

TRIBUNALE RIMINI

7 MAGGIO 2013

PRESIDENTE: LABATTAGLIA

PARTI: ALBERGO MAJOR DI

FERRETTI FABRIZIO & S.N.C.

(avv. Signorini)

HOLIDAYCHECK A.G.

(avv. ti Giacomuzzi, Casanti)

Rating dei servizi commerciali. Commenti diffamatori degli utenti. Responsabilità del provider. Esclusione. Diritto di critica

Nell'accertamento del requisito di verità nell'esercizio del diritto di critica da parte di un utente di un sito web, avente ad oggetto la qualità dei servizi offerti, si deve tenere presente che si tratta, per

la gran parte, di valutazioni personali, come tali (ontologicamente) opinabili, cui non è possibile — evidentemente — predicare, in via automatica, i canoni di verità/falsità. In questo caso, dunque, il presupposto della verità pare potersi declinare nella fedeltà del resoconto delle proprie opinioni e sensazioni e nell'assenza di mala fede da parte dell'utente.

Concisa esposizione delle ragioni di fatto e di diritto della decisione
1) Si omette l'esposizione dell'oggetto del processo, non più richiesta dalla nuova formulazione dell'art. 132 c.p.c. (introdotta dall'art. 45 XVII co., 1, n. 69/09 ed immediatamente applicabile al giudizio di primo grado pendenti al 4.7.2009, data di entrata in vigore della legge stessa, in forza del suo art. 58, II comma).

2) L'attrice deduce la responsabilità (extracontrattuale) dell'*internet provider* del sito *www.holidaycheck.it*, per avere omesso di esercitare il doveroso controllo sul contenuto dei messaggi ivi inseriti dai suoi utenti (aventi ad oggetto, nello specifico, giudizi personali circa le caratteristiche e le qualità dell'albergo Major di Cattolica, di proprietà del Sig. Ferretti). Ritenendo tali giudizi diffamatori — e dunque lesivi della propria reputazione commerciale — l'attrice qualifica, quindi, come illecito il comportamento del gestore del portale in questione, *“poiché con la sua condotta di filtraggio e valutazione dei contraenti che riceve, deve, prima di pubblicarli sul sito internet, valutare se gli stessi sono veritieri e non diffamanti, altrimenti diviene corresponsabile del commento stesso”* (pag. 3 dell'atto di citazione). Nella memoria ex art. 183, VI co., n. 1, c.p.c., s'invoca al riguardo, da parte dell'attrice, l'applicazione analogica della legge sulla stampa (n. 47 del 1948), nonché dell'art. 30 della legge n. 223/90. Ma l'assunto è fortemente controverso in dottrina e giurisprudenza, per ragioni tecnico-oggettive, (legate alla pratica impossibilità di controllare tutti i dati e le informazioni inserite in un *server* (si veda Trib. Catania, 29.6.2004) nonché (più strettamente) giuridiche (quanto meno *de jure condito*) in virtù della puntuale definizione del concetto di “stampa” e “stampato” di cui all'art. 1 l. n. 47/48; dell'impossibilità di estendere *per relationem* il concetto di editore rilevante ai fini penalistici (v. Trib. Oristano, 25.5.2000); dell'ambito di rilevanza dell'equiparazione che sembrerebbe desumersi dalla l. n. 62/01, limitato all'aspetto della registrazione delle testate (onde poter fruire dei correlativi benefici ed agevolazioni). Merita di essere sottolineata, in argomento, in recente pronuncia della Corte Costituzionale (ordinanza n. 337/11), con la quale è stata dichiarata *“manifestamente inammissibile la q.l.c. dell'art. 11 l. 8 febbraio 1948 n. 47, censurato, in riferimento all'art. 3, comma 1, Cost., nella parte in cui, escludendo dalla responsabilità civile ivi prevista il proprietario ed editore del sito web, sul quale vengono diffusi giornali*

telematici, accorderebbe una tutela ingiustificatamente più ampia alle persone offese da reati commessi col mezzo della carta stampata, rispetto a quella che il medesimo reato abbiano subito col mezzo di un giornale telematico". Nella motivazione si legge che "l'eventuale accoglimento della questione non potrebbe condurre ad una pronuncia di condanna al risarcimento del danno del presunto responsabile civile nel giudizio", dal momento che, secondo la stessa prospettazione del giudice a quo, la dichiarazione di illegittimità costituzionale della norma censurata dovrebbe condurre a qualificare come illecita la condotta di soggetti (il proprietario e l'editore del sito web, sul quale vengono diffusi giornali telematici recanti notizie ritenute diffamatorie) non compresi nella previsione di detta norma nel momento in cui la condotta stessa fu realizzata".

