordine pratico più che teorico, è quello che si ricollega all'esigenza di rapidità e di incisività della tutela giurisdizionale.

In un settore caratterizzato dalla rapidità dei contatti e dall'azzeramento delle distanze, quale è quello di Internet, i tempi tecnici, propri della realizzazione del diritto nelle forme ordinarie, sarebbero certamente incompatibili con l'esigenza di effettività nella tutela sostanziale.

L'esperienza, maturata sino ad ora, ha insegnato che gli strumenti giurisdizionali di tutela, effettivamente praticabili, sono quelli cautelari.

In verità, tutti i precedenti giurisprudenziali, che hanno caratterizzato sino ad ora l'elaborazione concreta del « Diritto di Internet », sono ordinanze rese all'esito di procedimenti cautelari¹⁰.

Particolarmente frequente è il ricorso all'inibitoria, ossia al provvedimento d'urgenza con il quale il giudice vieta ad un determinato soggetto l'utilizzazione di un determinato nome di dominio, oppure ne ordina la cancellazione all'autore della registrazione o al provider.

⁹ In questo senso cfr. L. PUSATERI, *Natura giuridica dei provvedimenti concessori della Registration Authority Italiana*, in G. ZICCARDI-P. VITIELLO, *La tutela giuridica del nome di dominio*, op. cit..

¹⁰ Per un'ampia panoramica sulle varie ordinanze emesse in materia si visiti il sito www.netjus.org.

La tutela cautelare soffre, tuttavia, due limiti.

Il primo è rappresentato dal contenuto strutturalmente ed essenzialmente negativo proprio, nella fattispecie, del provvedimento cautelare. Con esso si può vietare ad un determinato soggetto (convenuto nel procedimento cautelare) l'uso di un certo nome di dominio, perché effettuato in violazione del diritto di un altro soggetto (attore), così realizzandosi l'interesse (puramente negativo) di quest'ultimo di evitare che altri utilizzi come nome di dominio il proprio nome o il proprio marchio. Non sembra possibile, peraltro, ordinare alla Registration Authority di trasferire all'avente diritto il nome di dominio illecitamente registrato da un altro soggetto, sia perché la stessa è terza rispetto alle parti contendenti e sia per la natura propria del provvedimento cautelare, finalizzato ad evitare un pregiudizio e non ad assicurare subito il risultato di merito; talché, non può realizzarsi il soddisfacimento dell'interesse positivo all'ottenimento del nome di dominio.

Il secondo limite risiede nelle possibili difficoltà di esecuzione dell'ordinanza cautelare.

L'efficacia dei provvedimenti di inibitoria, infatti, riposa fondamentalmente sull'adeguamento spontaneo da parte del soggetto destinatario degli stessi.

In difetto di adeguamento, ne occorre la messa in esecuzione, nelle forme degli obblighi di fare o di non fare; il che determina, oltre ad un allungamento evidente dei tempi di conseguimento della tutela effettiva, anche difficoltà tecniche di non poco momento, riconnesse alla eliminazione di un nome di dominio o alla chiusura di un sito.

È verosimilmente per le suddette ragioni che, in talune occasioni, i provvedimenti di inibitoria hanno posto a carico del destinatario l'obbligo di pagamento, a titolo sanzionatorio, di una somma determinata di danaro per ciascun giorno di ritardo nell'ottemperanza al provvedimento d'urgenza.

La considerazione delle esigenze più volte accennate, avvertite sul piano della tutela giurisdizionale dei diritti (esigenza di rapidità ed esigenza di effettività), ha determinato il diffondersi, nel concreto, del ricorso a una forma alternativa di risoluzione delle dispute, avente carattere extragiudiziario.

Si tratta di soluzioni studiate ed approfondite dagli enti non statali che governano Internet sia in Italia che nel mondo¹¹.

Tale enti hanno proposto ed adottato soluzioni, fondate sulla spontanea accettazione da parte dei soggetti interessati, che per

¹¹ Per un quadro completo degli enti preposti alla soluzione delle dispute sui nomi di dominio di competenza dell'ICANN si visiti l'URL <http://www.icann.org/udrp/approved-providers.htm> (visitato in

data 19.07.2001); per quanto riguarda l'elenco delle organizzazioni preposte alla soluzione delle dispute per il ccTLD « .it », si visiti l'URL <http://www.nic.it/NA/maps> (consultato in data 19.07.2001).

l'utenza si rivelano ben più soddisfacenti rispetto a quelle perseguibili nelle forme giudiziarie, sotto entrambi i profili appena esaminati: quello dell'effettività del risultato e quello del tempo necessario per l'ottenimento della decisione.

Le procedure in questione sono idonee a realizzare l'effetto positivo della riassegnazione del nome di dominio all'effettivo avente diritto nel termine massimo di quarantacinque giorni dalla proposizione della domanda; ciò fanno grazie all'applicazione di regole che tengono conto della globalità di Internet e della concorrente presenza in essa di nomi di persone e di marchi, nonché valorizzando il principio sostanziale del *first come, first served* e quello della buona fede nella registrazione.