

## TRIBUNALE ROMA

28 GENNAIO 1992

PRESIDENTE: DELLI PRISCOLI

ESTENSORE: MACIOCE

PARTI: RUSSO

*(Avv. Barengi, d'Alfonso  
del Sordo)*

TATTILO EDITRICE S.P.A.

*(Avv. Bonanni)***Persona fisica • Diritti della  
personalità • Utilizzazione  
dell'immagine di sosia • Danno  
non patrimoniale • Sussistenza •  
Risarcimento • Determinazione.**

*La pubblicazione dell'immagine di una sosia in atteggiamenti provocanti lede il diritto all'immagine e all'identità personale della sosia celebre cagionando a quest'ultima danni non patrimoniali da valutarsi in relazione alla diffusione della pubblicazione, al rilievo della stessa e alla gravità della lesione (nella specie il Tribunale ha liquidato il risarcimento in sessanta milioni di lire).*

RAGIONI DI FATTO E DI DIRITTO. — Nel numero 5-maggio 1989 della rivista « Playmen », edita dalla S.p.A. Tattilo Editrice venne pubblicato servizio fotografico — composto da 8 pagine — ritraente, tra l'altro, la giovane Nikki Smart in diverse pose, sempre nuda, ed in compagnia di un pupazzo raffigurante il celebre « Topolino » di Walt Disney (pupazzo partecipante a « giochi erotici » con la modella).

Sotto il titolo del servizio (« La Monella Della Domenica ») e l'occhiello (« birichinate di una sosia »), il brevissimo testo, premessa una sintetica disamina dell'esordio e della carriera della giovane attrice Lisa Russo (19enne), protagonista del giuoco televisivo assai famoso « Domenica In », nel corso del quale la Russo si accompagnava a personaggi disneyani assai cari ai più piccini, annunciava quindi che, tra le varie « replicanti », una sosia, la coetanea e contemporanea Nikki Smart, si era prodotta in

<sup>41</sup> V. per tutte Cass., 30 giugno 1984, Ansaloni, in questa *Rivista*, 1985, p. 168.

<sup>42</sup> Per una valutazione critica di questa impostazione v. CORRIAS LUCENTE, *Esercizio putativo del diritto di cronaca e fonti di informazione*, in questa *Rivista*, 1985, pp. 173 ss.

<sup>43</sup> MANTOVANI, *Interpellanze a contenuto diffamatorio e responsabilità del giornalista*, *cit.*, p. 804.

una serie di imitazioni: quelle effigiate nel servizio fotografico. Tra le varie foto di nudo della Smart, poi, il servizio pubblicava due immagini della Russo, interprete di *Domenica In*, in costume di scena e durante il ballo.

Di tale servizio si duole, nella citazione introduttiva, la Russo, stigmatizzando come nel titolo, nelle foto, nel testo di esso si sia voluto creare nel lettore un equivoco assai grave tra la propria immagine e quella della sosia, finendo per attribuire ad essa deducibile le pose indecenti della sosia stessa. Censurato, pertanto, l'illecito uso della sua immagine e l'alterazione della sua identità di attrice ben nota e mai dedita al nudo ed all'erotismo, la Russo ha chiesto la condanna della *Tattilo Editrice* al risarcimento dei danni patrimoniali e morali, connessi all'oltraggio perpetrato, oltre agli accessori, alle spese ed alla pubblicazione della sentenza su quotidiani.

Ritualmente costituitasi, l'*Editrice Tattilo S.p.A.* ha negato recisamente che il servizio in questione, per le immagini rese e per il testo adottato, potesse ingenerare in concreto alcuna confusione tra l'identità della Russo e quella della sosia, e protagonista del servizio stesso, *Nikki Smart*. Ha quindi chiesto la reiezione della domanda.

Acquisita la chiesta documentazione, la causa, sulle conclusioni sopra trascritte, è stata dal Giudice istruttore rimessa al Collegio e da questo, all'udienza del 28 ottobre 1991, ritenuta in decisione.

La domanda risarcitoria di *Lisa Russo* merita — ad avviso del Collegio — pieno accoglimento, dovendosi ritenere che la *soc. Tattilo Editrice*, con la pubblicazione del servizio di 8 pagine sul n. 5-maggio 1989 della rivista « *Playmen* » da essa edita, abbia gravemente leso l'immagine ed ancor più l'identità personale della odierna attrice, commettendo, con la proposizione di foto provocanti e sconvenienti di una sosia della Russo, sguaiatamente dileggiando il noto « personaggio » di quest'ultima, una grave diffamazione a mezzo stampa, delitto qui compiutamente accertato e valutato in assenza di alcuna querela proposta dalla offesa in sede propria.

È affatto incontestato che la Russo, mai apparsa in pubblico o in riviste in costumi men che castigati, abbia legato la sua immagine e la sua dimensione

pubblica al personaggio rivestito nella rivista televisiva « *Domenica In* », personaggio che vede la giovane (*19enne*) italo-inglese impegnata in balli e, più di tutto, in intrattenimento del pubblico dei più piccoli assieme ad un disneiano « *Topolino* » (un attore opportunamente travisato). Le riviste prodotte dalla Russo (*Topolino-Cioé-Il Monello-Onda TV-Eva Express*) attestano, sostanzialmente, che il ruolo assunto — per virtù delle domenicali apparizioni televisive — dalla stessa è quello di giovane, simpatica e vivacissima « amica dei bambini ».

E del resto, nelle tre foto della (vera) Russo pubblicate da *Playmen* nel servizio in contestazione, ella appare o in compagnia dell'allegro mascherone di *Topolino* o impegnata in coreografiche quanto atletiche danze.

Tanto rilevato, e preso in esame il « servizio » fotografico ed il testo dalla Russo contestati, pare al Collegio non potersi escludere che dal servizio stesso sia derivata alla Russo una diretta lesione al proprio diritto al ritratto, tutelato dall'art. 96 L.D.A.

Ed invero, posto che la somiglianza fisica della giovane (anch'essa inglese ed anche essa *19enne*) effigiata nel servizio — tale « *Nikki Smart* » — con la Russo è francamente sorprendente (e basti compararne il viso a quello della Russo, nello stesso servizio tre volte ritratto), vi è da chiedersi se sussistano elementi soggettivi ed oggettivi di confusorietà, per omissione o maliziosa riduzione di alcuna precisazione sul ruolo della « sosia », tali da far ritenere avverata, avuto riguardo al lettore della rivista, l'illecita lesione dell'immagine della Russo.