3) Al di là delle considerazioni appena svolte, è un fatto che la responsabilità dell'*internet provider*, nei casi quali quello in esame, si atteggi alla stregua di responsabilità, per così dire, di secondo grado; presupponga, cioè, in primo luogo, che un illecito sia stato commesso da parte di un utente del sito e, in secondo luogo, che il *provider*, acquisita la consapevolezza del fatto, non si sia attivato per verificare l'illiceità dei contenuti pubblicati e, conseguentemente, per rimuoverli. Depongono chiaramente in tal senso le disposizioni di cui agli articoli 14, 15 e 16 del d.lgs. n. 70/03, che si riferiscono alla trasmissione, memorizzazione e conservazione di "informazioni fornite da un destinatario del servizio", delineando la responsabilità del *provider* in relazione a comportamenti (successivi) relativi alla tenuta di tali informazioni, ovvero alla verifica della loro natura. L'art. 17, poi, pone il principio dell'esclusione di un obbligo generale di sorveglianza del *provider* sulle informazioni che trasmette o memorizza, essendo egli tenuto soltanto ad informare l'autorità (giudiziaria o amministrativa) delle "attività o informazioni illecite" di cui venga a conoscenza, ed a fornire, dietro richiesta delle autorità medesime, le informazioni in suo possesso, che consentano l'identificazione dei destinatari dei propri servizi. Dunque, è necessaria l'acquisizione della consapevolezza di un illecito altrui; consapevolezza che — pare evidente — può derivare anche dalla comunicazione del diretto interessato (ossia colui che si ritenga leso nella propria sfera giuridica dalle informazioni divulgate in rete). Ciò è, peraltro, quanto l'attrice ha specificamente allegato di avere fatto, per mezzo di diverse e-mails (v. doc. 1 del suo fascicolo), nelle quali diffidava la società svizzera dal continuare a "pubblicizzare" il suo albergo sul sito in questione, negando di avere mai dato il suo consenso o la sua autorizzazione. Nella raccomandata inviata il 25.6.2007 dall'avv. Signorini alla Holidaycheckk (doc. 3), poi, si denunciava che le dichiarazioni dei "fantomatici utenti" del portale avevano "un contenuto fortemente diffamatorio e non corrispondente alla verità dei fatti", ed avevano "infangato la reputazione e la professionalità del [suo] cliente, causandogli un notevole danno alla immagine professionale". Ebbene, in primo luogo si deve escludere che tali "diffide" valessero, di per sé, a costituire il *provider* in obbligo di rimuovere i commenti presenti sul sito, relativi alla struttura alberghiera del Ferretti. Non sussiste(va), infatti, alcun rapporto contrattuale tra le parti del presente giudizio, né — vista la natura delle informazioni di cui si discute — alcun diritto di privativa che fondasse, in capo alla società

Albergo Major, una “prerogativa” sulle stesse (in rapporto alla quale postulare un obbligo di consenso preventivo all'utilizzazione o divulgazione). Non pertinente, inoltre, appare il richiamo alla disciplina in materia di c.d. pubblicità ingannevole, posto che il relativo concetto riguarda la “promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori”, effettuata nell'interesse del “professionista” (art. 18, I co., d.lgs. n. 206/05), mentre nel caso di specie il servizio offerto dal sito si mantiene “neutro” rispetto alle singole strutture recensite, essendo finalizzato ad accogliere le opinioni dei suoi utenti, per così dire, “indiscriminatamente”, vale a dire in maniera non indirizzata *a priori* sull'una o sull'altra struttura. Difetta, in altre parole, in capo al *provider*, qualsiasi conoscenza preventiva circa l'oggetto, il numero, la tipologia e la frequenza di diffusione dei messaggi relativi ai vari alberghi, se non addirittura circa l'identità dell'albergo interessato.

4) In seno alla memoria *ex art.* 183, VI co., n. 1, c.p.c. la società attrice ha introdotto, quale ulteriore *causa petendi*, la violazione della disciplina in materia di protezione dei dati personali: in mancanza del consenso *ex art.* 23 d.lgs. n. 196/03, l'operato della Holidaycheck incorrerebbe nella responsabilità delineata dall'art. 15 del medesimo testo normativo. La deduzione appare inammissibile sotto il profilo processuale, siccome esorbitante dai limiti della c.d. *mutatio libelli* consentita dalla citata disposizione. Invero, con essa si introduce indubitabilmente nel processo un nuovo e diverso tema d'indagine — rappresentato, per l'appunto, dalla ricorrenza della peculiare figura di responsabilità menzionata — che, per i fatti costitutivi e le regole operative che lo caratterizzano, non può considerarsi certo ricompreso nella “normale” responsabilità *ex art.* 2043 (e 2059) c.c. Ciò detto, non può farsi a meno, tuttavia, di sottolineare che — anche a volere ritenere inquadrabili le informazioni in discorso nella nozione di “dato personale” e, conseguentemente, l'attività della convenuta in quella di “trattamento” ai sensi dell'art. 4, I co., lett. b, d.lgs. n. 196/03 (con riferimento, però, al periodo antecedente al 6.12.2011, data di entrata in vigore dell'art. 40, II co., lett. a, d. l. n. 201/11, che ha espunto dal novero della definizione in esame il riferimento alle informazioni concernenti le persone giuridiche, gli enti od associazioni) —, sembrerebbe ricorrere un'ipotesi di trattamento “temporaneo, finalizzato esclusivamente alla pubblicazione o diffusione occasionale di articoli, saggi e altre manifestazioni del pensiero anche nell'espressione artistica” (art. 136, lett. c, d.lgs. n. 196/03); trattamento che, ai sensi del successivo art. 137, II co., è effettuabile “anche senza il consenso dell'interessato previsto dagli articoli 23 e 26”, fermi restando “i limiti del diritto di cronaca a tutela dei diritti di cui all'articolo 2 e, in particolare, quello dell'essenzialità dell'informazione riguardo a fatti di interesse pubblico”. Si può richiamare, al riguardo, la decisione del Garante per la protezione dei dati personali del 28.6.2006 (accessibile sul sito www.garanteprivacy.it), relativa ad un caso in cui una società di formazione universitaria privata si opponeva al trattamento dei dati che la riguardavano, contenuti in alcuni messaggi pubblicati su un *forum* di discussione nell'ambito del sito internet www.studenti.it: l'Autorità, dopo aver ricondotto la fattispecie nell'ambito di applicazione delle disposizioni appena richiamate, ha escluso che fossero stati violati, in concreto, “i

limiti del diritto di cronaca a tutela dei diritti di cui all'art. 2 del Codice", rigettando conseguentemente il ricorso. Il richiamo alle prerogative soggettive la cui salvaguardia funge da "limite esterno" di legittimità del trattamento dei dati personali conduce, quindi, ad affrontare il nodo cruciale della fattispecie concreta in esame, dall'angolo visuale della lesione (extracontrattuale) del diritto alla reputazione (commerciale) della società attrice.

