

Cass. civ., sez. I, 06-02-1993, n. 1503.

Ove il patronimico di un personaggio celebre coincida con la ditta ed il marchio di un'impresa, l'utilizzazione della sua immagine a fini pubblicitari da parte di un'impresa concorrente costituisce atto di concorrenza sleale, salvo che essa dimostri che il prodotto con cui il personaggio è ritratto sia stato da lei fabbricato.

CORTE DI CASSAZIONE; sezione I civile; sentenza, 06-02-1993, n. 1503

Svolgimento del processo. – Con citazione del 17 febbraio 1984, Gino Bartali e la s.a.s. Bartali International Corporation convenivano innanzi al Tribunale di Milano la s.p.a. Emilio Bozzi per sentirla condannare a risarcire il danno derivato al primo dall'illegittima utilizzazione, a scopo pubblicitario, della propria immagine e alla seconda dalla concorrenza sleale attuata attraverso tale utilizzazione.

Nel contraddittorio delle parti il giudice adito rigettava le domande con sentenza 2 ottobre-3 novembre 1980, che, impugnata dagli istanti, ha trovato conferma in quella ora gravata per cassazione.

La corte milanese ha preliminarmente riassunto i fatti su cui si fondano le domande come segue.

La s.p.a. Emilio Bozzi, al fine di pubblicizzare il proprio marchio «Legnano», nel 1982 lanciò un concorso a premio denominato «Chi ha preso la borraccia?», traendo spunto da un episodio avvenuto al Tour de France nel 1952, allorché i due corridori italiani, Bartali e Coppi, durante una tappa, si scambiarono una borraccia. Di tale fatto v'era una fotografia dalla quale la Bozzi aveva tratto un poster – esposto in gran parte dei negozi concessionari dei cicli Legnano – inserendovi la scritta «Pedala Legnano». Di qui le doglianze di illegittima utilizzazione dell'immagine del Bartali e di pregiudizio economico per la omonima società, che produceva e commerciava biciclette e accessori col marchio «Bartali» e che negli anni precedenti aveva utilizzato lo stesso poster a fini pubblicitari.

La corte, riassunte anche le avverse difese, le ragioni della decisione impugnata e i motivi dell'appello, ha considerato che il Bartali venne fotografato nel corso di una manifestazione pubblica e che l'esposizione della fotografia, riprodotte un episodio svoltosi durante la gara, non reca alcun pregiudizio all'onore, alla reputazione e al decoro dell'appellante, ai sensi dell'art. 97 l. 22 aprile 1941 n. 633;

che tali pacifiche circostanze affrancano la società appellata dalla necessità di ottenere un consenso preventivo per utilizzare la fotografia, sicché l'uso fattone, ancorché a scopo di lucro, risulta legittimo e non può dar luogo a risarcimento di danni a favore del Bartali;

che, in ogni caso, la domanda risarcitoria non avrebbe potuto trovare ingresso, perché, come ritenuto dal tribunale, l'istante non aveva provato un effettivo pregiudizio patrimoniale, da porre a base di una liquidazione equitativa;

che, con riguardo alla posizione della società appellante, valgono analoghe considerazioni, oltre che in ordine alla mancanza di prova del danno, in relazione all'utilizzazione, non illegittima, della fotografia rispetto all'esigenza di tutela dell'immagine, secondo il combinato disposto degli art. 10 c.c. e 96 ss. l. 633/41;

che, d'altra parte, non è imputabile alla stessa appellata alcun illecito, ai sensi dell'art. 2598 c.c., in quanto la fotografia riproduce il Bartali su una bicicletta «Legnano»;

che la società appellante solo nelle ultime difese scritte aveva fatto cenno, tra le diverse ipotesi di cui alla norma citata, alla concorrenza sleale per confusione di prodotti (art. 2598, n. 1), mentre la tutela di uno

slogan pubblicitario o di una immagine, potrebbe ricollegarsi, se mai, all'obbligo di osservare i principi di correttezza professionale imposta, ex art. 2598, n. 3, alle imprese che operano in concorrenza tra loro;

che tale obbligo non risulta violato, non avendo la società Bartali dimostrato di avere utilizzato la fotografia in questione per pubblicizzare, in epoca precedente a quella in cui fu utilizzata dalla Legnano, la produzione di velocipedi e materiali marchiati «Bartali».

Le parti soccombenti affidano il comune ricorso a due mezzi d'annullamento, illustrati da memoria. Resiste l'intimata con controricorso e memoria.

