

La tutela della creatività dei grandi chef nell'Haute Cuisine

di Severino Salvemini, Guia Beatrice Pirotti, Giulia Perin, Chiara Giulia De Leo*



L'alta cucina è quella fascia dell'industria della ristorazione rappresentata da attori e organizzazioni impegnati a lavorare in un «mondo d'élite»¹. Come altre industrie creative, si concentra sulla creazione di artefatti culturali (ricette), unici e intrisi di un alto valore simbolico. È interessante notare che, a differenza di altre opere culturali, le ricette devono essere accuratamente replicate, pertanto codificano chiaramente i passaggi e gli standard da seguire per garantirne l'esatta riproduzione.

Negli ultimi anni, l'alta cucina ha ricevuto un'attenzione massiccia da parte del mercato e dei media. Gli chef sono considerati membri delle comunità creative. Di conseguenza, è diventato importante capire come possano mantenere il loro vantaggio competitivo. Nella maggior parte dei settori creativi e culturali, il diritto d'autore tutela le opere di ingegno, contribuendo così a proteggerne il vantaggio competitivo. Tuttavia, nel contesto dell'Haute Cuisine, a prescindere dalla rapida popolarità e dalla crescita economica del settore (solitamente fattori chiave per la determinazione degli obblighi e dei diritti di paternità), si evidenzia un grado molto basso di chiarezza e consapevolezza sugli strumenti utili a proteggere legalmente le creazioni originali (opere di ingegno) degli chef.

Diverse ragioni contribuiscono a spiegare il ritardo dell'industria culinaria nel campo del diritto delle pro-

* Severino Salvemini è Senior Professor di Organization Design presso SDA Bocconi. Guia Beatrice Pirotti è Associate Professor of Practice di Strategy and Entrepreneurship presso SDA Bocconi.

Giulia Perin è avvocato cassazionista, consulente legale ed esperta di diritto comunitario e comparato. Chiara Giulia De Leo è Dottoranda presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna.

prietà intellettuali (PI), tra cui la cultura sociale del settore, basata sui concetti di condivisione e formazione², a cui si aggiungono la questione irrisolta se il cibo sia un'arte o meno³, la diffusa mancanza di un metodo scientifico in cucina (escluso il caso della cucina molecolare) e, infine, la predilezione degli chef in alcuni casi per la «fama piuttosto che per il ritorno economico».

In questo articolo ci proponiamo di fornire una panoramica a livello globale delle opinioni e degli studi più diffusi in merito alle creazioni degli chef nel settore dell'Haute Cuisine, alla mancata applicazione delle leggi sul diritto d'autore e la tutela proprietà intellettuale (PI), individuando le possibili soluzioni. Diverse considerazioni derivano da un focus group tenutosi a Milano il 23 ottobre 2020, con i membri dell'associazione Ambasciatori del Gusto (chef, imprenditori, giornalisti e studiosi del settore dell'alta cucina).

L'analisi mira a rispondere alle seguenti domande: è giusto concedere la protezione della PI alle creazioni alimentari? Un'eccessiva protezione legale è dannosa per l'innovazione? Quali sono i provvedimenti da adottare che possano garantire agli chef un ritorno economico sul loro lavoro intellettuale, senza minare il concetto di condivisione così caro alla cultura dell'alta cucina?

I MOTIVI DI UN RITARDO

Tra le ragioni alla base della reticenza del settore dell'Haute Cuisine nell'applicazione di leggi per la tutela della proprietà intellettuale si annoverano: 1) la difficoltà oggettiva nel concordare quali siano gli elementi creativi meritevoli di tutela e come misurarli; 2) il rischio largamente percepito secondo cui l'aumento del livello di protezione legale nel settore ne danneggerebbe la creatività, causando più danni che benefici; 3) l'esistenza di un sistema di norme sociali che sembra sostituire efficacemente la legislazione sulla proprietà intellettuale.

Qui di seguito esaminiamo più approfonditamente ciascuno di questi elementi.

