

PRETURA ROMA (ord.)

18 FEBBRAIO 1986

PRETORE: LOREFICE

PARTI: BAGLIONI

(*Avv. G. Assumma*)

ERETEL E ALTRI
(*n.c.*)

**Persona fisica • Diritti della
personalità • Notorietà • Diritto
soggettivo • Esclusione.**

Non esiste nel nostro ordinamento un autonomo diritto personale con ad oggetto la propria notorietà.

**Persona fisica • Diritti della
personalità • Diritto al nome e
alla immagine • Contenuto
patrimoniale • Rilevanza della
notorietà.**

Il diritto al nome e all'immagine include la tutela del contenuto patrimoniale di tali attributi il cui valore sarà tanto più elevato, quanto maggiore sarà la notorietà.

**Provvedimenti d'urgenza •
Diritto al nome e all'immagine di
persona notoria • Utilizzazione
senza il consenso del titolare •
Tutelabilità anche in via
cautelare • Lesione dell'onore e
della reputazione • Irrilevanza.**

Va accolta la richiesta di provvedimenti urgenti di inibitoria nei confronti di chi utilizzi a fini di lucro senza il consenso del titolare il nome e/o l'immagine di persona notoria, indipendentemente dalla sussistenza di una lesione all'onore e alla reputazione.

Con ricorso depositato il 23 dicembre 1985 Baglioni Claudio esponeva che da alcuni giorni era stato posto in vendita un calendario da muro, composto di otto pagine a colori, in ognuna delle quali era pubblicata la riproduzione fotografica delle sembianze facciali di esso istante, con in calce un'imitazione della abituale sua firma; che la detta pubblicazione non conteneva alcun riferimento biografico all'istante né ad avvenimenti ed a pubbliche relazioni, onde in essa difettava un qualunque intento « cronachistico » e informativo; che, al contrario, la detta pubblicazione palesava intenti meramente speculativi e ledeva il decoro di esso istante, lasciando intendere, specie con l'imitazione della firma, che egli fosse consenziente ed anche interessato all'iniziativa speculativa.

L'ordinanza conferma un indirizzo assunto dalla Pretura di Roma relativo alla tutela del nome e/o dell'immagine delle persone notorie contro un abusivo sfruttamento commerciale dei loro attributi.

Il punto controverso si rinviene nell'art. 97 l. d'aut. il quale statuisce, tra l'altro, che « non occorre il consenso della persona ritrattata quando la riproduzione dell'immagine è giustificata dalla notorietà »; e nel richiamo alla notorietà non pochi hanno fondato la liceità dell'uso dell'immagine altrui, purché non lesivo dell'onore e della reputazione (art. 97, comma 2, l. d'aut.). In tal senso si veda l'ambigua decisione Cass. 10 novembre 1979, n. 5790, in *Foro it.*, 1980, I, 81 (relativa alla commercializzazione di bambolotti raffiguranti il calciatore Mazzola; la sentenza diede ragione al giocatore, ma solo sulla base di una sottile distinzione fra forme di riproduzione dell'immagine); e, con riferimento alla riproduzione di atleti su figurine, Trib. Modena 17 gennaio 1976, in *Riv. dir. sport.*, 1976, 159; il 2° grado in App. Bologna 21 aprile 1978, in *Foro pad.*, 1978, 295; App. Genova 24 febbraio 1981, in *Riv. dir. sport.*, 1982, 563.

I diretti precedenti della ordinanza pubblicata sono Pret. Roma 24 dicembre 1981, in *Giur. merito*, 1983, 1222 (con nota di A. FIGONE, *La squadra calcistica della Roma e Paulo Roberto Falcao in poster: ulteriori considerazioni in tema di diritto all'immagine di personaggi famosi*); Pret. Roma 18 aprile 1984, in *Giur. it.*, 1985, I, 2, 544 (con note di M. DOGLIOTTI, *Alcune questioni in tema di notorietà dell'individuo, diritto all'immagine e tutela della personalità*; e di M. GARUTTI, *Utilizzazione in una campagna pubblicitaria di accessori abitualmente usati da una persona*) relativo alla riproduzione dello zucchetto e degli occhiali di Lucio Dalla. Per un precedente contrario v. Pret. Roma 2 gennaio 1985, in questa *Rivista*, 1985, 710 con ampi richiami di dottrina e giurisprudenza.