Motivi della decisione. – 1. - Il ricorrente – premesso che dagli atti non risulta che la bicicletta usata dal Bartali e riprodotta nella fotografia fosse di marca Legnano, recando invece il marchio «Gino Bartali» e che il precedente utilizzo della controversa fotografia da parte della società Bartali è notoria e risulta dagli elencati atti processuali – censura la sentenza impugnata per i seguenti motivi:

1. - Violazione e falsa applicazione degli art. 10 c.c., 96 e 97 l. 22 aprile 1941 n. 633, per non avere considerato la corte del merito che quando la riproduzione, esposizione e pubblicazione dell'immagine avvenga per uno scopo che non sia quello legittimo di soddisfare l'esigenza d'informazione, nei suoi diversi aspetti (e che nella specie è, invece, quello commerciale), viene meno la giustificazione della pubblicazione ed opera il divieto di cui all'art. 97 cit. in relazione all'art. 10 c.c., ed avere dato rilievo ad una delle ipotesi scriminanti, senza tener conto del principio generale che esclude un generalizzato diritto di pubblicare l'immagine altrui.

2. - Omessa, insufficiente e contraddittoria motivazione, in relazione agli art. 14 r.d. 21 giugno 1942 n. 929 e 2598, n. 1, 2599 e 2600 c.c., per non avere rilevato la stessa corte che esisteva il marchio registrato «Gino Bartali», che era anche nome patronimico di persona e ditta; che esisteva un rapporto di concorrenza evidente tra le due imprese «Legnano» e «Bartali», operanti nello stesso ambito territoriale e merceologico; che il concorso lanciato dalla Bozzi evocava il nome delle persone effigiate; che Bartali ha usato ed usa, pacificamente, il poster per pubblicizzare la «bicicletta Bartali»; che da una completa lettura delle risultanze processuali l'impiego dell'immagine sarebbe risultato come una modalità esecutiva dell'appropriazione/usurpazione del marchio-ditta «Gino Bartali», vietata dall'art. 14, determinando la risposta al quesito proposto, il necessario accostamento della persona effigiata al marchio delle «Legnano».

3. - La controricorrente ha eccepito che con le su riportate precisazioni in fatto i ricorrenti hanno introdotto censura inammissibile, in quanto deducibile solo con istanza di revocazione.

L'eccezione deve essere disattesa. È noto infatti che l'errore di fatto, ove risulti dagli atti e documenti di causa, può costituire motivo di revocazione a norma dell'art. 395, n. 4, c.p.c. solo se il fatto supposto vero od inesistente, al quale inerisce l'errore, non abbia costituito un punto controverso della causa e su questo la sentenza non si sia pronunciata. Pertanto, in mancanza di uno di tali requisiti, l'errore medesimo è deducibile unicamente in Cassazione, ai sensi dell'art. 360, n. 5, c.p.c., ove si traduca in un vizio logico della motivazione (conf. sent. 2761/84, Foro it., Rep. 1984, voce Revocazione (giudizio di), n. 11).

Nella specie, sia l'asserzione relativa al precedente utilizzo della fotografia da parte della società Bartali, sia la deduzione dell'errore riguardante il marchio della bicicletta montata dal ricorrente rappresentano particolari aspetti della doglianza, svolta con il secondo mezzo, di difetto di motivazione in relazione a punto sul quale la corte del merito ha, comunque, espresso il censurato apprezzamento.

4. - Nel prendere in esame i motivi del ricorso è necessario chiarire che solo il secondo, in quanto mette in discussione anche il punto relativo alla lamentata concorrenza sleale, è validamente dedotto nell'interesse della società ricorrente (Bartali International Corporation s.a.s., in persona del socio Andrea Bartali), che è soggetto autonomo e distinto dall'altro ricorrente, Gino Bartali.

Invero, una società commerciale, quand'anche si avvalga, nella denominazione sociale, del nome patronimico di una persona fisica, non è legittimata ad agire in difesa del diritto di questa all'immagine ed al nome, a meno che non sia dimostrato (ma, nella specie, non risulta nemmeno allegato) che la società medesima sia stata investita del potere di esercitare in nome e per conto della persona fisica i diritti ad essa spettanti ai sensi degli articoli da 6 a 10 c.c.

5. - La censura di carenza di motivazione, nella parte riferibile alla società ricorrente, è fondata.

L'indagine, che deve prescindere dalle deduzioni difensive riguardanti i diritti personali dell'altro ricorrente, risulta ulteriormente ristretta dalla limitazione che – senza che al riguardo vi sia un motivo di annullamento della società (la quale ha anzi espressamente denunciato la violazione della norma del n. 1 dell'art. 2598 c.c.) – la corte del merito ha operato individuando la pretesa della società appellante all'ipotesi della concorrenza sleale per confusione.