1. L'industria dell'alta cucina, pur avendo un contesto simile a quello di altre industrie creative e scientifiche, in cui l'innovazione continua è vitale e il potenziale di imitazione da parte dei rivali è elevato, è stata storicamente caratterizzata da un basso livello di protezione legale in diversi Paesi e sistemi giuridici. Le ragioni alla base della mancanza di protezione della PI nel settore culinario sono molteplici⁴. I piatti possiedono caratteristiche uniche rispetto agli altri prodotti creativi; sono orientati verso il senso del gusto, generalmente denigrato nella filosofia occidentale e spesso legato ai concetti di ingordigia e golosità (eccessi e vizi). La cucina è stata tradizionalmente considerata necessaria per sopravvivere.

Contiene una componente pratica e funzionale, e appartiene più alla sfera domestica che a quella creativa. Non è facile valutare la spiccata originalità di una ricetta, poiché gli ingredienti e le tecniche sono per lo più noti. Sembra, inoltre, che in cucina «copiare sia la regola piuttosto che l'eccezione»⁵. Infine, l'innovazione e l'originalità sono fondamentali nell'alta cucina e prendere spunto/lasciarsi ispirare da altri è considerato accettabile, se non addirittura necessario, per diffondere l'innovazione⁶.

2. Diversi studi hanno inoltre sottolineato come l'esclusività garantita dai diritti di proprietà intellettuale concessi a uno chef possa minare la cultura di apertura e condivisione del settore della ristorazione, a scapito della società nel suo complesso⁷.

3. Fauchart e von Hippel hanno studiato il modo in cui gli chef francesi del settore dell'haute cuisine salvaguardano le creazioni culinarie-intellettuali in un contesto intrinsecamente privo di qualsiasi forma di protezione legale della proprietà intellettuale⁸. Gli autori hanno individuato un'alternativa alle leggi formali di tutela della PI nell'esistenza di un sistema basato su norme sociali tacite e condivise tra gli chef francesi, che consente loro di trarre ispirazione da ricette altrui attenendosi a specifiche regole non scritte. Queste norme sociali si distinguono in tre tipi, relativi alla protezione delle ricette degli chef e sono utilizzate per tutelare le creazioni culinarie e trarne un ritorno economico. In primo luogo, è consentito imitare il lavoro di altri, ma non è permesso copiare palesemente la ricetta di qualcun altro. In secondo luogo, se uno chef rivela una ricetta a un collega, quest'ultimo/a non deve trasmettere l'informazione ad altri senza autorizzazione. Infine, i colleghi devono sempre riconoscere un'attribuzione al lavoro degli altri attraverso un riferimento esplicito. Chi viola queste regole non scritte viene punito dalla comunità attraverso pettegolezzi negativi e un abbassamento generale della propria reputazione. Secondo Fauchart e von Hippel queste norme sociali non scritte possono essere effettivamente un complemento (o un sostituto) adeguato alle leggi formali in materia di PI. Le norme delineate da Fauchart e von Hippel, inizialmente derivate dal loro studio sull'alta cucina francese, sono state confermate anche dalla discussione nel focus group con membri chiave della comunità gastronomica italiana. Occorre tuttavia evidenziarne due limiti importanti: a) su una scala globale più ampia, le norme sociali rischiano di essere troppo fragili per offrire una qualche protezione agli chef, soprattutto se si considera la possibilità che le grandi imprese cerchino di trarre vantaggio economico dalle invenzioni gastronomiche degli chef; b) le norme sociali

ignorano il rapporto tra gli chef e la loro clientela. È interessante notare che questo rapporto ha subito un profondo cambiamento negli ultimi anni, in quanto soprattutto i social media e la televisione hanno contribuito a democratizzare in larga misura un servizio a cui prima accedevano quasi esclusivamente persone con un reddito elevato o i critici gastronomici. Questo cambiamento nel pubblico ha portato anche a modificare le abitudini a tavola: per esempio, alcuni chef si sono ampiamente lamentati del fatto che i clienti fotografassero i loro piatti, violando così la loro proprietà intellettuale.