5) Come s'è visto, la struttura dell'illecito *de quo* postula, "a monte", la condotta *non jure* e *contra jus* del singolo utente, il quale inserisca nel sito lo specifico commento (ritenuto) denigratorio. Scendendo nel concreto, ove tale condotta risultasse provata, sussisterebbe verosimilmente la responsabilità (anche) del *provider*. La società convenuta, in relazione al servizio che in questa sede viene in rilievo (raccolta delle recensioni sulle varie strutture ricettive, in funzione di ausilio per una scelta consapevole della meta turistica da parte dei clienti del sito), deve infatti annoverarsi tra i c.d. *content providers*, non limitandosi a mettere a disposizione uno spazio sul *server* autogestito dagli utenti, ma predisponendo e gestendo direttamente il "contesto" nel quale i commenti vengono inseriti. Si consideri, peraltro, che lo svolgimento di una certa attività di controllo sulle informazioni "caricate" dagli utenti risulta dal contenuto della lettera inviata dalla stessa HolidayCheck AG all'avv. Signorini in data 2.7.2007 (la cui traduzione giurata è stata prodotta *sub* 4 nel fascicolo di parte attrice), nella quale vengono illustrate le condizioni in presenza delle quali la società gestrice del sito ritiene integrata "una cosiddetta critica diffamante", precisandosi che "le iscrizioni di carattere dubbio sono già state rimosse da noi". Nelle informazioni generali del sito, del resto, è scritto chiaramente che "le informazioni che riguardano il mondo dei viaggi e delle vacanze vengono messe a disposizione degli stessi utenti. HolidayCheck raccoglie, controlla e pubblica queste informazioni" (doc. 10 allegato alla memoria istruttoria depositata da parte attrice il 4.12.2008). Né vi sono dubbi, nel caso di specie che la convenuta avesse effettiva conoscenza delle frasi che l'attrice riteneva diffamatorie, a seguito delle segnalazioni fatte da quest'ultima e riscontrate dalla prima. Resta da verificare, pertanto, se tali frasi fossero realmente offensive e lesive della reputazione della società proprietaria dell'albergo Major. Il contenuto delle affermazioni *de quibus* è ripercorso dall'attrice nelle note conclusive depositate il 15.4.2013. Si tratta essenzialmente di giudizi e valutazioni relativi al servizio (per esempio: "servizio praticamente non presente, ambiente non cordiale, il personale non parla tedesco né inglese (...) atmosfera non cordiale e personale per niente cordiale"; "il personale è molto scortese e non servizievole. La direzione dell'hotel per lo più ignora i reclami (...) personale dell'Hotel completamente incompetente"; "la procedura di check-in è stata mostruosa (...) il proprietario non si faceva trovare e non ci è stato possibile parlare con lui" "la capacità del personale di comunicare in altre lingue era terribilmente bassa (...) personale molto scortese (...) operazioni di check-in estenuanti (...) all'Hotel Major i reclami non vengono considerati. Il servizio in albergo era pessimo"; "le lingue straniere non erano comprese"; "il personale di servizio è molto gentile e servizievole. Però nessuno parla tedesco, quindi la comunicazione si ha solo parlando italiano o facendo gesti con mani o

piedi"; "gli asciugamani non venivano cambiati e la doccia e la vasca non pulite"; "le camere dei bambini sono pulite poco ossia viene rifatto solo il letto"); alle attrezzature e dotazioni dell'albergo (per esempio: "un telefono non appoggiato correttamente ma senza connessione costa già 1.50 €"; "le possibilità di trascorrere il tempo libero erano disastrose (...) le possibilità di svago pessime"; "l'atmosfera e l'arredamento del posto in cui si mangiava e beveva erano scadenti (...) le proposte per il tempo libero erano disastrose"; "il campo training, così come offerto in internet, in nessun caso è raccomandabile, perché gli sportivi non ricevono le calorie di cui avevano bisogno per praticare il loro sport"; "l'hotel Major offriva solo poche attività sportive e/o intellettuali ed anche una estrema mancanza di servizio"; "non c'erano servizi per la cura e l'intrattenimento dei bambini"); alla cucina (per esempio: "le pietanze sembravano uscite dalla scatola delle conserve, i condimenti sembrano non esistere in cucina"; "le pietanze sono poco fantasiose e senza gusto"; "quando al buffet l'insalata era fuori dal contenitore i camerieri la rimettevano con le mani nude o la buttavano a terra"; "non ho mai visto delle fettine di salame o formaggio così fini! (...) a cena era commestibile la pasta, tutto il resto si poteva dimenticare. Il buffet degli antipasti era bello da guardare, ma sempre con le stesse cose, cioè quello che rimaneva dal pranzo veniva guarnito e offerto la sera come piatto freddo", "la qualità e il sapore dei cibi non era buona"). Negli atti di causa l'attrice si limita genericamente a denunciarne la carica offensiva e denigratoria, senza però contrastarli nel merito. Tanto venne fatto soltanto in alcune mails inviate alla HolidayCheck il 9.10.2007 (doc. 9 del fascicolo di parte attrice), nelle quali si legge che "all'Hotel Major abbiamo una zona fitness e il parcheggio è davanti all'albergo. Tutti i bagni delle camere hanno una cabina doccia", e che "l'Hotel Major non ha una piscina e lo spazio fitness è al 4° piano"; e si contesta l'affermazione di un cliente di aver prenotato con un gruppo in agosto, nonché quella "un telefono non appoggiato correttamente ma senza connessione costa già 1.50 €". Sembra indubitabile, in primo luogo, che tali esternazioni — benché non inseribili nell'attività giornalistica — rientrino nella libertà di manifestazione del pensiero (nello stesso senso il Tribunale di Roma, sentenza 4.7.1998: "nel caso di un messaggio critico inviato per via telematica da parte di un privato cittadino, di cui si assume la natura diffamatoria, non sono applicabili i criteri validi per l'attività giornalistica, non potendosi tale attività qualificarsi come giornalistica e difettando l'intento lucrativo proprio di ogni attività professionale. Il messaggio dovrà pertanto essere considerato come manifestazione del diritto individuale di critica affermato dall'art. 21 Cost."). Trattandosi di espressione di giudizi negativi, si verte, in particolare, in quello che viene comunemente definito diritto di critica, concretantesi nella manifestazione della propria personale opinione su fatti o persone di interesse (*lato sensu*) pubblico.