Rispetto a tale ipotesi risultano rilevanti le due circostanze indicate innanzi sub 2), posto che anche su di esse il giudice dell'appello fonda la sua decisione.

In motivazione si nega che la società Bartali abbia dimostrato di avere utilizzato la stessa fotografia da qua per pubblicizzare, in epoca precedente a quella in cui fu utilizzata dalla Legnano, la produzione di velocipedi e materiali marchiati «Bartali»; ma non si considera che tale dimostrazione non sarebbe stata necessaria se, come si assume nel ricorso, che richiama specifici atti e comportamenti processuali, la circostanza non fosse controversa.

Manca poi in sentenza qualsiasi indicazione circa la fonte di prova dell'asserito impiego di bicicletta «Legnano» da parte dell'atleta riprodotto nella stessa fotografia; così come non risulta valutato il dato relativo al marchio usato dalla società ricorrente.

La carenza della motivazione in ordine ai predetti elementi di convincimento e l'assenza di altre esaustive ragioni, che consentano di ritenere coerentemente giustificata la decisione, rendono necessario il riesame del punto e comportano, quindi, l'accoglimento del motivo nella parte che interessa la società.

6. - Anche il primo mezzo va accolto, ma, per l'indicata ragione, soltanto in favore del ricorrente Gino Bartali.

Con recenti decisioni (sent. n. 4031 del 1991, id., Rep. 1991, voce Persona fisica e diritti della personalità, n. 41; e n. 4785 del 1991, id., 1992, I, 831) questa sezione ha avuto modo di definire, con perspicui argomenti, ai quali il collegio ritiene di dover fare adesione, l'esatta portata del diritto all'immagine della persona notoria.

Posta la premessa che ogni persona fisica è titolare, ai sensi dell'art. 10 c.c., dello ius excludendi nei confronti della divulgazione del proprio ritratto, va ribadito, pertanto, che, quando non sia prestato il consenso dell'avente diritto, la divulgazione stessa rimane vietata, salve le eccezioni di cui al combinato disposto degli art. 96 e 97 l. 22 aprile 1941 n. 633 sul diritto d'autore.

Tuttavia, con riguardo alla particolare ipotesi del ritratto di persona che possa definirsi notoria, la divulgazione diviene lecita, non in ragione della accertata notorietà del soggetto ritratto, ma soltanto se ed in quanto la diffusione dell'immagine risponda alle esigenze di pubblica informazione, sia pure intese in senso lato.

Ne deriva che la divulgazione deve ritenersi giustificata da dette esigenze (ed è quindi lecita), quando la ragione della diffusione sia quella di fare conoscere al pubblico le fattezze della persona in questione e di documentare visivamente le notizie che della stessa vengono date al pubblico; mentre è illecita quando, al contrario, il ritratto della persona celebre venga sfruttato a fini pubblicitari.

Il comportamento illecito della divulgazione non autorizzata – al pari di ogni altra ipotesi di non autorizzata utilizzazione di beni altrui – fa sorgere l'obbligazione di risarcire il danno ai sensi dell'art. 2043 c.c.

Se non può affermarsi, come regola generale, che il danno derivante da divulgazione non autorizzata dell'immagine sia in re ipsa, può tuttavia presumersi un danno di natura patrimoniale, ricollegabile alla impossibilità di offrire il proprio ritratto per la pubblicità, una volta che a tal fine sia stato da altri utilizzato, ovvero al ridursi del valore commerciale (che è di norma proporzionale alla rarità dell'uso) dell'immagine.

7. - La corte d'appello ha rigettato l'appello e la domanda del Bartali, ritenendo lecita l'utilizzazione della fotografia sul duplice rilievo della notorietà dell'episodio raffigurato e dell'assenza di pregiudizio all'onore, reputazione o decoro dell'appellante e, in via gradata, negando apoditticamente la sussistenza della prova in ordine alla concreta esistenza e consistenza del danno.

Entrambe le alternative motivazioni si pongono in contrasto con i principî esposti nel precedente paragrafo.

Ne deriva l'accoglimento anche del primo motivo.

8. - Per le ragioni che precedono, in accoglimento del ricorso, la sentenza impugnata deve essere cassata con rinvio ad altra sezione della Corte d'appello di Milano, la quale, procedendo a nuovo esame della causa, dovrà fare applicazione, in relazione alla domanda proposta da Gino Bartali, dei principî di diritto enunciati nel precedente § 5