CHE COS'È UN'OPERA D'ARTE?

Le creazioni di alta cucina sono opere d'arte? Naturalmente, sia gli chef sia i cuochi considerano le loro creazioni come arte, ma c'è un'evidente differenza tra l'atto del cucinare e l'haute cuisine. Pertanto, mentre può essere discutibile che ogni attività culinaria costituisca un'attività creativa, è difficile negare come il carattere artistico delle composizioni degli chef nell'ambito dell'alta cucina sia di primaria importanza e possieda le caratteristiche necessarie per ottenere una protezione simile a quella di qualsiasi altra opera d'arte tutelata dalla legge sul diritto d'autore.

Le opere culinarie possono anche essere considerate pittoriche o scultoree in quanto producono «notevoli effetti estetici»⁹. Altri ricercatori considerano la consumazione al ristorante, il gusto e il profumo dei piatti, una vera e propria «performance artistica»¹⁰.

Infine, il parallelismo tra le ricette degli chef e le opere d'arte è stato pienamente recepito dallo Studio Legale Barbone-Tassoni che ha creato un Museo virtuale degli chef sul sito Food Rights (<http://www.foodrights.it/>) nell'ambito del progetto Food Enter-

tainment Law, per valorizzare la cultura gastronomica attraverso la promozione e la tutela dei diritti delle opere culinarie.

LO SPIRITO IMPRENDITORIALE DEGLI CHEF

La rilevanza economica del settore dell'alta cucina non dovrebbe essere trascurata quando si considera la tutela dei diritti di PI. Studi passati hanno evidenziato come l'innovazione nell'Haute Cuisine avvenga attraverso un approccio *trial and error* che qualifica lo chef come un individuo dotato di spirito imprenditoriale, capace di individuare le opportunità di business e di assumersi dei rischi nel perseguirle¹¹. Inoltre, tanti hanno argomentato come l'alta cucina debba essere considerata una vera e propria industria dell'intrattenimento¹². Secondo il rapporto pubblicato nel 2019 da PwC¹³, il mercato globale della ristorazione ha raggiunto i 1.600 miliardi di dollari nel 2018. Inoltre, il tasso di crescita annuale del settore, prima della pandemia, era previsto in accelerazione dal 2,9 per cento (2010-2018) al 4,7 per cento (2018-2022). Infine, secondo il Rapporto FIPE 2019, in Italia, nel 2019, il settore agroalimentare valeva 135 miliardi di euro, ed i ristoranti (con un valore di 46 miliardi di euro) erano l'industria più significativa del settore.

La crescente importanza economica del settore culinario a livello mondiale ha incoraggiato gli operatori del settore a considerare la possibilità di far valere i loro presunti diritti di tutela della proprietà intellettuale sulle ricette. Se si considerano gli chef come imprenditori e i ristoranti come imprese operanti nel settore dell'alta cucina, sarebbe coerente concedere almeno un certo grado di protezione alle opere di ingegno degli chef: i ristoranti portano avanti le proprie attività economiche attraverso le loro ricette, e quando queste ultime sono così elaborate e innovative da garantire una differenziazione sostanziale e un vantaggio competitivo evidente, dovrebbero poter essere protette dalla legge.

I cambiamenti demografici e sociali hanno certamente giocato un ruolo nella crescita economica del settore. Per esempio, negli Stati Uniti Food Network ha iniziato a produrre programmi televisivi a partire dalla metà degli anni Novanta, e molti altri canali e media internazionali hanno investito in documentari, serie televisive e concorsi di cucina incentrati su chef famosi e sui loro piatti. Inoltre i blog e i siti web amatoriali sul cibo e le pagine Facebook e Instagram dedicate alla fotografia gastronomica hanno conosciuto un'impennata di popolarità.