Fra le molte note dedicate all'argomento v. V. SGRÖI, *La tutela dell'immagine delle persone notorie*, in *Giust. civ.*, 1964, I, 287; P. CRUGNOLA, *Problemi giuridici relativi all'uso di fotografie per pubblicità commerciale*, in *Dir. aut.*, 1973, 418; ID., *In tema di utilizzazione dell'immagine di persone note*, in *Giust. civ.*, 1980, I, 1378; F. BRUSCA, *Tutela del diritto degli atleti alla loro immagine*, in *Riv. dir. sport.*, 1976, 240. Relativamente al caso Mazzola, v. le osservazioni di R. PARDOLESI, in *Foro it.*, 1980, I, 81.

Tanto premesso, il ricorrente chiedeva che, *inaudita altera parte*, fossero concessi i provvedimenti idonei ad evitare l'ulteriore diffusione e commercializzazione della suddetta pubblicazione.

Nella ritenuta sussistenza della condizione di legge, il Pretore Dirigente la I Sezione Civile della Pretura di Roma, Cons. Domenico Bonaccorsi, con decreto pronunciato *inaudita altera parte*, il 23 detto, inibiva alla Eretel s.r.l. con sede in Roma, v. P. Fiore 13, che aveva messo in vendita la pubblicazione di cui sopra, e alla Disco Sprint s.a.s. di Ernesto Bossi, con sede in Trezzano sul Naviglio, via G. Pascoli 30, che l'aveva prodotta e diffusa, ogni ulteriore riproduzione, diffusione e messa in commercio della immagine del ricorrente e ordinava, altresì, alla suddetta Disco Sprint s.a.s. di Ernesto Bossi di provvedere all'immediato ritiro del calendario da tutti i punti di vendita in Italia. Contestualmente fissava la comparizione delle parti per l'udienza del 28 gennaio 1986 avanti a questo Pretore; cui assegnava la causa.

Alla detta udienza nessuno si costituiva per i convenuti. Ciò premesso in fatto, si osserva in diritto che il ricorso è fondato e merita perciò accoglimento, sicché va integralmente confermato quanto disposto con il suddetto decreto emesso in pari data al deposito del ricorso in questione.

Invero, le doglianze del ricorrente risultano univocamente comprovate dal contenuto stesso della pubblicazione in oggetto, la quale concreta senz'altro un'ipotesi di sfruttamento commerciale dell'immagine del ricorrente, senza il consenso di quest'ultimo.

Infatti, la detta pubblicazione consiste nella riproduzione di una serie di immagini fotografiche del volto del Baglioni, con in calce il suo nome e cognome, abbinato al calendario del corrente 1986.

Emerge, dunque, come l'utilizzazione della immagine del ricorrente — in assenza del suo consenso — non risulti giustificata dalla necessità di dare notizia di alcun avvenimento a lui relativo, così come univocamente è dato evincere del fatto che essa non è collegata ad alcun episodio riguardante in qualche modo il Baglioni stesso.

Fondatamente il ricorrente ha posto l'accento sulla natura del supporto at-

traverso cui la esposizione è « stata » attuata (un calendario non un tipico mezzo di informazione: giornale, rivista, libro, agenzia etc.), la quale natura lascia desumere con assoluta univocità l'assenza nella specie di un qualche esercizio, sia pure nelle forme più ridotte e modeste, del diritto di cronaca, per cui è palese la sussistenza degli intenti esclusivamente speculativi perseguiti con la pubblicazione in esame.

Le considerazioni che precedono consentono di affermare come indubbia la sussistenza nella specie dei presupposti di cui all'art. 700 cod. proc. civ., in punto pericolo di danno.

Anzitutto la pubblicazione risulta essere avvenuta con modalità tali (specie la firma — imitata — in calce alle riproduzioni fotografiche) da lasciar fondatamente supporre la possibilità di ingenerare nel pubblico il convincimento del consenso e forse anche della cointeresenza del Baglioni all'operazione commerciale attuata, con il conseguente rischio di uno svilimento della immagine del medesimo.

Non può, infatti, aprioristicamente escludersi che quel convincimento, ove prodottosi, contrasti con il personaggio quale costruito dall'interessato, attraverso un certo impegno e tipo di discorso, coerentemente portati avanti nel tempo.

In secondo luogo non può trascurarsi che la detta pubblicazione viene certamente a pregiudicare la possibilità del ricorrente di sfruttare esso stesso la propria immagine e ciò non foss'altro per il fatto che quanto dedotto in ricorso si sostanzia e risolve nell'appropriazione di facoltà di esclusiva pertinenza del ricorrente.

