



SPIRALI

via Fratelli Gabba 3, Milano 20121 • Tel. +39 02 8054417 • Fax + 39 02 8692631

Milano, 7 marzo 2006

COMUNICATO STAMPA

FERDINANDO CIONTI

Sì, logo

“Il marchio è l’anima, la personalità dell’oggetto distinto... distingue il prodotto per farlo sopravvivere anche alla morte dell’impresa che lo fabbrica e/o vende... è l’elisir di lunga vita del prodotto. Gli esempi più noti e recenti sono quelli di Cirio e Parmalat, i cui omonimi prodotti sono sopravvissuti alle rispettive aziende... a Cragnotti e Tanzi”.

È a partire da queste argomentazioni che l’autore esplora i meccanismi dell’economia globale, le complesse implicazioni politiche e quanto ne consegue. L’analisi fatta da Ferdinando Cionti si presenta quindi come una risposta precisa e circostanziata alle tesi sostenute da Naomi Klein nel libro *No logo* (2002).

Qui si chiama in causa il giurista, il semiologo e l’imprenditore per tracciare una storia del marchio, la sua logica e l’avvenire. Cionti lo fa attraverso un argomentare ricco di spunti che partono dall’attualità, per arrivare a tracciare un percorso culturale in cui il logo si caratterizza come un’idea, uno stile di vita, o più semplicemente un atteggiamento: *“il marchio è il prodotto quale è per me, come cambia per me e finché esiste per me... è uno strumento neutro che si adegua docilmente alla personalità di ciascuno...”*.

In uno scenario caratterizzato dalla globalizzazione e dagli scossoni che arrivano alla nostra economia dai mercati emergenti, si mette in primo piano il percorso culturale che porta al marchio, fino a scongiurare *“qualsiasi usurpazione o contraffazione del marchio. Perché il collegamento di qualsiasi oggetto al marchio s’inserisce nell’iter creativo influenzando la formazione del prodotto”*.

Nato a Maddaloni (Caserta), Ferdinando Cionti è avvocato a Milano dal 1960. Si occupa dei problemi giuridici riguardanti l’immagine, il marchio, la proprietà intellettuale e interviene costantemente su questioni quali società, politica e civiltà.

Ha pubblicato con Giuffrè i saggi: *La funzione del marchio* (1988); *Segni distintivi della persona e segni distintivi della personalità* (1994); *Alle origini del diritto all’immagine* (1998); *La nascita del diritto sull’immagine* (2000) e *La funzione propria del marchio* (2004).

Attualmente collabora con l’*“Avanti”* e *“L’opinione”*.

CON PREGHIERA DI CORTESE PUBBLICAZIONE

SPIRALI Ufficio stampa

tel. +39 02 8054417 fax +39 02 8692631 ascani@spirali.com