Un altro interessante cambiamento sociale è quello dell'aumento di private equity e delle società di capitali che investono nei ristoranti grazie alle basse barriere all'ingresso, al discreto potenziale di crescita e alle fa-



cili strategie di uscita. Per esempio, nel 2017 Analjit Singh, attraverso la sua società di lusso The Leeu Collection, ha acquisito una quota del 10 per cento di Alajmo S.p.A., fondata da Massimiliano Alajmo, il più giovane chef tre stelle Michelin al mondo.

L'EVOLUZIONE NEL TEMPO DELLA TUTELA DELLA CREATIVITÀ DEGLI CHEF

Storicamente, la legge statunitense sul diritto d'autore, seguendo l'interpretazione di Nimmer¹⁴, ha raramente concesso la protezione del copyright alle ricette, considerandole un mero elenco di ingredienti. Nonostante l'interpretazione di Nimmer, alcuni studiosi hanno sostenuto che le ricette di per sé potrebbero potenzialmente soddisfare i requisiti dottrinali della legge sul diritto d'autore¹⁵, prevedendo così un aumento del numero di controversie tra chef. Tuttavia, i contenziosi registrati negli ultimi anni non sono numerosi e i pochi che si sono verificati sono stati spesso risolti in via extragiudiziale.

In Italia, dove si rileva generalmente una maggiore attenzione verso tutto ciò che rientra nella categoria del Made in Italy, la legge sul diritto d'autore n. 633/1941 tutela le opere d'ingegno, comprese le creazioni dell'alta cucina italiana. Dal 1969 le ricette sono tutelate dalla legge italiana per la loro espressione scritta, rientrando nella categoria delle opere letterarie¹⁶. Più recentemente, la sentenza – fittizia – relativa alla ricetta «Risotto oro e zafferano» ha rappresentato un significativo passo in avanti nella tutela del diritto delle PI nel settore dell'Haute Cuisine in Italia. Il processo inscenato alla Triennale di Milano e la successiva sentenza hanno confermato un principio: una ricetta di per sé può essere soggetta a tutela del diritto d'autore. Dal 2017, il risotto di Marchesi è quindi accompagnato da un certificato di autenticità come qualsiasi altra opera d'arte.

GLI STRUMENTI LEGALI PER LA TUTELA DELLE RICETTE

Il primo strumento di tutela che viene in mente è il diritto d'autore. Tuttavia, anche se la registrazione del diritto d'autore presenta numerosi vantaggi, il tipo di protezione offerto è piuttosto specifico/limitato. Per esempio, negli Stati Uniti la legge è inequivocabile nello stabilire che il copyright non protegge le ricette. Pertanto, l'elenco degli ingredienti e i passaggi necessari per la loro preparazione non sono tutelabili. Tuttavia, la legge sul diritto d'autore può proteggere l'espressione creativa di una ricetta, soprattutto se ac-

compagnata da immagini o da una chiara descrizione scritta della stessa, o qualora la ricetta sia considerata opera d'arte.

I marchi sono un altro tipo di protezione della proprietà intellettuale disponibile per le ricette. Anche in questo caso, come per la protezione del copyright, i marchi si concentrano solo su alcuni aspetti di una ricetta, non sulla ricetta nella sua interezza. Pertanto, non impediscono ai concorrenti di utilizzare la ricetta, ma di commercializzarla con un nome, un logo o un packaging specifici¹⁷. Per esempio, un marchio applicabile può essere il nome del piatto creato o il nome del produttore. È interessante notare come in Italia, più recentemente, lo chef Alessandro Borghese abbia registrato come marchio il nome del suo ristorante: «Il lusso della semplicità». Inoltre, Massimiliano Alajmo ha registrato il proprio nome come marchio. Infine, lo

chef Oldani possiede un disegno europeo registrato per la sua forchetta (una combinazione di forchetta e cucchiaino), potenzialmente rinnovabile fino a 25 anni.