Il che produce un danno che sarebbe riduttivo, e perciò inesatto, ritenere meramente economico.

Infatti, mentre alla stregua delle considerazioni svolte come prima ipotesi, risulta come il fatto possa incidere negativamente sulla « notorietà » del ricorrente, alla stregua degli argomenti che vengono in esame si ha un'indebita utilizzazione dell'altrui « notorietà », che, dunque, viene in considerazione per duplice via.

Per notorietà, si intende la particolare diffusione di un nome e/o di un'immagine (di taluni presentatori radiofonici,

ad es., ha diffusione solo il primo e non anche la seconda).

L'indicata situazione, anche alla stregua della vigente normativa, giuridicamente rileva dunque come caratteristica, ovvero come particolare modo d'essere dell'oggetto primario della tutela (il nome e/o l'immagine per l'appunto), la quale è apprestata in ragione sia della capacità di identificazione che al nome e all'immagine sono « generalmente » proprie, che della posizione sociale (tra cui la notorietà) che ad essi è in « particolare » ricollegata.

La notorietà, dunque, non è, a parere del giudicante (contrariamente a quanto assunto dal ricorrente), oggetto autonomo di tutela (se si vuole, bene essa stessa), ma ciò nonostante riceve egualmente tutela, quale appunto modo d'essere del nome e della immagine della persona.

V'è piena analogia con quanto accade in tema di impresa, ove la notorietà dei segni distintivi non ha un'autonoma disciplina, ma accede a quella apprestata per i segni stessi (un implicito riferimento alla notorietà vi è ad es. nell'art. 2571 cod. civ. in tema di preuso del marchio non registrato).

Si rende conto il Giudicante che la detta ricostruzione probabilmente non accorda alla « notorietà » quella tutela che il momento socio-economico attuale imporrebbe, senonché le valutazioni, che possono valere *de iure condendo*, per contro non possono essere prese in considerazione ed essere poste a base di un'operazione che non può che rimanere come meramente interpretativa della vigente legislazione, la quale è certamente il frutto di altra sensibilità, che (come si evince ad es. dallo sviluppo altrimenti dato ai diritti reali, al diritto delle successioni, etc.) mostra come i compilatori abbiano avuto una inadeguata percezione della rilevanza dei c.d. diritti della personalità.

D'altra parte, l'esistenza di un (autonomo) diritto personale con ad oggetto la propria notorietà non può essere dedotta del generale criterio che vuole assicurato ad ognuno il potere esclusivo di trarre ogni possibilità di guadagno dai risultati del proprio operato, di cui la notorietà è appunto un frutto, così come assunto dal ricorrente.

Ad una tale affermazione osta, invero, la tipicità dei diritti in questione. Ne

segue che la notorietà, — a differenza ad es. dell'avviamento dell'impresa, da taluni ritenuto (anche) diritto personale, in quanto frutto della capacità manageriale dell'imprenditore (sia esso persona fisica, come collettiva) —, non è autonomo oggetto (bene) di un diritto personale e *sé stante*.

Ciò nondimeno, così come si è d'innanzi rilevato, la notorietà ha una tutela, che le viene assicurata attraverso quella che ricevono il nome e/o l'immagine della persona: è indubbio che, solo con il consenso dell'avente diritto, può ritenersi lecito il lancio di un prodotto sportivo abbinato al nome di un famoso calciatore o tennista, o di un prodotto di bellezza associato all'immagine di una nota diva.

In una tale ricostruzione non è dunque la notorietà in *sé* ad avere un suo valore economico, e ad essere bene in senso giuridico (cioè oggetto di rapporti appunto giuridici), il bene infatti è da identificare nel nome e/o nell'immagine notori.

Nell'unica situazione soggettiva è dato ravvisare due contenuti, in un certo senso complementari e cioè: a) la tutela del nome e dell'immagine quali elementi distintivi della persona nella normale vita di relazione; b) quindi la tutela della notorietà del nome e dell'immagine, ove acquisiti. Contenuto necessario il primo, contenuto eventuale il secondo, attraverso il quale in via mediata si realizza come si è detto prima — la tutela della notorietà come prodotto della capacità della persona.

La commercializzazione della notorietà si realizza attraverso l'utilizzazione del nome e/o dell'immagine, il cui valore patrimoniale sarà tanto più elevato, quanto maggiore sarà appunto la notorietà.