Si fronteggia, tale diritto, nelle pieghe delle sue concrete estrinsecazioni, con le posizioni soggettive degli individui (ma anche, come nella fattispecie in esame, delle persone giuridiche: di recente, Cass., n. 4542/12), definite inviolabili e accreditate di "copertura costituzionale" sotto l'egida dell'art. 2 della Carta fondamentale: immagine, onore, reputazione, identità personale, riservatezza, per citarne alcuni. Il conflitto di

valori è governato dalla regola del bilanciamento in concreto, che esamina le modalità effettive di esercizio ed il grado di coinvolgimento delle prerogative che agli stessi si richiamano. Perciò, per esempio, *“in tema di diffamazione a mezzo stampa, non sussiste una generica prevalenza del diritto all'onore sul diritto di critica, in quanto ogni critica alla persona può incidere sulla sua reputazione, e del resto negare il diritto di critica solo perché lesivo della reputazione di taluno significherebbe negare il diritto di libera manifestazione del pensiero; pertanto, il diritto di critica può essere esercitato anche mediante espressioni lesive della reputazione altrui, purchè esse siano strumento di manifestazione di un ragionato dissenso e non si risolvano in una gratuita aggressione distruttiva dell'onore”* (Cass. n. 4545/12). Nel solco tracciato da Cass. n. 5259/84, la giurisprudenza consolidata impernia il giudizio sui singoli casi sui criteri, ormai divenuti *ius receptum*, della verità della notizia, dell'interesse sociale alla sua conoscenza, e della continenza formale dell'esposizione: *“presupposti per il legittimo esercizio del diritto di critica, allo stesso modo del diritto di cronaca, rispetto al quale consente l'uso di un linguaggio più pungente ed incisivo, sono: a) l'interesse al racconto, ravvisabile quando anche non si tratti di interesse della generalità dei cittadini, ma di quello generale della categoria di soggetti ai quali, in particolare, si indirizza la pubblicazione di stampa; b) la correttezza formale e sostanziale dell'esposizione dei fatti, nel che propriamente si sostanzia la c.d. continenza, nel senso che l'informazione di stampa non deve trasmodare in argomenta ad nomine né assumere contenuto lesivo dell'immagine e del decoro; c) la corrispondenza tra la narrazione ed i fatti realmente accaduti, nel senso che deve essere assicurata l'oggettiva verità del racconto, la quale tollera, perciò, le inesattezze considerate irrilevanti se riferite a particolari di scarso rilievo e privi di valore informativo”* (Cass., n. 20140/05). Orbene, non pare che — sulla scorta di tali parametri — i messaggi inseriti sul sito di HolidayCheck possano considerarsi diffamanti. Sussiste indubitabilmente l'interesse pubblico, in relazione alla precipua finalità del servizio offerto dai siti come quello che occupa, che è proprio quella di offrire ad una cerchia indeterminata di (potenziali) turisti informazioni utili per una scelta consapevole della destinazione per le proprie vacanze. Quanto alla corrispondenza a verità, si deve tenere presente, in primo luogo, che si tratta — per la gran parte — di valutazioni personali, come tali (ontologicamente) opinabili, cui non è possibile — evidentemente — predicare, in via automatica, i canoni di verità/falsità. Il cibo che piace all'uno può non incontrare il gusto dell'altro; per uno il cambio degli asciugamani tre volte alla settimana può essere sufficiente indice di pulizia, per un altro no; per un patito del *fitness* quattro o cinque attrezzi ginnici possono risultare del tutto insufficienti, mentre per un altro possono rappresentare un buon diversivo per il tempo libero; e così via. In questo caso, dunque, il presupposto della verità pare potersi declinare nella fedeltà nel resoconto delle proprie impressioni e sensazioni. Sotto questo profilo, non emergono, invero, indici patenti di malafede, convergendo anzi le doglianze su alcuni aspetti che bene potrebbero costituire, secondo un certo metro di valutazione, punti deboli della struttura. D'altra parte, come emerge dalla missiva del 2.7.2007, inviata da HolidayCheck all'avv. Signorini, i clienti del sito, accettando le relative condizioni generali d'utilizzo, *“si impegnano a non*

