



## VIA RUVIGLIANA Automobilista travolge scooter e si dà alla fuga

■ Ha invaso la corsia provocando la caduta di una donna e di un bambino che viaggiavano regolarmente a bordo di uno scooter e si è dato alla fuga senza prestar loro il minimo soccorso come previsto dalla legge. Questo è quanto si è verificato ieri poco dopo mezzogiorno a Viganello. Protagonista dell'incidente il conducente di un'Audi che percorreva via Ruvigliana in direzione di Aldesago e che, per motivi

non chiari, ha invaso la corsia di contromano. Nel corso di questa manovra la vettura non si è accorta di uno scooter guidato da una 46enne e con passeggero un bambino di 8 anni, entrambi domiciliati nel Luganese. Inevitabile l'urto che ha causato la caduta dei due. Sul posto sono intervenuti agenti della Polizia cantonale, della Città di Lugano e i soccorritori della Croce Ver-

de che, dopo aver prestato le prime cure alla donna e al bambino, li hanno trasportati all'ospedale. Stando ad una prima valutazione medica, la donna ha riportato una sospetta frattura alle costole, mentre al bimbo sono state riscontrate lievi ferite. Come detto l'automobilista non si è fermato dopo l'incidente: sono in corso accertamenti per identificarlo.

(Foto Rescue Media)

# Lugano Turismo Per ProLitteris non c'è plagio

Secondo la società svizzera dei diritti d'autore l'ente non ha copiato il suo nuovo logo da un'opera dell'artista Al Fadhil «Sono due interpretazioni della stessa idea» - L'esperto: «La spunterà chi dimostrerà di averlo divulgato per primo»

GIANNI REI e JOHN ROBBIANI

■ Sono uguali o sono diversi? La polemica sulla paternità del nuovo logo di Lugano Turismo in atto tra l'ente, che lo ha presentato nei giorni scorsi, e l'artista ticinese Al Fadhil, che sostiene di aver ideato il medesimo simbolo nel 2008 in occasione di una performance al Kunst Museum di Zurigo, sembra lungi dall'essersi conclusa.

### Elaborazione diversa

Secondo ProLitteris non si può parlare di plagio. Entrambi, come ci ha spiegato il direttore Philip Kübler, hanno sfruttato la stessa idea, la bandiera svizzera, ma con un'elaborazione finale un po' diversa: Al Fadhil ha presentato una «F» mentre Lugano Turismo una «L». Il nostro diritto protegge l'espressione dell'idea e non l'idea stessa aggiunge subito il nostro interlocutore ricordando che ProLitteris non è comunque un tribunale e la sua è semplicemente una consulenza in materia di diritti d'autore. Diritti che entrambi i contendenti possono evidentemente vantare sul frutto della rispettiva creatività, ma spetterà però a un giudice decidere se chi ha creato il logo dell'ente turistico luganese ha utilizzato quello dell'artista.

Dal canto suo ProLitteris lascia infine comprendere che non interverrà nella discussione, ciò non toglie che comunque Al Fadhil potrà procedere autonomamente per vie legali qualora lo ritenesse opportuno.

### Tra marchio e opera d'arte

Più sfumato il parere di Franco Oriti, consulente di marchi d'impresa. «Quando si crea un logo - ci spiega - occorre controllare se esiste già in Svizzera o nel mondo. Se un marchio è verbale si può controllare sul sito di Swisreg (www.ige.ch), mentre se è un'immagine si può (a pagamento) chiedere che venga fatta una ricerca su IPSearch. Si trasmette il logo e, entro pochi giorni, si riceve un rapporto che indica se ci sono già o meno loghi simili. Alcune aziende ed enti pubblici bypassano questo controllo e depositano direttamente il marchio a Berna affrontando eventuali contestazioni in seguito».

Non tutti i grafici e tutti gli artisti in ogni caso depositano le loro opere (per una questione di costi). «Chiaro. Ma possono farlo anche in seguito. In questo caso l'artista Al Fadhil potrebbe, se non l'ha già fatto, registrare a Berna la sua opera come se fosse un marchio, dimostrando di averlo già pubblicato. Dimostrando cioè la preesistenza dello stesso». E chi la spunterebbe? «Per esprimermi con certezza dovrei avere a disposizione tutta la documentazione. Però è certo che i due loghi sono molto simili. Anche i colori. Anche il carattere. E la Legislazione elvetica, ma un po' in tutto il mondo, dice che due loghi non devono creare confusione tra i consumatori». Dunque alla fine a spuntarla sarà probabilmente quel contendente che riuscirà, con tanto di prove alla mano, di averlo divulgato per primo.



CONTROVERSO Il nuovo logo che pubblicizza il turismo luganese non sarebbe stato copiato da un'opera artistica.



