

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 5686

---

## DISEGNO DI LEGGE

**APPROVATO DALLA X COMMISSIONE PERMANENTE  
(INDUSTRIA, COMMERCIO, TURISMO)  
DEL SENATO DELLA REPUBBLICA**

*il 2 marzo 2005 (v. stampato Senato n. 3248)*

PRESENTATO DAL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI

**(BERLUSCONI)**

DI CONCERTO CON IL MINISTRO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI

**(URBANI)**

---

Misure per la tutela del simbolo olimpico in relazione allo  
svolgimento dei Giochi olimpici invernali « Torino 2006 »

---

*Trasmesso dal Presidente del Senato della Repubblica  
il 3 marzo 2005*

---

## DISEGNO DI LEGGE

---

ART. 1.

*(Tutela del simbolo olimpico).*

1. Il simbolo olimpico, definito nell'allegato del trattato di Nairobi del 26 settembre 1981, ratificato ai sensi della legge 24 luglio 1985, n. 434, non può costituire oggetto di registrazione come marchio, per qualsiasi classe di prodotti o servizi, ad eccezione dei casi di richiesta o espressa

autorizzazione in forma scritta del Comitato olimpico internazionale (CIO).

2. Il divieto di cui al comma 1 si applica anche ai segni che contengono, in qualsiasi lingua, parole o riferimenti diretti comunque a richiamare il simbolo olimpico, i Giochi olimpici e i relativi eventi o che, per le loro caratteristiche oggettive, possano indicare un collegamento con l'organizzazione o lo svolgimento delle manifestazioni olimpiche.

3. Il divieto di cui al comma 2 si applica in ogni caso alle parole « olimpico » e « olimpiade » in qualsiasi desinenza.

4. Le registrazioni effettuate in violazione del presente articolo sono nulle a tutti gli effetti di legge.

#### ART. 2.

##### *(Titolarità del simbolo olimpico).*

1. L'uso del simbolo olimpico, nonché dei segni di cui all'articolo 1, comma 2, come marchio o come altro segno distintivo dell'impresa, è riservato esclusivamente al Comitato olimpico nazionale italiano (CONI), al Comitato per l'organizzazione dei XX Giochi olimpici invernali – Torino 2006 (TOROC) e all'Agenzia per lo svolgimento dei XX Giochi olimpici invernali – Torino 2006, di cui alla legge 9 ottobre 2000, n. 285, secondo le disposizioni contenute nel contratto sottoscritto a Seoul in data 19 giugno 1999 tra il CIO, il CONI e la città di Torino nonché ai soggetti espressamente autorizzati in forma scritta con contratti scritti, stipulati o approvati dal CIO.

2. È vietato pubblicizzare, detenere per farne commercio, porre in vendita, o mettere altrimenti in circolazione prodotti o servizi utilizzando segni distintivi di qualsiasi genere atti ad indurre in inganno il consumatore sull'esistenza di una licenza, autorizzazione o altra forma di associazione tra il prodotto o il servizio e il CIO o i Giochi olimpici.

3. È vietato intraprendere attività di commercializzazione parassita (« *ambush marketing* »), intese quali attività parallele a quelle esercitate da enti economici o non

economici, autorizzate dai soggetti organizzatori dell'evento sportivo, al fine di ricavarne un profitto economico.

4. I divieti di cui alla presente legge cessano di avere effetto il 31 dicembre 2006, fatto salvo quanto previsto dal citato trattato di Nairobi del 26 settembre 1981, ratificato ai sensi della legge 24 luglio 1985, n. 434.

### ART. 3.

#### (Sanzioni).

1. Il responsabile delle violazioni ai divieti previsti dalla presente legge è punito con la sanzione amministrativa da un minimo di 1.000 euro ad un massimo di 100.000 euro, fatte salve le sanzioni già previste dalla legislazione vigente.

2. L'accertamento delle violazioni dei divieti di cui alla presente legge è affidato al Corpo della guardia di finanza e all'Arma dei carabinieri, nonché all'autorità giudiziaria preposta per legge, i quali provvedono altresì al sequestro di tutto quanto risulti prodotto, messo in commercio, utilizzato o diffuso in violazione dei divieti stessi.

3. Fermo restando quanto previsto dal comma 1, il CIO e gli enti economici e non economici, direttamente o a mezzo dei propri delegati, possono proporre a protezione del simbolo olimpico nonché dei segni costituiti da o contenenti le parole « olimpico », « Olimpiadi » e « Giochi olimpici » o il motto olimpico, anche da attività di commercializzazione parassita (« *ambush marketing* »), ulteriori azioni, sia di merito che cautelari, previste dalla legislazione vigente o in applicazione del diritto internazionale di cui alla legge 31 maggio 1995, n. 218.

€ 0,30



\*14PDL0069900\*