esprimere valutazioni non obiettive o false e a rilasciare dichiarazioni principalmente allo scopo di consentire agli altri utenti di farsi un quadro più obiettivo ed esauriente al di là dei soliti dépliant su carta patinata". Il linguaggio utilizzato (per quanto sia possibile valutare dalla traduzione italiana), benché in alcuni passaggi "colorito" e perentorio, non appare mai veramente (e gratuitamente) offensivo nei confronti della gestione dell'albergo, o ispirato da malevolenza; non vi sono termini volgari, né le critiche trascendono rispetto all'oggetto tipico (ossia le caratteristiche dei servizi alberghieri). D'altra parte, "il diritto di critica può essere esercitato utilizzando espressioni di qualsiasi tipo anche lesive della reputazione altrui, purché siano strumentalmente collegate alla manifestazione di un dissenso ragionato dall'opinione o comportamento preso di mira e non si risolvano in un'aggressione gratuita e distruttiva dell'onore e della reputazione del soggetto interessato" (Cass., n. 12420/08). Senza dire che, avuto riguardo alle caratteristiche del sito, l'apprezzamento della valenza lesiva dei messaggi non può discendere da una considerazione (soltanto) "atomistica" e decontestualizzata degli stessi, dovendosi valutare anche l'incidenza di quelli di segno contrario (i quali, peraltro, contribuiscono a restituire un'impressione di complessiva affidabilità del servizio). Si ponga mente a quanto scritto da HolidayCheck nella risposta all'avv. Signorini (doc. 4): "gli utenti che leggono le valutazioni degli hotel vengono informati del fatto che si tratta di valutazioni di altri utenti, che di conseguenza sono naturalmente anche di natura soggettiva e che una singola valutazione difficilmente può dare un quadro completo. Viene inoltre fatto presente che la situazione può variare da un momento all'altro e che le valutazioni pertanto rappresentano solo una "istantanea". Che, nel caso in esame, vi fossero anche commenti positivi sull'Hotel Major, è dimostrato dallo stesso documento dal quale si sono estratti i messaggi citati precedentemente, ove si legge pure, tra l'altro: "l'hotel era decisamente pulito. Un albergo davvero eccellente per quanto riguarda la sua vicinanza a ristoranti e bar (...). La valutazione di Sylvia di Amburgo sulla pulizia del ristorante e la tavola è stata ottima"; "la condizione generale dell'hotel era OK. Le attività di svago e divertimento all'hotel Major sono buone. Le attività di svago proposte sono più che adeguate. Il servizio era anch'esso buono. Annemarie ha inoltre osservato che la varietà di cibo e bevande era buona ed anche il livello di pulizia delle camere": "l'Hotel Major di Cattolica è un perfetto albergo per le famiglie (...) il servizio era straordinario. Secondo Sylvia all'hotel Major si è posta una considerevole attenzione nel diversificare l'offerta di cibo e bevande. Buona la qualità della spiaggia ed anche la pulizia delle camere". Ancora più importante la possibilità, riconosciuta agli albergatori dal provider, "di pubblicare gratuitamente eventuali commenti e novità", al fine di "segnalare eventuali novità e modifiche intervenute nell'hotel, ad es. restauri eseguiti di recente, nuove costruzioni o prestazioni aggiuntive o ancora altre modifiche", nonché di "commentare le valutazioni in modo obiettivo e giustificato" (così la mail inviata al Ferretti da HolidayCheck il 9.4.2007: doc. 1). È chiaro, infatti, che mediante tale strumento l'interessato ha la possibilità di entrare nell'"agone informativo", arricchendo il "mercato delle idee" al fine di riequilibrare le istanze in conflitto: una sorta di diritto di rettifica volto al rafforzamento del pluralismo informativo nella direzione favorevole al

punto di vista dell'operatore turistico. Non risulta che il legale rappresentante della società attrice si sia avvalso di tale opportunità: egli ha contestato la falsità di alcune affermazioni e la offensività di molti commenti, ma non ha comprovato la prima né contrastato — sullo stesso “terreno” — la seconda. I “confini” del diritto di critica non appaiono, dunque, travalicati, cosicché nessuna negligenza nel controllo dei messaggi pubblicati può imputarsi all'*internet provider* gestore del sito. Con la conseguenza del rigetto della domanda dell'attore.

6) Le spese seguono la soccombenza. Esse debbono determinarsi in applicazione dei parametri di cui al d.m. n. 140/12 (applicabile alle liquidazioni successive alla sua entrata in vigore, in forza del suo art. 41). Prendendo come riferimento, quindi, i valori medi dello scaglione fino ad € 50.000,00 (pari ad € 1.200,00 per la fase di studio; € 600,00 per la fase introduttiva; € 1.200,00 per la fase istruttoria ed € 1.500,00 per la fase decisoria), appare congruo liquidare in favore della convenuta la complessiva somma di €. 3.500,00 (oltre accessori di legge), tenuto conto del mancato espletamento di una vera e propria istruttoria.

P.Q.M. — Definitivamente decidendo la controversia in epigrafe,

- 1) rigetta la domanda proposta dall'attrice;
- 2) condanna l'attrice a rifondere alla convenuta le spese processuali, che si liquidano in complessivi € 3.500,00 (oltre accessori) per compensi.

RATING NEI SERVIZI COMMERCIALI E RESPONSABILITÀ

1. LA SENTENZA.

La sentenza in commento ha ad oggetto l'esercizio del diritto di critica da parte degli utenti di un sito *web* relativamente alla qualità dei servizi offerti da una struttura alberghiera.

Le recensioni negative sono state pubblicate sulla pagina *web* di un sito Internet che pubblicizza e consente di prenotare soggiorni presso strutture turistiche, riportando per ciascuna struttura i commenti degli utenti che abbiano vi abbiano soggiornato in precedenza.

Il titolare della struttura ha citato in giudizio il gestore del sito per vedere accolta la domanda di risarcimento del pregiudizio subito, a titolo di responsabilità extracontrattuale, per non aver questi rimosso i commenti negativi, ritenuti fuorvianti e non veritieri oltre che pregiudizievoli della reputazione e dell'immagine della struttura turistica.

Il Tribunale di Rimini, con sentenza n. 712 del 7 maggio 2013, nell'esaminare la questione, ha preliminarmente evidenziato come la responsabilità del gestore del sito Internet presupponga il carattere illecito e diffamatorio delle dichiarazioni rese dagli utenti e pubblicate sul sito *web* e, previa ricostruzione del fondamento normativo dell'eventuale responsabilità del gestore, ha proceduto all'esame del contenuto delle dichiarazioni degli utenti e, in particolare, alla loro riconducibilità all'interno della sfera di protezione del diritto di critica.

2. IL DIRITTO DI CRITICA. NATURA E FONDAMENTO NORMATIVO.

Il diritto di critica costituisce una forma di esercizio del diritto di libera manifestazione del pensiero, tutelato dal primo comma dell'art. 21 Cost., e si sostanzia nel giudizio sulle altrui attività, pensieri, azioni o ideologie, attraverso dichiarazioni potenzialmente offensive dell'altrui immagine e reputazione. L'esercizio del diritto di critica impone, pertanto, un bilanciamento con la contrapposta posizione del soggetto criticato.

