

Attenzione alle espressioni della tradizione dei popoli! Il caso Nike

di Paolo Di Mella

È di qualche mese fa la notizia che NIKE, la nota azienda americana di abbigliamento sportivo, ha dovuto rinunciare al lancio, previsto per giugno di quest'anno, di una **scarpa ad edizione limitata denominata "Nike Air Force 1 Puerto Rico 2019"**.

Di seguito si riporta l'immagine della scarpa.



Questa scarpa riproduceva infatti dei motivi decorativi tradizionali (dai disegni geometrici molto colorati, vorticosi e curvilinei, come si può verificare dall'immagine) che "appartengono" alla comunità indigena "Guna" di Panama e che erano stati utilizzati da Nike senza ottenere preventivamente alcuna autorizzazione.

Scusandosi per la "rappresentazione inesatta" dal momento che tali motivi erano stati attribuiti erroneamente alla comunità di Puerto Rico (da cui la scelta del nome della scarpa), Nike ha ritenuto di rinunciare alla commercializzazione della scarpa evitando di corrispondere alla comunità di Panama una royalty per tale utilizzo (come, invece, chiesto dai legali di controparte).

Molto probabilmente una vera e propria violazione di diritti di esclusiva secondo i sistemi convenzionali della Proprietà Intellettuale non si era realizzata: i disegni in questione, facendo parte di una tradizione secolare ed essendo, quindi, entrati da tempo nello "stato dell'arte e dell'estetica", non possono oggi essere tutelati né con il diritto d'autore né tantomeno con l'istituto del design industriale mancando il requisito della novità.

Con tale decisione Nike ha voluto probabilmente porre fine alle forti critiche che si erano sollevate da parte dell'opinione pubblica per un caso considerato di appropriazione non autorizzata (ciò comunque non ha impedito che una qualche pubblicità negativa si verificasse, soprattutto nei social media).

Ma Nike non è la prima ad incappare in passi falsi di questo tipo: alcuni lettori ricorderanno una pubblicità della FIAT di diversi anni fa nella quale un gruppo di mamme si esibiva nella danza Haka (resa famosa dalla squadra di rugby degli All Blacks) davanti ad una Fiat Idea a voler significare lo spirito combattivo necessario

alle mamme di oggi per affrontare la vita di tutti i giorni.

In quell'occasione la comunità Maori della Nuova Zelanda aveva fortemente criticato FIAT sostenendo che l'utilizzo di tale danza in un contesto del genere era "insensibile" e "inappropriato".

In entrambi i casi si è trattato dell'utilizzo non autorizzato e a fini commerciali (in caso contrario l'opinione pubblica non avrebbe avuto nulla da ridire), di "espressioni" che appartengono alla cultura tradizionale di popoli e che, sebbene non (ancora) oggetto di una vera e propria tutela giuridica (se non nella legislazione di alcuni Paesi dove vivono comunità indigene), vengono percepiti come meritevoli di protezione dalla società civile, prima ancora che dal mondo giuridico della Proprietà Industriale.

A tale riguardo è indicativo il fatto che nel 2007 l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite abbia adottato la "Dichiarazione sui Diritti dei Popoli Indigeni" riconoscendo a ciascun popolo o comunità indigena il diritto di mantenere, controllare, proteggere e sviluppare la proprietà intellettuale del proprio patrimonio culturale.

Negoziati sono in corso da anni in seno all'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (OMPI) di Ginevra che ha costituito l'"Intergovernmental Committee on Intellectual Property and Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore (IGC)" allo scopo di andare incontro alle richieste delle comunità autoctone di una tutela "sui generis" del proprio patrimonio tradizionale (per chi volesse approfondire l'argomento può consultare il sito WIPO (<https://www.wipo.int/tk/en/>)).

I casi di Nike e di Fiat devono servire da monito per i designer e per i pubblicitari i quali devono prestare attenzione non solo a non ledere i diritti di Proprietà Industriale e Intellettuale, bensì anche a non appropriarsi indebitamente di espressioni culturali tradizionali (parafrasando l'espressione inglese "*traditional cultural expressions*") che, in quanto appartenenti a comunità locali, non possono essere utilizzate liberamente per motivi etici, prima ancora che giuridici.

Dott. Paolo Di Mella

Bugnion S.p.a.