Orbene, pare al Collegio che tale lesione sia stata commessa, posto che:

il « titolo » del servizio (l'unica scritta a caratteri rilevanti) e destinato a catturare subito l'attenzione del lettore e maliziosamente confusorio (« *La Monella della Domenica* »), là dove fa palese riferimento al personaggio della Russo;

l'occhiello, in testa alla pagina, « birichinate di una sosia », appare scritto in caratteri nettamente inferiori;

nel testo (l'unico testo vero e proprio) di prima pagina, si parla a lungo della Russo, sol riservando 9 righe finali alla precisazione del ruolo della « replicante-sosia »;

le altre righe delle ulteriori sette pagine del servizio, afferenti la sosia, contengono pochissime « osservazioni » ed a caratteri che appare inadeguato definire minuscoli;

da ultimo, non si vede perché mai il lettore « medio » della rivista, vieppiù nell'atto di accingersi a contemplare le otto pagine del servizio in discorso (i cui elementi testuali sono confinati ai margini delle enormi foto della modella) dovrebbe dare prova di tale « avvedutezza » da discernere immediatamente che la giovane ritratta è tale Nikki Smart e non la « Monella della Domenica » di cui al rilevante titolo di prima pagina.

Ma, osserva il Collegio, pur ipotizzata una particolare « avvedutezza » del lettore medio della rivista ed esclusi quindi i profili di confusorietà necessari perché la lesione perpetrata attinga il « diritto al ritratto » della Russo, sotto altro — ed assorbente — profilo risulterebbe gravemente leso il diritto di quest'ultima, quello alla propria identità personale.

È noto come la più recente giurisprudenza abbia individuato nell'ordinamento italiano, traendone il referente dall'art. 2 Cost. ed utilizzando analogicamente l'elaborazione del diritto al « nome », il diritto alla manutenzione della identità complessiva di ciascun soggetto.

È stato, infatti, autorevolmente affermato che « ciascun soggetto ha interesse, ritenuto generalmente meritevole di tutela giuridica, di essere rappresentato, nella vita di relazione, nella sua vera identità, così come questa nella realtà sociale, generale o particolare, è conosciuta o poteva essere conosciuta con l'applicazione dei criteri della normale diligenza e della buona fede soggettiva; ha cioè interesse a non vedersi all'esterno travisato, offuscato, contestato il proprio patrimonio intellettuale, politico, sociale, religioso, ideologico, professionale quale si era estrinsecato od appariva... » (Cass. 22 giugno 1985, n. 3769).

Orbene, quel che è accaduto nella vicenda sottoposta alla cognizione di questo Tribunale, attesta come, con il servizio fotografico in questione, l'editore oggi convenuto abbia fatto scempio della identità professionale della giovane attrice.

Lisa Russo era ed è nota al pubblico televisivo per il personaggio di graziosa, atletica ed accattivante « amica dei bambini », impegnata in balletti coreograficamente ambientati, in recite in coppia con il notissimo ed amato personaggio disneiano, con il quale intreccia danze ai più giovani assai gradite (cfr. allegati da 8 a 12).

Il servizio fotografico avente a modello la sosia « Nikki Smart » (e la giovane in questione atteggia il viso ad un sorriso che vieppiù sottolinea la già nettissima somiglianza con la Russo) vede costei in compagnia dello stesso Topolino « partner » della Russo: solo che, lungi dal ballare e giocare con la modella, per l'innocente divertimento dei bambini, il personaggio disneiano si produce, in ogni sequenza delle otto pagine del servizio in una sequela di gesti e posizioni ad esclusivo contenuto sessuale (sino alla riproduzione dell'accoppiamento) che definire volgari parrebbe francamente eufemistico, e ciò con la partner immancabilmente nuda.

A criterio del Collegio, quand'anche la modella di Playmen non avesse la strabiliante somiglianza con la Russo risultante dalle foto, cionondimeno il servizio in discorso avrebbe comunque leso in modo gravissimo la sua identità professionale dileggiando con scoperta oscenità l'immagine pubblica della giovane, la cui notorietà di ballerina in festosa coppia con Topolino viene utilizzata pretestuosamente per alimentare le fantasie erotiche dei lettori della rivista.

Le riferite modalità della lesione dell'identità personale della Russo realizzano appieno, a criterio del collegio, la volontaria lesione del decoro personale del soggetto nella quale consiste, altresì, il delitto di diffamazione a mezzo stampa: e, nel conclamato difetto di querela da parte della odierna attrice, questo Tribunale ben può deliberare la sussistenza del reato ai fini della applicazione delle invocate sanzioni civili.

Venendo alla determinazione dei danni patiti dalla Russo a seguito dell'illecito in questione, pare al Tribunale doverosi certamente escludere la sussistenza di danni patrimoniali, posto che l'attrice non li ha provati né, tampoco, chiesto di provarli.

Di contro sussiste, indiscutibilmente, un danno morale patito dalla Russo per

il servizio diffamatorio in questione, e consistente nei riflessi personali che il discredito provocato dalla pubblicazione ha determinato e determinerà sulla giovane, in termini di disagio psichico e di obiettiva difficoltà nel recitare un ruolo professionale fatto segno a così pesante dileggio.

Utilizzando, in sede di liquidazione equitativa, i noti parametri di computo, pare al Collegio che non difetti la estrema gravità dell'offesa (avuto riguardo al contenuto già menzionato del servizio « *de quo* » ed alla qualità dell'immagine pubblica della Russo) né la massima evidenza della fonte diffamatoria (essendo stato realizzato un servizio di ben otto pagine), né, ancora, la diffusione del periodico (da ritenersi tra i più venduti nell'ambito del genere di pubblicazione).

È di contro non immediato l'impatto « soggettivo » dell'illecito, per essere i destinatari del messaggio diffamatorio una più ristretta (e diversa) cerchia rispetto a quella costituita dagli spettatori televisivi.

Sulla base di dette considerazioni, pare quindi opportuno riconoscere alla Russo il risarcimento pari a L. 60.000.000 (somma rivalutata ad oggi, dal di dell'illecito) oltre agli interessi legali su detta somma dalla data della odierna liquidazione a quella del saldo (secondo il costante indirizzo di questo Ufficio: Trib. Roma 22 febbraio 1988 in *Foro It.* 1989, I, 255).

Il carattere esautivo della predetta liquidazione, in termini di danni subiti, fa ritenere al Collegio non opportuna la concessione della sanzione di cui all'art. 120 cod. proc. civ.

È di contro fondata la richiesta di inibire alla convenuta editrice la utilizzazione « *de futuro* » o la commercializzazione in qualunque forma delle immagini contenute nel servizio fotografico apparso sul n. 5-maggio 1989 di Playmen, afferenti la modella Nikki Smart.

Le spese seguono la soccombenza e si determinano in complessive L. 7.060.304 oltre IVA e c.a. (di cui L. 185.305 per esborsi, L. 1.875.000 per diritti e L. 5.000.000 per onorari di avvocato).

Non sussistono le condizioni di legge per concedere la chiesta clausola di p.e.

P.Q.M. — Il Tribunale, definitivamente pronunciando nel contraddittorio delle parti:

1) dichiara che la S.p.A. Tattilo Editrice, con la pubblicazione sul n. 5-maggio 1989 del periodico Playmen del servizio avente titolo « La Monella della Domenica », ha commesso illecito diffamatorio ai danni di Russo Lisa;

2) inibisce alla stessa società la utilizzazione sui propri periodici o la commercializzazione delle immagini fotografiche della modella « Nikki Smart » quali contenute nel servizio *sub* capo 1);

3) condanna la convenuta società a corrispondere alla Russo, per risarcimento danni morali liquidati ad oggi, la somma di L. 60.000.000, oltre interessi legali dalla data odierna a quella del saldo;

4) condanna la convenuta società a corrispondere alla Russo L. 7.060.304 + IVA e c.a. per spese di lite;

5) rigetta le domande di pubblicazione della sentenza e di concessione di clausola di p.e.