In assenza di una espressa disciplina della materia l'elaborazione dei criteri che consentono il suddetto bilanciamento è stata affidata alla giurisprudenza ed alla dottrina¹.

Si è pertanto proceduto ad individuare i presupposti ed i limiti dell'esercizio del diritto di critica entro cui possano ritenersi giustificati eventuali pregiudizi dell'altrui reputazione e immagine.

La questione, com'è noto, ha interessato trasversalmente la materia del diritto civile e del diritto penale.

Al diritto civile² spetta individuare il fondamento e i limiti del diritto di critica e, nell'ipotesi in cui questi ultimi risultino violati, disciplinare la responsabilità extracontrattuale per il danno ingiusto cagionato.

Il diritto penale³ sancisce, nel contempo, il divieto di offendere l'altrui onore e reputazione, attraverso le fattispecie delittuose dell'ingiuria e della diffamazione di cui, rispettivamente, agli artt. 594 e 595 c.p.

La disciplina civilistica e penalistica si integrano a vicenda, come emerge dal disposto dell'art. 51 c.p., che esclude l'illiceità penale della condotta, in specie di chi ponga in essere dichiarazioni lesive dell'altrui onore e reputazione, se il fatto fu commesso nell'esercizio legittimo di un diritto, qual è il diritto di critica, i cui presupposti e limiti saranno desunti dalla disciplina civilistica.

Ove sia ritenuta, invece, sussistente la punibilità del reo, l'art. 185 c.p. sancisce l'obbligo di risarcire il danno patrimoniale e non patrimoniale cagionato attraverso la commissione del reato. La norma prevede espressamente, dunque, la responsabilità civile del reo e consente il risarcimento del danno non patrimoniale ai sensi dell'art. 2059 c.c.⁴.

Infine l'art. 652 c.p.p., nel disciplinare i rapporti tra sentenza definitiva emanata in sede penale e giudizio in sede civile, prevede che la sentenza di

¹ M. FRANZONI, *La responsabilità dei professionisti della carta stampata e dintorni*, in *Resp. civ.*, 2011, 12.

² Sull'esercizio del diritto di critica A. PACE-F. PETRANGELI, *Cronaca e critica (diritto di)*, in *Enc. dir.*, Aggiornamento, V, Milano 2001, 303 ss.; M. PELISSERO, *Diritto di critica e verità dei fatti*, in *Riv. it. dir. pen.*, 1992, 1227 ss.

³ In materia di esercizio del diritto di critica in funzione scriminante si A. GULLO, *Delitti contro l'onore*, in F. VIGANÒ-C. PIERGALLINI (a cura di), *Reati contro la persona e contro il patrimonio*, Torino, 2011, 170 ss.

⁴ L'evoluzione dottrinale e giurisprudenziale ha, com'è noto, ampliato le ipotesi

di risarcibilità del danno non patrimoniale, interpretando l'art. 2059 c.c. nel senso che anche le disposizioni costituzionali possano integrare i "casi previsti dalla legge" che la norma richiede, come affermato in Cass. Civ., sez. III, sentenza 31 maggio 2003 n. 8828, in *Foro it.*, 2003, I, 2272 e, di recente, confermato da Cass. Civ. S.U. 11 novembre 2008, n. 26972, in *Nuova giur. civ. comm.*, 2009, I, 102; in argomento L. FIANDACA, *Il danno non patrimoniale*, Milano, 2009. Ne deriva che anche in ipotesi non penalmente rilevanti il pregiudizio cagionato con colpa o dolo ad una posizione giuridico-soggettiva costituzionalmente protetta consente di agire per il risarcimento delle conseguenze non patrimoniali subite dal danneggiato, ridimensionando la centralità che il disposto

assoluzione in cui sia stata accertata la scriminante dell'esercizio di un diritto, come in ipotesi di diritto di critica, ha effetto di giudicato anche in sede civile e, pertanto, precluderà l'accoglimento di un'azione volta ad ottenere il risarcimento dei pregiudizi eventualmente cagionati.

L'esercizio del diritto di critica è stato pertanto oggetto di attenzione della giurisprudenza sia civile che penale, che ne ha elaborato i presupposti di esercizio e individuato i limiti entro cui possa sortire effetti scriminanti⁵.

In un primo momento il diritto di critica è stato ritenuto una mera variante descrittiva del diritto di cronaca; si riteneva infatti estensibile al primo lo statuto del diritto di cronaca elaborato dalla giurisprudenza di legittimità e, in particolare, i limiti di verità⁶, essenzialità e continenza nell'esercizio del diritto.

Successivamente è stata riconosciuta autonomia al diritto di critica e sono stati adattati i limiti all'esercizio del diritto di cronaca ai caratteri peculiari che la critica presenta⁷.

In particolare, il diritto di critica consiste nel sottoporre a valutazione le altrui opinioni, dichiarazioni, azioni che non si condividono. Il giudizio negativo che ne deriva si fonda pertanto sulle proprie convinzioni ed idee, contrastanti con quelle oggetto di critica, e impone un bilanciamento tra le contrapposte posizioni.

Rispetto al diritto di cronaca, che consiste nel rendere pubblici avvenimenti che riguardino altri soggetti, il diritto di critica si differenzia, in primo luogo, per l'oggetto delle dichiarazioni rese, avente natura soggettivo-valutativa. Nel primo caso infatti la giurisprudenza richiede, sebbene in maniera oscillante, la verità o quanto meno la veridicità dei fatti narrati⁸; nel diritto di critica, invece, assume un ruolo preponderante la valutazione soggettiva che il soggetto pone in essere, con un ridimensionamento del requisito di verità che, pertanto, opererà con solo riferimento ai dati posti a fondamento della valutazione. Diversamente opinando, il requisito di verità avrebbe ad oggetto la rispondenza della dichiarazione resa rispetto a quanto effettivamente si pensa riguardo l'oggetto della critica.