## A spasso con Lola

di Erasmo Pelli

### SI FESTEGGIA LO SCAMPATO PERICOLO

■ Lola e Peo hanno festeggiato lo scampato pericolo No Billag con deliziose crocchette al sapore di aragosta. È finito il nostro tormentone delle ultime settimane, almeno così sembra e comincia quello italico di chi guiderà il nuovo Governo. Difatti nessun partito, come regolarmente è capitato negli ultimi lustri, ha raggiunto la maggioranza assoluta e per il capo dello Stato il compito di affidare a questo o a quel politico l'incarico di formare la nuova compagine parlamentare è un rompicapo non da poco. Si accettano scommesse, tra Di Maio e Salvini o addirittura per un cosiddetto Governo tecnico, come capitò ai tempi, non lontani, di Monti. I procla-

mi e le promesse però continuano e per i giornali della vicina Penisola la tiratura è assicurata per le prossime settimane.

Da noi invece, nel segno della trasparenza, non cessano le polemiche su «rimborsopoli», cioè i rimborsi spese ottenuti dai nostri ministri e dagli alti funzionari dello Stato durante la loro attività.

Con tutto il rispetto, se si comincia ad indagare sui trecento franchi di rimborso per il telefonino, fra poco il Parlamento cantonale ticinese sarà unicamente formato da Commissioni di inchiesta, da Argo1 ai rimborsi, con un Legislativo non più di milizia ma professionistico.

Nel frattempo si sprecano inoltre i pa-

rieri legali, non sempre univoci, che aiutano a complicare la matassa. Insomma un bel garbuglio, per richiamare il nostro bel dialetto.

Lola però è preoccupata anche per il silenzio dell'Arabia Saudita, da dove non giungono più segnali di vittoria verso la completa emancipazione femminile e dai lavori del Centro città, dove sono completamente spariti quei bei ciuffi di erbacce e quelle piantine che Lola odorava lungamente: attende perciò con trepidante ansia il nuovo arredo urbano, sperando nel frattempo che, anche per i cani, vi siano motivi di interesse e di intrattenimento. In questo senso è partita una lettera all'indirizzo del vicesindaco, firmata a quattro zampe.

### POLEMICA

## Quadri e Censi: «La campagna non è sessista»

■ Nell'edizione di martedì abbiamo pubblicato un articolo (intitolato «Foto, sessismo e stereotipi») in cui analizzavamo - con l'intervento di Gabriela Giuria (del gruppo Donne Amnesty International) e dell'ex consigliera nazionale Chiara Simoneschi-Cortesi (per anni presidente della Commissione federale per le questioni femminili) - la nuova campagna di marketing di Lugano Turismo. Un articolo in cui venivano sollevati dubbi sulla scelta dell'ente di puntare (soprattutto sulla homepage del nuovo sito: www.luganoregion.com) su immagini del corpo di una donna per promuovere la regione. Regione della quale per altro, nelle citate foto, non si vede nulla. Una strategia che l'ente ha confermato essere stata mirata e studiata (e non sessista) ma che Simoneschi-Cortesi ha per esempio giudicato negativamente («Che sia l'ente pubblico a usare il corpo delle donne per attirare l'attenzione è avvilente. Siamo nel terzo millennio»). Nell'articolo ci si chiedeva se, per promuovere la nostra regione nel mondo, fosse davvero necessario usare immagini (per quanto eleganti e non volgari) di bellezze femminili. E questo ha fatto parecchio discutere. Su Facebook il municipale Lorenzo Quadri ha scritto: «Che si tiri fuori il sessismo per immagini di questo tipo mi pare veramente pretestuoso. Fossero state pubblicate foto di donne nude. Certe signore politicamente corrette dovrebbero semmai preoccuparsi quando le donne, grazie alle loro aperture, cominceranno a comparire ritratte con pastrani e veli islamici». Il consigliere comunale leghista Andrea Censi ha invece parlato di «ennesima polemica futile». «Per riempire le pagine questa volta si è montata la panna sulla nuova campagna di Lugano Turismo (...). Personalmente trovo che (Simoneschi-Cortesi e Giuria, ndr) abbiano perso l'ennesima occasione per tacere e non mettere in imbarazzo tutto il gentil sesso».

### Però il Cantone...

Polemica futile o no, c'è anche chi ci ha fatto sapere di non aver apprezzato la campagna (la proprietaria di un albergo ci ha detto che «Lugano è caduta davvero in basso se ha bisogno di promuoversi usando foto di donne avvenenti») e che sul sito del Cantone, nella sezione «Pari opportunità», è pubblicato un decalogo che indica i dieci fattori che rendono sessista una pubblicità. Il punto 3 recita: «Le persone raffigurate nelle immagini, oppure il modo in cui sono ritratte, non hanno alcuna relazione con il prodotto da pubblicizzare. Donne e uomini (o parti dei loro corpi) sono utilizzati come puro richiamo o a scopo decorativo». Il dibattito resta dunque aperto. J.R./G.REC

INTERNI  
ARREDAMENTI

Via alla Sguancia, 5 6912 Pazzallo  
T +41 (0)91 994 94 33  
interni@interni-arredamenti.com

SPECIALE PROMOZIONE



LETTO MATRIMONIALE  
CON MATERASSO  
ORTOPEDICO

NETTO FR. 1'980.-