## RICHIAMI DI DOTTRINA E GIURISPRUDENZA

La sentenza in epigrafe deve essere considerata, per quel che consta, il primo caso giurisprudenziale di risarcimento del danno (non patrimoniale) derivante dall'indebita utilizzazione dell'immagine di una sosia ritratta (in pose più che licenziose) su di una rivista per soli adulti.

L'unico precedente sull'utilizzazione di sosia (ma, questa volta, per pubblicità commerciale) sembra infatti essere il caso Vitti che ha dato luogo ad un provvedimento *ex art.* 700 cod. proc. civ. (Pretura Roma, 6 luglio 1987 (ord.), Vitti c. Rizzoli e Rusconi, in questa *Rivista*, 1988, 126 con nota di PONZANELLI, *La povertà dei « sosia » e la ricchezza delle « celebrità »: il « right of publicity » nell'esperienza italiana*).

Che la pubblicazione di fotografie provocanti di un soggetto senza la sua autorizzazione susciti un danno (patrimoniale e non patrimoniale) risarcibile è affermazione non priva di profili controversi, ma abbastanza scontata: sul dan-

no patrimoniale, da ultimo, Cass. 28 marzo 1990, n. 2527 (Stefania Sandrelli), in questa *Rivista*, 1990, 125, con nota di C. SCOGNAMIGLIO; sotto il profilo dell'identità personale, sempre di recente, Pret. Roma 10 febbraio 1988, (Nadia Cassini e Carmen Russo), in questa *Rivista*, 1988, 860; e tuttavia non sono mancati casi in cui si è negata, sotto il discutibile profilo della sussistenza di uno scopo informativo (in senso ampio), la tutela d'urgenza richiesta: pret. Roma 2 gennaio 1985 (Sofia Loren), in *Giur. it.*, 1985, I, 2, 479, con nota critica di FIGONE, ma la soluzione è meno evidente quando la riproduzione concerne l'immagine del sosia e non direttamente della celebrità. Nella specie, comunque, il Tribunale sembra ritenere la sussistenza di un'utilizzazione « indiretta » dell'immagine dell'attrice e, sotto il profilo della prova escludendo la ricorrenza di danni patrimoniali, liquida una (consistente) somma per risarcimento del danno non patrimoniale, sulla base della astratta ricorrenza, nel caso di specie, del delitto di diffamazione a mezzo della stampa. Danni non patrimoniali derivanti dal discredito provocato dalla pubblicazione, « in termini di disagio psichico e di obiettiva difficoltà nel recitare un ruolo professionale fatto segno a così pesante dilleggio », e liquidati — « secondo i noti parametri » relativi all'estrema gravità della lesione, all'ampiezza del « servizio » incriminato, alla diffusione del periodico — in sessanta milioni di lire.

Sull'utilizzazione di sosia, cfr. in dottrina GUGLIELMETTI, *Utilizzo di sosia nella pubblicità*, in *Dir. aut.* 1979, 563 e ss. GATTI, *Il « diritto » all'utilizzazione economica della propria popolarità*, in *Riv. dir. comm.*, 1988, I, 355 ss.

La letteratura sul danno non patrimoniale è sterminata e molto nota: si v. almeno, RESCIGNO, *Il danno non patrimoniale (le « letture » dell'art. 2059 tra interpretazione e riforma)*, in questa *Rivista*, 1985, 5 e ss.; G.B. FERRI, *Oggetto del diritto della personalità e danno non patrimoniale*, in *Persona e formalismo giuridico*, Rimini, 1985, 337 e ss.; SALVI, *Il danno extracontrattuale*, Napoli, 1985, *passim*; R. SCOGNAMIGLIO, *Il danno morale*, in *Riv. dir. civ.*, 1957, I, 277 e ss.; BONILINI, voce « Danno morale », in *Digesto IV*, Sez. civ., V, Torino, 1989, 83 e ss.

Sui profili della determinazione concreta del *quantum* — che, così in tema di danno patrimoniale come non patrimoniale, rappresenta uno dei punti sensibili della problematica affrontata dalla sentenza in epigrafe — v. RICCIUTO e ZENOVICH, *Il danno da mass media*, Padova, 1990, *passim*.

Sul diritto all'immagine v. da ultimo, DE VITA, in Commentario Scialoja-Branca, diretto da Galgano, Libro primo, *Delle persone fisiche (artt. 1-10)*, Bologna-Roma, *sub art.* 10, 505 e ss.; C. SCOGNAMIGLIO, *Il diritto all'utilizzazione economica del nome e dell'immagine di persone celebri*, in questa *Rivista*, 1989, 1 e ss.; ID., *Appunti sul danno da illecita utilizzazione dell'immagine altrui*, in questa *Rivista*, 1991, 589 e ss.; ID., *Scopo informativo ed intento di lucro nella disciplina della pubblicazione del ritratto*, in questa *Rivista*, 1991, 129, e ss.; A. BARENGHI, *Il prezzo del consenso (mancato)*, in questa *Rivista*, 1992, 565 e ss.

## TRIBUNALE MILANO

10 FEBBRAIO 1992

PRESIDENTE: LANZETTA

RELATORE: CIAMPI

PARTI: POWER

(Avv. Boneschi, De Martini)

MOSCA E RUSCONI S.P.A.

(Avv. Assumma, Biancolella)

**Persona fisica • Diritti della  
personalità • Immagine •  
Sfruttamento pubblicitario •  
Pubblicità indiretta •  
Responsabilità • Sussistenza.**

*La pubblicazione dell'immagine di una persona nota deve essere considerata illecita anche quando lo scopo pubblicitario non si realizza direttamente ma attraverso un'indiretto accostamento al prodotto reclamizzato.*

**SVOLGIMENTO DEL PROCESSO e MOTIVI DELLA DECISIONE.** — Con atto di citazione notificato in data 22 marzo 1989 la signora Romina Power ha citato in giudizio il signor Mosca Paolo in qualità di direttore responsabile, e la Rusconi Editore S.p.A. quale società editrice del settimanale Eva Express, lamentando l'illecita utilizzazione di una sua foto sul n. 52 del 29 dicembre 1988 del settimanale citato.

Più in particolare, la signora Power ha denunciato l'arbitrario accostamento, a fini chiaramente pubblicitari, tra la sua immagine e quella di un profumo, nella specie il « Regina Schreker », assumendo che la costruzione tipografica del servizio giornalistico contenuto nel settimanale ingenerasse nel lettore la convinzione che la signora Power usasse o usi abitualmente il profumo citato o che, in ogni caso, l'attrice avesse consentito all'utilizzazione della propria immagine per reclamizzare quel prodotto cosmetico (circostanza, quest'ultima, assolutamente esclusa dall'attrice, tanto più che la signora Power risulta legata sin dall'aprile 1988 con un contratto di pubblicità esclusiva con la Febal Cucine

S.p.A., in virtù del quale la stessa signora Power si è impegnata a non prestare il suo nome e la sua immagine per qualsiasi tipo di pubblicità in Italia).