I requisiti di essenzialità, da intendersi come interesse dei destinatari della dichiarazione ad apprendere il contenuto, e di continenza, relativo alle modalità di esternazione della dichiarazione e alla correttezza delle espressioni utilizzate, presentano invece la medesima rilevanza con riferimento ad entrambe le forme di manifestazione del pensiero.

dell'art. 185 c.p. aveva assunto in epoca antecedente.

⁵ In tema cfr. in luogo di molti l'approfondita ricostruzione di ZENO-ZENCOVICH, *Onore e reputazione nel sistema del diritto civile*, Napoli, 1985, spec. 259 ss.

⁶ In riferimento al requisito di verità nelle ipotesi di diritto di critica, di recente, Cass. Pen., sez. V, 26 febbraio 2014 n. 9399.

⁷ D. NOTARO, *Diffamazione a mezzo stampa e limiti del diritto di cronaca*, in *Dir. Pen. e Processo*, 2001, 8, 1007; R. BERTONI, *Diffamazione a partito politico, diritto di querela e libertà di critica*, in

Cass. Pen., 1986, 1285 ss., che individua possibili criteri per distinguere tra diritto di cronaca e diritto di critica; M. PELISSERO, *Diritto di critica e verità dei fatti*, in *Riv. it. dir. e proc. pen.*, 1992, 1228.

⁸ Sugli obblighi gravanti sul giornalista Cass. pen. 19.11.2001, in *Riv. pen.* 2002, 122; Cass. pen. 05.04.2000, in *Cass. pen.*, 2001, 1204; Cass. pen. 26.05.2000, in *Giust. pen.*, 2001, II, 636; Cass. pen. 05.04.2000, in *Giust. pen.* 2001, 83; Cass. pen. 10.12.1997, in *Cass. pen.* 1999, 3135, con nota di ANGELINI; Cass. pen. 29.01.1997, in *Cass. pen.* 1998, p. 808.

Ulteriore profilo di distinzione tra diritto di cronaca e diritto di critica riguarda il normale settore di esercizio del diritto che, per quanto concerne il diritto di cronaca, spesso coincide con l'esercizio dell'attività professionale giornalistica e ha visto concentrare gli interventi della giurisprudenza con riferimento a tale settore ⁹.

Il diritto di critica presenta invece, sul piano fenomenologico, una più ampia estensione applicativa, che ha dato la stura all'intervento della Corte di Cassazione anche in altri settori quali la critica politica e la critica commerciale.

3. IL DIRITTO DI CRITICA COMMERCIALE.

La critica commerciale si caratterizza per l'oggetto della valutazione, consistente nell'attività professionale altrui o nella qualità dei beni o dei servizi offerti.

L'oggetto della critica commerciale, inerente alla libera iniziativa economica, tutelata all'art. 41 della Costituzione, ed il carattere privatistico dell'attività svolta e del fine perseguito comportano il diverso atteggiarsi dei limiti del diritto di critica commerciale rispetto alle altre ipotesi di manifestazione del pensiero.

Si osserva infatti come il soggetto, persona fisica o giuridica, cui sono riferibili le valutazioni critiche non rivesta un ruolo pubblico o istituzionale e pertanto non abbia scelto di esporsi a critiche, svolgendo al contrario un'attività imprenditoriale per un fine egoistico di lucro ¹⁰.

Ne deriva una maggiore intensità nell'accertamento del requisito di essenzialità delle informazioni divulgate nell'esercizio del diritto di critica, cui deve corrispondere un effettivo ed attuale interesse per i destinatari delle medesime informazioni a conoscere il giudizio critico sull'attività economica e sui beni o servizi offerti.

Anche la correttezza dell'esposizione delle critiche risulta rinforzata, stante gli immediati riflessi della diffusione delle stesse sull'attività economica altrui e sulla reputazione dell'imprenditore.

Diversamente, il requisito di verità presenta intensità diversa a seconda che si riferisca al momento soggettivo-valutativo della critica ovvero ai dati posti a fondamento del giudizio espresso ¹¹.

Ciascun requisito necessita infine di essere adattato alle peculiarità oggettive e soggettive che l'autore della critica presenti.

Nell'ambito dell'esercizio del diritto di critica commerciale occorre infatti distinguere tre principali ipotesi, a seconda che autore di valuta-

⁹ In materia assume fondamentale rilevanza Cass. I civ. 18 ottobre 1984, n. 5259, in *Foro it.*, 1984, I, 2711, che ha dettato un "decalogo" dei requisiti di liceità dell'esercizio del diritto di cronaca, di recente confermata da Cassazione, III civ., 8 maggio 2012 n. 6902; con particolare riferimento alla pubblicazione di interviste e al concorso nel reato di diffamazione da parte del giornalista e dell'intervistato Cass. pen., sez. un., 23 ottobre 1984, n. 8959, Ansaloni, nonché Cass. pen., sez. un., 30 maggio 2001, n. 37140, Ga-

liero e Galiero e altri; in materia di cronaca giudiziaria, con particolare riferimento al requisito di verità della notizia e ai doveri del giornalista, di recente, Cass. Pen., sez. V, 1 febbraio 2011, n. 3674.

¹⁰ In tal senso Cass. Pen. Sez. V, 11 novembre 2008, n. 42029.

¹¹ In argomento Cass. Pen., Sez. V 5 marzo 2004, n. 19334; in dottrina, M. FACCIOLI, *L'esercizio del diritto di cronaca e di critica da parte di un comune cittadino non giornalista*, in *Resp. civ.*, 2008, 3, 224.

zioni critiche sia un soggetto che svolge attività economica professionale in diretta concorrenza con il soggetto cui le critiche si riferiscono ovvero un soggetto che, pur esercitando il diritto di critica nell'ambito della propria attività professionale, non sia concorrente diretto del soggetto criticato o, infine, un utente che manifesta il proprio giudizio critico sulla qualità dei beni o servizi di cui abbia usufruito.