Nel 2007 Rebecca Charles, chef del Pearl Oyster Bar, ha citato in giudizio il suo ex assistente Ed McFarland, chef dell'Ed's Lobster Bar, accusandolo di plagio circa «l'aspetto del suo ristorante» e per aver «rubato le sue signature recipes». L'intera industria culinaria ha dato grande risonanza al caso. E la stam-

pa ha citato i segreti commerciali come strumenti di protezione legale per gli chef, sostenendo potenzialmente l'idea che l'aspetto di un ristorante possa essere protetto dalle leggi e che le ricette possano essere protette dal segreto commerciale¹⁸.

La legge sui segreti commerciali è facilmente comprensibile, non richiede complessi processi di registrazione e i relativi costi, e ha un'efficacia immediata. Nonostante offra un buon grado di protezione che potrebbe durare indefinitamente nel tempo, i segreti commerciali possono richiedere misure costose per mantenere la segretezza delle ricette. Inoltre, i segreti commerciali non impediscono il *reverse engineering* o l'assaggio da parte dei concorrenti allo scopo di emulare o determinare gli ingredienti utilizzati nel piatto. Ciononostante, esistono molti casi di segreti commerciali mantenuti con successo per anni, come le ricette di Coca-Cola e la KFC Limited-Edition 11 Herbs & Spices.

I brevetti, altro strumento che gli chef potrebbero potenzialmente utilizzare, non sono facilmente ottenibili per le ricette – poiché la loro originalità e non ovvietà sono difficili da dimostrare – ma possono essere



comunque strumenti di protezione efficaci. Per poter essere soggette a brevetto, le ricette devono presentare caratteristiche uniche o inaspettate tali da essere considerate innovative. Certamente, la tutela brevettuale in cucina ha un notevole potenziale di applicabilità e i brevetti potrebbero diventare lo strumento di PI più prezioso per proteggere una ricetta. Tuttavia, esistono notevoli svantaggi per il successo del brevetto. Le creazioni culinarie sono infatti «suscettibili di leggere modifiche». Sostituendo componenti non essenziali, un concorrente può facilmente aggirare la protezione brevettuale. Inoltre, i brevetti sono costosi da ottenere. Tuttavia, è possibile combinare efficacemente brevetti e marchi per proteggere una ricetta. Per esempio, si può depositare il logo e il nome di una ricetta e brevettarne il design unico o il processo di produzione, rendendo così difficile il furto da parte dei concorrenti. Uno degli esempi più noti di richiesta di brevetto nell'alta cucina è il caso di Massimiliano Alajmo, che nel 2015 ha brevettato il processo della sua pizza al vapore. È interessante notare come in questo caso il brevetto fosse applicabile in quanto non era la ricetta in sé a essere protetta, ma piuttosto il complicato processo di cottura inventato dal giovane chef stellato.

LA SITUAZIONE ITALIANA

Il focus group tenutosi a Milano nell'ottobre 2020 è stato utile per identificare possibili motivazioni per la mancata applicazione di leggi sulla PI, ed elaborare alcune soluzioni per il contesto italiano.

Alcuni dei caratteristici costrutti sociali che definiscono la comunità degli chef di alta cucina, specialmente i concetti di condivisione e apprendimento, possono essere considerati le ragioni per cui la protezione legale è guardata con sospetto dai membri della comunità culinaria. Gli chef non vogliono usare il diritto d'autore come arma contro i loro colleghi, poiché si considerano precursori di importanti innovazioni che devono essere condivise. Inoltre, lo stato degli studi giuridici sul tema è particolarmente acerbo e, in Italia, si registra una preoccupante carenza di studi legali disposti ad assistere gli chef nella tutela delle loro ricette. I costi elevati sono uno dei motivi per cui i professionisti preferiscono non agire. L'altro motivo è che spesso gli chef apprezzano i tentativi di imitazione, considerandoli come una sorta di omaggio nei loro confronti. Per esempio, nel novembre 2020, una pizzeria gourmet milanese ha postato su Instagram una foto della famosa margherita sbagliata, con la salsa di po-

modoro adagiata sopra la mozzarella, rivendicandone l'invenzione. Tuttavia, questa pizza era stata inventata anni prima da Franco Pepe (pizzaiolo acclamato dalla critica) e l'invenzione, nel corso degli anni, ha vantato innumerevoli tentativi di imitazione. Lo stesso Franco Pepe, in un'intervista, ha ammesso di essere in qualche modo lusingato dalle imitazioni e di non essere particolarmente infastidito dai vari tentativi di copiatura anche se non lo citano come fonte.