Conseguentemente, la signora Power ha lamentato la lesione della sua personalità, sotto il profilo della violazione del suo diritto all'immagine, sia in ordine al possibile calo di notorietà ed al diseredito presso il pubblico a seguito della riferita iniziativa pubblicitaria, sia perché lo stesso abuso si configurerebbe come una indebita utilizzazione della sua notorietà con l'evidente esclusione, ovvero limitazione, dell'utilizzo che della stessa può fare la titolare.

All'udienza del 16 maggio 1989 avanti il Giudice istruttore si sono costituiti i convenuti dott. Mosca e Rusconi Editore S.p.A., in persona del suo amministratore delegato dott. Federico Curti, contestando che la pubblicazione del settimanale possa essere lesiva del diritto all'immagine della signora Power e che costituisca illecito sfruttamento della stessa.

Precisate le conclusioni delle parti all'udienza del 12 novembre 1989, la causa è stata rimessa all'udienza collegiale odierna ed assunta in decisione.

Giudica il Collegio che la domanda attorea sia fondata e debba, pertanto, essere accolta.

Il servizio giornalistico in questione chiaramente sviluppa, sotto le mentite spoglie di un'attività di consulenza astrologica, la funzione di reclamizzare diverse marche di profumi attraverso l'accostamento dei medesimi alla immagine di personaggi di successo e suggerendo, in maniera indiretta, che l'uso del profumo possa essere, in qualche modo, strumento di realizzazione di successi analoghi.

Data, pertanto, l'avvenuta utilizzazione dell'immagine della parte attrice, senza il suo consenso e per fini di lucro commerciale, non vi è dubbio che siffatta utilizzazione debba essere considerata illecita.

Con riferimento al « *quantum debeatur* » giudica il Tribunale, avuto riguardo alla natura non disdicevole della realizzata, abusiva pubblicità, tenuto conto della sua occasionalità da un lato ed alla diffusione della rivista dall'altro e preso in considerazione quanto risultante dal contratto prodotto (doc. 2 attore) circa

l'ammontare di compensi percepiti per la concessione di utilizzo economico esclusivo dell'immagine, che possa essere considerato importo risarcitorio adeguato la somma di L. 10.000.000 in moneta attuale e comprensiva di interessi.

È stata chiesta la provvisoria esecuzione, ma non risulta ricorrente, nella specie, alcun presupposto che ne giustifichi la concessione.

Queste considerazioni hanno convinto il Tribunale della fondatezza della domanda e ne giustificano l'accoglimento nei termini suddetti.

La condanna al pagamento delle spese di giudizio segue la soccombenza (art. 91 cod. proc. civ.): si ritiene equo liquidare tali spese, a favore di parte attrice, in L. 450.000 per esborsi, L. 738.000 per diritti e L. 3.000.000 per onorari (tenuto conto degli importi effettivamente liquidati).

**P.Q.M.** — Il Tribunale definitivamente pronunciando sulla domanda, respinta ogni altra richiesta ed eccezione, condanna le parti convenute, in solido, a risarcire a parte attrice i subiti danni con il pagamento dell'importo di L. 10.000.000 (diecimilioni) in moneta attuale e comprensiva di interessi; condanna le parti convenute, in solido, a rimborsare alla parte attrice le spese del presente giudizio complessivamente liquidate in L. 4.188.000.

## TRIBUNALE ROMA

25 MARZO 1992

**PRESIDENTE:** LO TURCO

**RELATORE:** FITTIPALDI

**PARTI:** SCALFARI

(*Avv. Martinetti, Ripa di Meana*)

RIZZOLI PERIODICI S.P.A.

(*Avv. Ferrari, Persichelli*)

SOC. COOP. IL MANIFESTO

(*Avv. Gueli, Zeno-Zencovich*)

EDITORE NUOVA SOCIETÀ S.R.L.

**Persona fisica • Diritti della personalità • Immagine • Sfruttamento pubblicitario • Danno patrimoniale • Sussistenza • Scopo di informazione e critica • Rilevanza • Esclusione.**

*Non è lecito l'uso non autorizzato della immagine di personaggi noti a fini pubblicitari, in quanto quest'ultimo prevale sull'eventuale scopo di informazione critica (o satirica) dell'agente.*

**Responsabilità civile • Diritti della personalità • Sfruttamento abusivo dell'immagine • Responsabilità dell'editore • Sussistenza • Limiti.**

*L'editore che abbia pubblicato, in uno spazio pubblicitario, l'immagine di un personaggio notorio risponde solidalmente nei limiti in cui la pubblicazione risulti lesiva del decoro e dell'onore, mentre non risponde per la lesione del diritto all'immagine non risultando in quest'ultimo caso possibile configurare un onere a suo carico di verifica della liceità della pubblicazione.*

**SVOLGIMENTO DEL PROCESSO.** — Con atto di citazione notificato il 12, 15 e 16 febbraio 1990, il Dr. Eugenio Scalfari esponeva:

1) che sul settimanale « Europeo » n. 25 del 23 giugno 1989 era comparsa una pubblicità del quotidiano « Il Manifesto » incentrata su una fotografia di grande formato raffigurante esso istante, e che sulla parte centrale di detta fotografia era riportata la seguente pubblicità del quotidiano: « Il Manifesto - Legittima difesa », ed in calce la scritta « Legittima difesa dall'informazione - avanspettacolo Il Manifesto - Nuovo, più ricco, più pungente che mai »;

2) che a tale utilizzazione e divulgazione della propria immagine esso Eugenio Scalfari non aveva mai prestato consenso;

3) che l'art. 10 cod. civ., in correlazione con gli artt. 96-98 legge 22 aprile 1941 n. 633, disciplina in maniera autonoma il diritto dell'immagine come diritto assoluto e, come tale, tutelabile *erga omnes*;

4) che ai sensi della citata normativa e della sua costante ed univoca applicazione giurisprudenziale, la pubblicazione dell'immagine altrui, ove manchi, come nella fattispecie in esame, il consenso dell'avente diritto, poteva ritenersi lecita solo in quanto avvenisse in ragione ed in funzione « della notorietà e dell'ufficio pubblico coperto » ed in collegamento con l'esigenza sociale di informazione, mentre doveva ritenersi illecita, e doveva pertanto dichiararsi abusiva, quando venisse utilizzata per reclamizzare la diffusione commerciale di un prodotto qualsiasi distinto ed autonomo rispetto al ritratto medesimo;

5) che costantemente la giurisprudenza aveva ritenuto ed affermato fine diverso dall'esigenza sociale di informazione e, quindi, come tale non legittimante la divulgazione dell'immagine di una persona, pur se nota, quello meramente lucrativo pubblicitario;

6) che in tali pronunce giurisprudenziali si era precisato come una tale utilizzazione non possa trovare alcuna giustificazione né nell'interesse pubblico dell'informazione, e neppure nella rinuncia implicita al diritto alla riservatezza che può ritenersi implicita alla notorietà;