L'atto dispositivo, a sua volta ed ovviamente, non potrà che avere ad oggetto quel contenuto (eventuale) del diritto al nome e all'immagine aventi un valore economico e di cui è quindi possibile uno sfruttamento nel senso indicato.

Non può, dunque, essere disconosciuto nei diritti della personalità un contenuto patrimoniale.

Le precisazioni svolte consentono di porre nella dovuta evidenza il rispetto dell'ambito segnato, da un lato, dall'indisponibilità dei diritti personali, quali

situazioni soggettive a tutela dei mezzi di identificazione della persona, e dall'altro, dal contenuto necessariamente patrimoniale del contratto (art. 1321 cod. civ.), nella cui sola categoria è possibile costruire atti traslativi « atipici », quale appunto è quello attraverso cui si attua la cessione della utilizzazione economica della notorietà del nome e/o dell'immagine di una persona.

Il collegamento necessario della notorietà al nome e/o all'immagine al fine della sua tutela, se forse crea delle limitazioni alla tutelabilità della notorietà in sé, per contro esalta e quindi rafforza quella appunto del nome e dell'immagine (e questa può senz'altro ritenersi la conseguenza di maggior rilievo della ricostruzione che si è delineata).

È palese, infatti, che tanto più ampia è la notorietà tanto più grave sarà l'abuso dell'altrui nome e/o immagine e ciò sia in ragione della maggiore ampiezza della eventuale lesione della reputazione, che del maggior pregiudizio della possibilità di sfruttare la propria notorietà, arrecati al titolare.

Rimane, dunque, confermata anche per tale via la sussistenza nella specie dei presupposti tutti di cui all'art. 700 cod. proc. civ., attesa appunto la indiscussa notorietà del ricorrente e la lesione conseguente al fatto del medesimo subito e dedotto in giudizio.

Vale al riguardo ricordare che giusti i precedenti di questa stessa Sezione della Pretura di Roma (cfr. 22 luglio 1977, in *Temi Rom.*, 1977, p. 638 ss.; 22 gennaio 1979, in *Giust. civ.*, 1980, I, 2333 ss.) le misure cautelari ex art. 700 cod. proc. civ. non sono genericamente rivolte ad impedire l'uso dell'altrui nome e/o immagine senza il consenso del titolare, ma più specificamente sono dirette ad evitare il pregiudizio che deriva all'onore e alla reputazione di quest'ultimo, con la conseguenza che ove tale pregiudizio non sussista, il diritto potrà essere garantito soltanto nei modi ordinari dell'azione risarcitoria.

Orbene, tale orientamento, che certamente è da condividere, appare peraltro riduttivo dell'ambito della tutela, atteso che questa risulta apprestata con riguardo non solo all'onore e alla reputazione della persona, ma anche alla sua notorietà, dovendosi appunto riconoscere al titolare la possibilità di reagire contro

l'utilizzazione che altri faccia del suo nome e/o immagine, in quanto noti, e ciò al fine di eliminare la (pur sola) possibilità che altri si appropri, utilizzandolo, di quanto, oltre a rappresentare un preciso e talora ingente valore economico, è anche, e soprattutto, il frutto della propria capacità.

Si è già detto d'innanzi, e qui si ripete, che ai fini della procedura in oggetto la notorietà può venire (e nella specie viene) in considerazione per duplice via, sia perché l'abuso del nome e/o della immagine, ledendo l'onore o la reputazione del titolare, può produrre un calo della sua notorietà, sia perché il detto abuso può concretare un'indebita utilizzazione della di lui notorietà, con conseguente esclusione o quanto meno limitazione dell'utilizzazione che di essa può fare il titolare.

Deve in conclusione riconoscersi la notevole incidenza della notorietà del nome e dell'immagine nella tutela ad essi apprestata dalla legge; infatti, ove vi è notorietà della persona, la considerazione dell'onore e della reputazione della stessa viene in modo strumentale rispetto alla sua notorietà (attraverso i primi due si tutela la seconda), inoltre, la notorietà esclude la liceità dell'utilizzazione del nome e/o dell'immagine altrui, attuata a meri fini commerciali e senza il consenso del titolare, cui ogni utilizzazione è invece sicuramente riservata, essendo la (sua) notorietà frutto delle sue stesse capacità.

Sulla legittimazione passiva dei convenuti, infine, va rilevato che non possono essere sollevati dubbi di sorta, attese le esplicite risultanze di causa al riguardo.

Il decreto del 23 dicembre 1985 va, dunque, integralmente confermato e per l'inizio della causa di merito va concesso il termine di gg. 160.