È fondamentale sottolineare che il maggior livello di istruzione degli chef moderni facilita la codificazione del settore e stimola l'interesse verso una più robusta tutela delle loro creazioni. Oggi gli chef dispongono anche di alcuni semplici strumenti – come la registrazione della ricetta attraverso un video che mostri la data in cui la ricetta è stata realizzata – che potrebbero contribuire a facilitarne la tutela. Individuare uno studio legale disposto ad assistere gli chef nella protezione delle loro ricette potrebbe essere utile per cambiare la percezione degli chef nei confronti delle tutele legali delle PI. Inoltre, se aziende di rilievo supportano gli

chef, questi ultimi vengono introdotti in modo propeudeutico alla codifica delle loro ricette più significative, e a loro volta sono più propensi a richiederne una tutela legale. Emerge, infine, la necessità di procedere in modo sistematico. Il primo passo dovrebbe essere quello di sensibilizzare il settore sul tema e quindi aumentare la chiarezza dei concetti (di diritto d'autore e tutela della PI), con la conseguente approfondita comprensione dell'argomento da parte dei diversi attori della comunità culinaria. I passi successivi consisterebbero nel creare nuove barriere legali contro l'imitazione¹⁹.

ALCUNE STRADE PERCORRIBILI

Non esistono soluzioni definitive in merito all'applicazione o all'aumento della protezione delle PI per gli chef e le loro creazioni.

Tuttavia, due sono le strade percorribili:

- sarebbe fondamentale, sia per gli chef sia per le aziende, avere un'idea chiara delle proprie esigenze e, nello specifico, di ciò che si vuole proteggere (una ricetta, l'arredamento di un ristorante ecc.) per valutare se è opportuno ricorrere a strumenti legali. Inoltre, nonostante il diritto d'autore possa non essere l'unica e migliore opzione, le leggi internazionali e italiane sulle PI prevedono, come detto, alcune alternative come gli accordi di non divulgazione, il segreto commerciale e i marchi. Infine, anche i bre-



vetti possono essere uno strumento di protezione efficace, soprattutto quando la ricetta presenta un processo di preparazione unico, come nel caso della pizza al vapore di Alajmo;

- data la riluttanza della comunità a ricorrere ad azioni legali, una nuova frontiera, più fattibile in termini di costi-benefici e sostenibilità, potrebbe essere quella di esplorare quali meccanismi permettano agli chef di partecipare alla definizione di norme sociali

meglio definite e che potrebbero essere trascritte in un archivio condiviso. Esempi significativi sono il sito www.mysocialrecipe.com, dove vengono raccolte e certificate le ricette, e il sito www.foodrights.it, dove è possibile visitare il museo virtuale degli chef. Un'alternativa potrebbe essere quella di collaborare con un soggetto pubblico a livello nazionale, come la SIAE in Italia, per avviare una discussione formale sulla giusta tutela da garantire alle ricette degli chef.

¹ B. Slavich, R. Cappetta, S. Salvemini, «Creativity and Reproduction of Cultural Products: The Experience of Italian Haute Cuisine Chefs», *International Journal of Arts Management*, 16(2), 2014, pp. 29-41.

² E. Fauchart, E. von Hippel, «Norms-Based Intellectual Property Systems: The Case of French Chefs», *Organization Science*, 19(2), 2008, pp. 187-201.