7) che, pertanto, appariva evidente l'illiceità dell'utilizzazione dell'immagi-

ne di esso Eugenio Scalfari, posto che, nella fattispecie, non era ravvisabile l'esigenza sociale di informazioni e che inoltre l'uso fatto della sua immagine si poneva tale da arrecare un pregiudizio al decoro di esso dr. Scalfari; decoro inteso come dignità fisica, sociale, intellettuale dell'individuo;

8) che, indipendentemente dall'assenza del suo consenso, doveva ritenersi gravemente lesivo per esso istante, l'accostamento fra la sua fotografia ed il testo della pubblicità utilizzata dal « Manifesto »: « Legittima difesa dell'informazione - avanspettacolo »;

9) che, nella fattispecie, non poteva neppure essere eccepito *ex adverso*, il rinvio al diritto di critica e/o satira riconosciuti dal nostro ordinamento, vertendosi, nella fattispecie, al di fuori dell'ambito di tali attività;

10) che chiaro ed incontestabile si rivelava, pertanto, il suo diritto ed interesse a vedere tutelato il proprio diritto all'immagine sotto il duplice profilo della tutela della immagine e del decoro, contro l'illecito posto in essere nei suoi confronti;

11) che rivelandosi evidente l'irreparabilità del pregiudizio, esso Scalfari aveva adito, *ex art.* 700 cod. proc. civ., il Pretore di Roma e che, all'udienza del 26 settembre 1989, si erano costituiti sia la Società Manifesto Cooperativa Editrice s.r.l. sia la Rizzoli Periodici S.p.A.;

12) che la Rizzoli Periodici S.p.A., a mezzo dichiarazione resa in data 22 settembre 1989 dal proprio curatore sociale aveva dato assicurazioni in merito: a) al fatto che il n. 25 del 23 giugno 1989 dell'« Europeo » non sarebbe stato ristampato, avendo esaurito la sua circolazione con il ritiro del numero dalle edicole secondo la normale prassi; b) al fatto che le rese erano oggetto di macero; c) al fatto che del n. 25 erano rimaste copie solo di archivio, perciò stesso non suscettibili di diffusione tra il pubblico;

13) che, nel corso della suddetta udienza, i legali di esso Scalfari avevano depositato il numero di settembre 1989 del periodico Prima Comunicazione edito dall'Editore Nuova Società s.r.l., all'interno del quale era riprodotta la pubblicità per cui era causa;

14) che il Pretore, all'esito di riserva, con ordinanza del 18 ottobre - 21 ottobre



1989, preso atto della dichiarazione resa dal curatore della RCS, Periodico Rizzoli S.p.A., aveva rigettato il ricorso nei confronti della RCS Periodici Rizzoli S.p.A. compensando le spese di giudizio fra le parti; aveva invece, in accoglimento del ricorso nei confronti della Soc. Coop. Il Manifesto, inibito alla medesima l'ulteriore utilizzazione della fotografia di esso Scalfari nella propria campagna pubblicitaria, ed aveva fissato termine di gg. 120 per l'inizio della causa di merito;

15) che era interesse di esso Scalfari proseguire nel giudizio al fine del risarcimento di tutti i danni, sia materiali che morali, potendo — al fine di questi ultimi — il Giudice civile sostituirsi a quello penale nella valutazione, *incidenter tantum*, dell'esistenza del reato. Tutto ciò premesso, l'attore conveniva in giudizio il Manifesto Soc. Coop. a r.l., la RCS Periodici Rizzoli S.p.A., e l'Editore Nuova Società s.r.l. Si costituivano in giudizio le sole prime due parti convenute.

La Rizzoli Periodici S.p.A. affermava la propria estraneità alle pretese dell'attore, e deduceva:

1) che il contratto di inserzione pubblicitaria ha per effetto la cessione di spazi a favore dell'inserzionista contro il pagamento di un corrispettivo tabellare e non prevede alcun controllo di merito sul contenuto dell'annuncio che potrà essere rifiutato solo per contrasto con l'ordine pubblico ed il buon costume;

2) che il materiale illustrativo ed i testi, anche nella fattispecie, erano stati predisposti e forniti già pronti per la stampa, dall'agenzia del committente, il quale ha diritto di utilizzare lo spazio acquistato e garantisce la propria disponibilità dei testi slogan pubblicitari, marchi ed altre figurazioni, nonché la loro liceità e ne è pertanto l'esclusivo responsabile nei confronti dei terzi;

3) che evidenti si rendevano, pertanto: a) l'assenza di responsabilità di essa editrice, non essendo nemmeno esigibile un dovere di controllo di tutto il materiale pubblicitario; b) l'obbligo, in ogni caso, dell'inserzionista di tenere sollevata ed indenne essa editrice da qualsiasi domanda;

4) come, quanto ai profili più propriamente di merito, in una analoga fattispecie che aveva visto coinvolta l'Edi-

toriale La Repubblica S.p.A., era stata la stessa Editoriale La Repubblica (di cui lo Scalfari era ben noto Direttore) a sostenere la liceità dell'uso dell'immagine di persone note a fini di campagna pubblicitaria e promozionale di un quotidiano, quand'anche l'uso avvenisse senza il loro consenso (nella fattispecie, sotto lo slogan « La Repubblica sveglia l'Italia » erano apparse, su diversi periodici, le immagini di Craxi, Agnelli, Lama ed altri);

5) come gli argomenti svolti in quel processo da L'Editoriale La Repubblica, secondo cui la fattispecie andava valutata ai sensi dell'art. 97 Legge sul diritto d'Autore, secondo il quale il consenso della persona ritratta non occorre quando la riproduzione della immagine è giustificata dalla notorietà, dall'ufficio pubblico coperto, da scopi culturali, o quando la riproduzione è collegata a fatti, avvenimenti o cerimonie di interesse pubblico o svoltesi in pubblico, dovevano ritenersi tanto più valevoli in riferimento alla iniziativa giudiziaria del dr. Scalfari, in riferimento alla quale non poteva neanche dedursi o sostenersi trattarsi di uso dell'immagine a fini meramente o prevalentemente lucrativi, posto che il messaggio pubblicitario attivato e perseguito da « Il Manifesto » si inseriva nell'ambito di una « campagna istituzionale » in cui, piuttosto che mirarsi alla creazione di un'immagine favorevole del prodotto in sé, si puntava alla qualificazione dell'attività svolta, degli obiettivi perseguiti e dei mezzi impiegati, per il che si rivelavano prevalenti le finalità essenzialmente informative concentranti, sullo scopo positivo della stampa come servizio per l'informazione pubblica;

6) come l'utilizzazione dell'immagine di Eugenio Scalfari corrispondeva allo scopo di indicare, in modo sintetico ed emblematico, un campo di azione del quotidiano il Manifesto, e cioè l'informazione politica, mentre era estranea al messaggio qualsiasi volontà di indurre nel consumatore un condizionamento psicologico mediante l'abbinamento personaggio-prodotto, per spingere il consumatore a preferire il prodotto, piuttosto che per la bontà intrinseca, per il richiamo costituito dall'immagine che vi era stata associata;

7) che nel messaggio de « Il Manifesto », il dr. Scalfari non era certo chia-

mato come testimone o sponsorizzatore del prodotto pubblicitario, ma era evocato solo ad emblema del mondo dell'informazione che costituisce l'oggetto primario dell'impegno di un giornale;

8) che la tesi della strumentalizzazione a fini pubblicitari era contrastata, del resto, proprio dall'intenzione pretesamente denigratoria attribuita dal dr. Scalfari al messaggio, posto che era da escludere che ad un prodotto da promuovere venisse accostata un'immagine di un personaggio di cui fosse intendimento ledere il decoro ed il prestigio;

9) che in realtà l'immagine del dr. Scalfari era stata legittimamente utilizzata come simbolo del mondo dell'informazione oggetto di attività del Manifesto, senza alcun fine retto;

10) che anche il ricorso all'ironia nell'utilizzazione dell'immagine del dr. Scalfari, corrispondeva a uso del tutto lecito, posto che corrispondeva alla evidente finalità di rafforzare l'immagine del « Manifesto » come portatore di un messaggio critico del mondo dell'informazione; e che ciò corrispondeva a prassi ben consolidata sia all'estero che in Italia;

11) che in ogni caso, le dovevano essere rimesse le spese di giudizio anche della fase pretorile posto che, in relazione al provvedimento d'urgenza, il Pretore di Roma era palesemente incompetente territorialmente, dovendosi aver riguardo, per esso, non al luogo in cui potesse verificarsi il danno ma a quello in cui si temeva che venisse svolta l'attività pregiudizievole: e cioè Milano, luogo in cui veniva stampato l'Europeo.

La « Il Manifesto » soc. coop. Editrice a r.l. invece, sottolineò il fatto che la fase cautelare aveva già visto illustrate abbondantemente le ragioni della vertenza, si limitava a replicare:

1) che il provvedimento cautelare, doveva ritenersi decaduto, posto che, avendo l'attore un termine di 120 giorni per introdurre il giudizio di merito, la citazione era stata notificata personalmente, anziché ai procuratori costituiti dalle parti costituite, come invece disposto dall'art. 170 cod. proc. civ.; per il che il giudizio doveva ritenersi iniziato *ex novo*;

2) che essa parte convenuta non aveva posto in essere alcun comportamento anti-giuridico, posto che l'uso dell'imma-

gine del dr. Scalfari all'interno di una propaganda di un giornale politico quale « Il Manifesto » era e rimaneva lecita, trattandosi di personaggio pubblico;

3) che, al contrario, il provvedimento richiesto dall'attore si poneva come contrario alla Costituzione, nonché all'art. 10 della Convenzione Europea dei Diritti dell'uomo;

4) che il dr. Scalfari non aveva subito danno alcuno dalla (peraltro lecita) attività della convenuta, e, proprio nella consapevolezza di ciò, andava letta la richiesta di una liquidazione equitativa.

— In sede di istruttoria della causa non venivano formulate richieste specifiche, per il che, sulle conclusioni di cui in premessa, il procedimento veniva trattenuto in decisione all'udienza del 6 dicembre 1991.

**MOTIVI DELLA DECISIONE.** — Premesso il fatto per cui appare da rigettare l'assunto dell'Editrice « Il Manifesto » relativo ad una dedotta, pretesamente intervenuta caducazione dei provvedimenti cautelari, per mancato rispetto dei termini di introduzione del giudizio di merito (anche a condividere eventualmente l'interpretazione, decisamente negata — peraltro — dalla Giurisprudenza, per cui l'atto di citazione avrebbe dovuto essere, *ex art.* 170 cod. proc. civ., notificato ai procuratori costituiti in sede cautelare in quanto muniti di delega anche per i futuri gradi del giudizio, va sottolineato come l'atto abbia conseguito comunque il suo scopo, posto che il Manifesto ha avuto regolarmente a costituirsi), va rilevato come il presente giudizio evidenziasse ulteriormente i suoi profili di concorrente autonomia, allorché la parte attrice ha avuto a convenire in giudizio, altresì, la « Editore Nuova Società s.r.l. », rimasta estranea alla fase cautelare già svoltasi.

— Altresì rigettata l'ulteriore eccezione, formulata questa volta dalla RCS Rizzoli Periodici S.p.A., con la quale è stata, ancora in questa sede, riproposta la deduzione relativa alla presunta incompetenza territoriale del Pretore di Roma relativamente alla cognizione dei richiesti provvedimenti cautelari. Non ignora certo, questo collegio taluni interessi giurisprudenziali consenzienti con un tal tipo di eccezione ma nondimeno ritiene questo Collegio come, vertendosi

comunque in materia di controversia correlata alla responsabilità da illecito extracontrattuale, anche per danno all'immagine, il criterio del luogo di residenza e di operatività prevalente del soggetto che se ne assuma leso, quale luogo di consumazione dell'evento-danno, (per lo Scalfari, Roma), non possa non affermarsi e non avere operato anche (e tanto più) con riguardo alla fase dei richiesti provvedimenti ex art. 700 cod. proc. civ.

Tutto ciò premesso, va evidenziato come le domande di risarcimento danni, formulate dall'attore debbano, a parere di questo Collegio, trovare accoglimento, quand'anche, ovviamente con: 1) netta separazione e limitazione reciproca di ruoli fra la RCS Periodici Rizzoli S.p.A. e la « Editore Nuova Società » s.r.l., in relazione alla evidentemente non concordata, fra le due editrici, attività di pubblicazione della inserzione contenente l'immagine del dr. Scalfari sulle rispettive riviste, edite, da ciascuna di esse, in tempi del tutto distinti e lontani; 2) limitazione della responsabilità delle editrici in questione, solo in relazione ai profili di utilizzazione dell'immagine dello Scalfari, che si siano tradotti in lesione dell'onorabilità del medesimo.

— L'accoglimento della domanda risarcitoria dell'attore consegue al fatto per cui l'utilizzazione dell'immagine dello Scalfari, così come realizzata dalla coop. a r.l. « Il Manifesto » nell'ambito della sua campagna, va ritenuta avere leso il diritto all'immagine dello Scalfari sia sotto il profilo conseguente al mancato preventivo consenso del medesimo all'utilizzazione della propria immagine per finalità economiche esulanti da quelle di cui all'art. 97, comma 1 della Legge sul diritto d'autore, sia sotto quello per cui l'utilizzazione dell'immagine dello Scalfari, così come coordinata con le didascalie ed i sottotitoli ad essa apposti, si è comunque tradotta in termini lesivi del decoro e dell'onorabilità del soggetto rappresentato.

Le parti convenute costituite (della « Editore Nuova Società » s.r.l., va dichiarata invece la contumacia) hanno contestato l'assumibilità dell'utilizzazione dell'immagine del dr. Scalfari, in termini di illiceità, e ciò hanno fatto portando ad emergenza i — a loro dire as-

sorbenti — profili di: 1) estraneità dell'operazione ai termini pubblicitari, e la sua caratterizzazione, invece, in termini, comunque di « informazione »; 2) l'ascrivibilità, più in genere, del messaggio realizzato attraverso l'immagine specifica e le didascalie prescelte per essa, all'ambito di esercizio del diritto di critica/satira.