³ C.T.N. Smith, «Food Art: Protecting "Food Presentation" under U.S. Intellectual Property Law», *John Marshall Review of Intellectual Property Law*, 14(1), 2014.

⁴ C.J. Buccafusco, «On the Legal Consequences of Sauces: Should Thomas Keller's Recipes be Per se Copyrightable?», *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 24, 2007, pp. 1121-1156.

⁵ *Ivi*, p. 1148.

⁶ G. Di Stefano, A. King, G. Verona, «Kitchen Confidential? Norms for the Use of Transferred Knowledge in Gourmet Cuisine», *Strategic Management Journal*, 35(11), 2013, pp. 1645-1670.

⁷ Buccafusco ha intervistato alcuni famosi chef statunitensi, tra cui Thomas Keller, tutti concordi nell'affermare che l'idea di condivisione e ospitalità nel settore culinario a volte prevale ed è in diametrico contrasto con l'esclusività concessa dalla legge sulla proprietà intellettuale. Buccafusco, op. cit.; C.J. Buccafusco, «A Theory of Copyright Authorship», *Virginia Law Review*, 102, 2016, pp. 1229-1295.

⁸ Fauchart, von Hippel, op. cit.

⁹ J. Ciani, «Intellectual Property Rights and the Growing Interest in Legal Protection for Culinary Creations», in M. Nobile (a cura di), *World Food Trends and the Future of Food*, Milano, Ledizioni, 2015, pp. 15-32.

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ A. Presenza, T. Abbate, G.L. Casali, M. Perano, «An Innovative Approach to the Intellectual Property in Haute Cuisine», *International Journal of Hospitality Management*, 65, 2017, pp. 81-88; T. Abbate, A. Presenza, F. Cesaroni, M. Meleddu, L. Sheehan, «Creativity and Innovation in Haute Cuisine Restaurants: Factors Affecting the Creative Process of Michelin-Rated Chefs», *Italian Journal of management*, 37(1), 2019, pp. 109-124.

¹² D. Fabris, «The Food Industry and the Fallacies of Denying Copyright Protection to Haute Cuisine Recipes», *European Intellectual Property Review*, 41(11), 2019, pp. 704-713; J. A. Broussard, «An Intellectual Property Food Fight: Why Copyright Law Should Embrace Culinary Innovation», 692 *Vanderbilt J. of Entertainment and Tech Law*, 10(3), 691, 2007-2008.

¹³ *The 2019 Tripadvisor and The Fork Economic Impact Study*, Straty&, PwC.

¹⁴ M.B. Nimmer, D. Nimmer, Nimmer on Copyright: A Treatise on the Law of Literary, Musical and Artistic Property, and the Protection of Ideas. New York, M. Bender, 1978.

¹⁵ Broussard, op. cit.

¹⁶ Fabris, op. cit.

¹⁷ B. Jr. King, «A recipe for success, *Modern Restaurant Management*», 2019.

¹⁸ Fabris, op. cit.

¹⁹ Tesi sostenuta anche da Presenza, Abbate, Casali, Perano, op. cit.

IN SINTESI

- Nella maggior parte dei settori creativi e culturali, il diritto d'autore tutela le opere di ingegno, contribuendo così a proteggerne il vantaggio competitivo. Tuttavia, nel contesto dell'Haute Cuisine non vi è ancora una pratica diffusa in merito all'utilizzo di strumenti utili a proteggere legalmente le creazioni originali degli chef.
- Le ragioni alla base della reticenza del settore dell'Haute Cuisine nell'applicazione di leggi per la tutela della proprietà intellettuale sono almeno tre: la difficoltà nell'individuare gli elementi creativi meritevoli di tutela; il rischio di un'eccessiva protezione legale a detrimento della creatività; l'esistenza di un sistema di norme sociali che in parte sostituisce la legislazione sulla proprietà intellettuale.
- Esistono alcune accortezze che gli chef e le imprese del settore possono mettere in campo per tutelarsi: accordi di non divulgazione, segreto commerciale, registrazione del marchio.