— Nessuna delle prospettive sollecitate alla considerazione delle parti convenute, può invece, a parere del Collegio, trovare positivo accoglimento.

— Laddove infatti si vorrebbe derivare, dal solo (in realtà) fatto della specificità del « Manifesto », sia quale quotidiano in genere, sia quale — più in particolare — organo di informazione ad alto contenuto ideologico, tradizionalmente schierato ed impegnato, fin nella sua strutturazione di società cooperativa, in posizioni di radicale contestazione delle tradizionali connotazioni del « mercato », una connotazione di diffusivo carattere ideologico che si trasmetterebbe, per definizione, a tutti i suoi atteggiamenti e a tutte le sue iniziative liberandoli delle loro valenze convenzionali, evidenti si rivelano il salto logico e la petizione di principio.

— Le caratteristiche « pubblicitarie » di una iniziativa promozionale che si realizzi attraverso l'inserzione (per di più a pagamento) nei canali tipici ed ufficiali di convogliamento della pubblicità (quali riviste, settimanali e pubblicazioni affini), sono tali e restano tali indipendentemente, eventualmente, anche dalla stessa connotazione soggettiva di chi a quella iniziativa ricorra.

Né eventualmente il contenuto accentuatamente ideologico (e perciò di informazione) esso stesso del messaggio pubblicitario prescelto (contenuto, per avventura, scelto come tale proprio in funzione della specificità del prodotto da pubblicizzare) vale, a sua volta, a sublimare la connotazione e la valenza pubblicitarie di quel messaggio. Ne consegue che l'utilizzazione senza preventivo consenso dell'immagine altrui, quand'anche assunta nelle sue preminenti valenze ideologiche, a fini di promozione e pubblicità, non possa ricondursi in alcun modo nell'ipotesi di uso lecito previste dagli artt. 10 c.c., e 96, 97 Legge sul Diritto d'Autore, e perciò giustifichi la pretesa risarcitoria del soggetto ritratto;

soggetto titolare esclusivo del diritto di utilizzazione economica dell'immagine.

— Ciò chiarito ed evidenziato, va in particolare escluso, altresì, che nella fattispecie, quanto al contenuto di comunicazione immediata realizzato dal collegamento dell'immagine prescelta (uno Scalfari ripreso in una sede del tutto privata di trucco, precedente — parrebbe — una trasmissione televisiva), con la didascalia « Legittima difesa dell'informazione-avanspettacolo » (contenuto oggettivamente negativamente valutabile in termini di decoro ed onorabilità del personaggio Scalfari), esso contenuto sia neutralizzato dal preteso esercizio di un diritto di satira/critica che presiederebbe alla concezione del messaggio stesso. Se indubbio infatti si pone nel nostro ordinamento, lo spazio fatto al diritto di satira e di critica aspetto del più generale diritto di informazione attraverso la stampa, va altresì sottolineato, peraltro, come ad esso si renda coesenziale il fatto che esso si renda riconoscibile per la sede ed il contesto complessivo nei quali si realizzi, sede e contesto che valgono — perciò — a rendere adeguato anche il superamento dei più correnti criteri di convenienza che attraverso di esso eventualmente si realizzi.

— Nella fattispecie, pare invece al Collegio che la sede in cui il collegamento dell'immagine dello Scalfari con il concetto di « informazione avanspettacolo » (connotazione convenzionalmente indubbiamente negativa) è stato realizzato (una pagina avente carattere dichiarato e pubblicitario) tolga ogni adeguatezza al superamento dei limiti correnti della convenienza, e perciò rafforzi il carattere illecito dell'uso dell'immagine dell'attore.

— Concorrono, pertanto, alla definizione ed alla valutazione del danno al cui risarcimento l'attore ha diritto, in ragione dello indebito uso della sua immagine, due concorrenti profili, uno dei quali collegato alla violazione del diritto esclusivo di utilizzazione economica della propria immagine, e l'altro collegato alla violazione dell'immagine intesa come decoro; decoro alla cui tutela anche il personaggio pubblico ha diritto, al di là della eventuale determinazione (solo a lui rimessa), volta a volta, con scelta evidentemente « politica », di non avvalersene.

— Quanto peraltro, al concorso della RCS Periodici Rizzoli S.p.A. e della « Editore Nuova Società » s.r.l., esso — come già anticipato in esordio di motivazione — si rende valutabile, a parere del Collegio, solo in relazione al profilo di violazione della immagine intesa come decoro ed onorabilità, laddove invece, quanto a quello relativo all'uso indebito dell'immagine a scopi promozionali e di pubblicità, l'attività delle due editrici delle due distinte riviste che hanno ospitato, in tempi distinti, la pagina pubblicitaria, si è correttamente espressa ed esaurita nella cessione dello spazio pubblicitario, non ponendosi come onere di chi ceda spazio pubblicitario anche la verifica della effettiva disponibilità delle immagini in concreto utilizzate dall'acquirente dello spazio pubblicitario.

Diverso si pone invece il discorso in relazione ai profili concernenti la violazione del diritto all'immagine intesa come decoro, posto che, in relazione ad essa, anche la RCS Rizzoli Periodici S.p.A., e la « Editore Nuova Società s.r.l. » erano in grado di valutare (ed avevano l'onere di valutare il contenuto lesivo, in concreto, della pagina che sono andati a pubblicare).

— Ritiene in concreto il Collegio di poter (e dover) pervenire immediatamente, di fronte alla natura del tutto generica ed irrisolta della riserva di parte attrice di differire ad un prosieguo del presente giudizio la determinazione del danno, alla liquidazione dei danni; liquidazione che si impone poi che mai in termini meramente equitativi.

Appare congruo definire in L. 15.000.000 complessive (atteso comunque il profilo del tutto peculiare in cui risulta comunque inserita l'iniziativa pubblicitaria del « Manifesto » da riguardare pur sempre alla luce della nota collocazione del quotidiano al di fuori del grosso mercato) il danno da risarcirsi in via esclusiva, a titolo di violazione del diritto di utilizzazione economica esclusiva dell'immagine, dalla convenuta « Il Manifesto » soc. coop. Editrice a r.l.

— In solido con il « Manifesto », vanno invece, e ciascuna per proprio conto, condannate le altre due convenute, al pagamento dell'importo di L. 10.000.000 ciascuna, in relazione all'importo complessivo di L. 20.000.000 nel

quale si liquida il danno complessivo da violazione del diritto alla immagine intesa come decoro ed onorabilità, subito dallo Scalfari; danno la cui valutazione si rende possibile per l'indubbia configurabilità di una lesione apprezzabile anche sotto il profilo penale.

— Nessuna pronuncia di sequestro si rende assumibile, tanto meno in questa fase, trattandosi comunque di fattispecie realizzatesi a mezzo stampa.

Nessun interesse concreto sopravvive, da parte dell'attore, a pronuncie inibitorie, dato lo strumento attraverso cui si è realizzato l'illecito: una pubblicazione già uscita di commercio.

— L'esonazione della Rizzoli Periodici S.p.A., rispetto ai profili della domanda dell'attore connessi all'utilizzazione indebita dell'immagine sua a fini economici, rende più che mai improponibili le già problematiche pretese in garanzia avanzate dalla parte convenuta in questione.

Ed infatti, vertendosi, quanto alla responsabilità per violazione dell'immagine dello Scalfari come decoro, in ipotesi in cui la Rizzoli è chiamata a rispondere per fatto proprio di omesso controllo, non si intravede, in assenza di ogni più specifica deduzione in merito a specifiche clausole contrattuali di garanzia, spazio per ricostruire alcun titolo di responsabilità interna quanto ai rapporti fra la Rizzoli ed « Il Manifesto ».

— La parte attrice ha diritto, altresì, alla refusione delle spese di giudizio, refusione alla quale sono tenute in solido e per l'intero (e cioè anche in riferimento alla fase cautelare Pretorile, la RCS Rizzoli Periodici S.p.A. ed « Il Manifesto » soc. coop. Editrice a r.l., e limitatamente alla sola fase del presente giudizio di merito (quand'anche pur sempre in solido) la Editore Nuova Società s.r.l., che non è stata convenuta in sede pretorile, né a quella fase ha preso altrimenti parte.

— Le spese in questione vengono liquidate come da dispositivo.

— Non ricorrono i presupposti di cui all'art. 28 cod. proc. civ.

P.Q.M. — Il Tribunale di Roma, definitivamente pronunciando sulle domande proposte da Scalfari Eugenio nei confronti della RCS Rizzoli Perio-

dici S.p.A., della « Il Manifesto soc. coop. Editrice a r.l. » e della « Editore Nuova Società s.r.l. », ogni diversa e contraria domanda, eccezione, deduzione disattesa, così provvede:

1) dichiara la contumacia della « Editore Nuova Società s.r.l. »;

2) dichiara illecito l'uso dell'immagine dell'attore fatto, rispettivamente sui numeri 25 del 23 giugno 1989 dell'« Europeo », e n. 178, del settembre 1989 di « Prima Comunicazione »; e, per l'effetto, condanna « Il Manifesto », in persona del legale rappresentante P.T., al pagamento in favore dell'attore, a titolo di risarcimento danni da violazione dei diritti di utilizzazione economica esclusiva della immagine, dell'importo di L. 15.000.000 equitativamente determinato e comprensivo di rivalutazione ed interessi ad oggi, oltre ulteriori interessi sino al saldo; nonché, sempre per l'effetto, condanna « Il Manifesto » soc. coop. Editrice a r.l., come sopra, al pagamento dell'ulteriore importo di L. 20.000.000, sempre equitativamente determinato e comprensivo di interessi e rivalutazione ad oggi, oltre interessi sino al saldo, a titolo di risarcimento danni per violazione del diritto all'immagine intesa come decoro e reputazione;

3) condanna la RCS Rizzoli Periodici S.p.A. e la Editore Nuova Società a r.l., in persona dei rispettivi legali rappresentanti P.T., al pagamento in favore dell'attore, in solido con « Il Manifesto », dell'importo di L. 10.000.000 quale quota di loro pertinenza del maggiore importo di L. 20.000.000 di cui al precedente punto 2) del presente dispositivo, oltre interessi da oggi sino al saldo;

4) condanna le parti convenute, in solido fra loro, alla refusione delle spese di giudizio sostenute dalla parte attrice (quanto alla « Editore Nuova Società » s.r.l., limitatamente alle sole spese della presente fase); spese che liquida in complessive L. 1.000.000 per la fase pretorile, di cui L. 70.000 per esborsi e L. 600.000 per onorari; ed in L. 4.000.000 per la presente fase di giudizio, di cui L. 150.000 per esborsi e L. 3.000.000 per onorari.

## **RICHIAMI DI DOTTRINA E GIURISPRUDENZA**

Entrambe le pronunce in epigrafe si occupano dell'abusivo sfruttamento pubblicitario dell'immagine di personaggi notori ma in relazione a fattispecie alquanto diverse fra loro.

La fattispecie concreta di cui alla prima sentenza era già stata riconosciuta, in sede cautelare, da Pret. Roma, 21 ottobre 1989, Scalfari-Il Manifesto, in questa *Rivista*, 1990, 560, con nota critica di GARUTTI, *Abbinamento dell'immagine di personaggio noto con un prodotto a scopo di differenziazione*.

In un contesto pressoché identico si colloca la decisione del Trib. Roma, 20 luglio 1991, Craxi-La Repubblica, *ivi*, 1992, 88, con nota di richiami (ai cui riferimenti di dottrina e giurisprudenza si rinvia), che valutava in lire 20.000.000 il « prezzo del consenso » di Bettino Craxi (che all'epoca del fatto era Presidente del Consiglio dei ministri), ritenendo peraltro insussistente la lesione del decoro di quest'ultimo nella pubblicazione, a scopo pubblicitario, di una fotografia che lo ritraeva « in atteggiamento stanco e quasi assente » abbinato allo slogan « Repubblica sveglia l'Italia », in quanto « il contesto della pubblicità e segnatamente l'immagine fotografica » potevano essere reputate idonee « a suscitare nella pubblica opinione positivi sentimenti di simpatia per l'umana, naturale espressione ». Sulla responsabilità dell'editore v. da ultimo, in senso negativo nel caso di specie, Trib. Roma 20 luglio 1991, cit. ed *ivi* riferimenti.

Della seconda delle sentenze in epigrafe merita soprattutto di essere segnalata l'opinione per cui anche l'indiretto accostamento dell'immagine di Romina Power ad un profumo integra gli estremi di un abusivo sfruttamento pubblicitario produttivo di danni risarcibili.

Sul diritto all'immagine, anche con riferimento ai problemi connessi alla determinazione del danno, v. da ultimo C. SCOGNAMIGLIO, *Appunti sul danno da illecito sfruttamento economico dell'immagine altrui*, *ivi*, 1991, 589 ss.; ID., *Scopo informativo ed intento di lucro nella disciplina della pubblicazione del ritratto*, *ivi*, 1991, 129 ss.; A. BARENGHI, *Il prezzo del consenso (mancato)*, *ivi*,

1992, 565 ss. (ed *ivi* ampi riferimenti di dottrina e giurisprudenza); più in generale, DE VITA, in *Commentario Scialoja-Branca*, a cura di Galgano, *Delle persone fisiche (artt. 1-10)*, Bologna-Roma, 1988, sub art. 10. Sui criteri di liquidazione del danno v. anche V. RICCIUTO-V. ZENO ZENCOVICH, *Il danno da mass media*, Padova, 1990; sui profili del risarcimento del danno in generale v. per tutti C. SALVI, voce *Risarcimento del danno*, in *Enc. Dir.*, XL, Milano, s.d ma 1989, 1084 ss. e ID., *Il danno extracontrattuale*, Napoli, 1985.

A.B.