3.1. *Il diritto di critica commerciale del concorrente.*

La prima ipotesi, relativa alla formulazione di giudizi aventi ad oggetto prodotti o servizi di un soggetto economico diretto concorrente dell'autore della critica, rientra tra gli atti di concorrenza sleale di cui all'art. 2598, n. 2 c.c., tra cui la diffusione di notizie o apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinarne il discredito.

La disposizione citata ha recepito la Convenzione d'Unione per la tutela della proprietà industriale, originariamente stipulata a Parigi il 20 marzo 1883, e modificata successivamente all'Aja nel 1925, con l'inserimento dell'art. 10 *bis*¹², sulla concorrenza sleale. L'articolo 10 *bis* vieta infatti espressamente, al n. 2 del comma terzo, le asserzioni false, nell'esercizio del commercio, tali da discreditare lo stabilimento, i prodotti o l'attività industriale o commerciale di un concorrente.

Originariamente la norma dell'art. 2598, n. 2 c.c. è stata interpretata nel senso di vietare ogni forma di dichiarazione relativa alla qualità dei prodotti e servizi altrui, onde tutelare la corretta formazione dell'opinione critica del consumatore, evitando che le parti del mercato potessero condizionarne le scelte attraverso affermazioni denigratorie a danno dei propri concorrenti. La descritta impostazione, ispirata al c.d. "principio del consumatore sovrano"¹³, comportava tuttavia effetti negativi sulla concorrenza, consentendo la sola promozione auto-referenziale dei propri prodotti e servizi e disincentivando l'implemento della qualità tecnica degli stessi in assenza di un effettivo confronto dell'offerta sul mercato¹⁴.

La giurisprudenza ha pertanto gradualmente abbandonato l'originaria impostazione, riconoscendo il diritto di critica commerciale tra concorrenti¹⁵, purché la critica non si atteggi a mera invettiva contro l'altrui attività economica ma si sostanzi in una valutazione motivata dei beni e

¹² Art. 10-bis (Concorrenza sleale)

1. I Paesi dell'Unione sono tenuti ad assicurare ai cittadini dei Paesi dell'Unione una protezione effettiva contro la concorrenza sleale.

2. Costituisce un atto di concorrenza sleale ogni atto di concorrenza contrario agli usi onesti in materia industriale o commerciale.

3. Dovranno particolarmente essere vietati:

1) tutti i fatti di natura tale da ingenerare confusione, qualunque ne sia il mezzo, con lo stabilimento, i prodotti o l'attività industriale o commerciale di un concorrente;

2) le asserzioni false, nell'esercizio del commercio, tali da discreditare lo stabili-

mento, i prodotti o l'attività industriale o commerciale di un concorrente;

3) le indicazioni o asserzioni il cui uso, nell'esercizio del commercio, possa trarre in errore il pubblico sulla natura, il modo di fabbricazione, le caratteristiche, l'attitudine all'uso o la qualità delle merci.

¹³ T. ASCARELLI, *Teoria della concorrenza e dei beni immateriali*, Milano, 1960.

¹⁴ Sull'argomento G. FLORIDIA, in AA.VV., *Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Torino, 2005, p. 326 ss.; G. GHIDINI, *Della concorrenza sleale* (artt. 2598 – 2601), in *Il codice civile, Commentario*, (a cura di) P. SCHLENSINGER, Milano, 1991, p. 53 ss;

¹⁵ In controtendenza rispetto a tale evoluzione giurisprudenziale si è, di re-

dei servizi presi in considerazione, fondata su un'ideale documentazione e sorretta da apprezzabili ragioni. Solo in presenza di detti presupposti la dichiarazione del concorrente potrà dunque qualificarsi in termini di esercizio del diritto di critica e non integrerà violazione del divieto di concorrenza sleale né gli estremi del delitto di diffamazione¹⁶.

Ulteriore ipotesi di critica commerciale può ravvisarsi nella pubblicità comparativa, definita dalla lett. d) dell'art. 1 del d.lgs. 2 agosto 2007, n. 145, di attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole, come *"qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente"*.

Pur non concretizzandosi in un espresso giudizio negativo a danno dei beni o servizi offerti dalla concorrenza, la pubblicità comparativa è idonea a ledere l'altrui immagine e reputazione quando realizzata in violazione dei doveri di correttezza professionale, allorché persegua il solo scopo di screditare l'attività economica altrui attraverso informazioni non veritiere o diffuse con modalità ingannevoli per i consumatori. Essa presenta pertanto le medesime esigenze di tutela che impongono l'individuazione di limiti al diritto di critica.

A tali esigenze risponde la disciplina dell'art. 4 del d.lgs. 145 del 2007, che prevede le condizioni di liceità della pubblicità comparativa, richiedendo: che la stessa non risulti ingannevole ai sensi delle disposizioni dettate dal Codice del Consumo, decreto legislativo 6 settembre 2005, n.

cente, pronunciato Trib. Milano, 19 aprile 2010, in *Danno e Resp.*, 2010, 8; 9, 825, con nota di G. AFFERNI, *Falce e carrello: diffamazione, denigrazione, e danno non patrimoniale*, in cui il Tribunale prende in esame la condotta diffamatoria posta in essere dal presidente di un'impresa di distribuzione, attraverso la pubblicazione di un libro dai contenuti critici nei confronti delle cooperative di consumo. Il tribunale di Milano, adito da una delle cooperative menzionate e criticate nella pubblicazione, ha condannato il convenuto al risarcimento del danno non patrimoniale, qualificando la fattispecie in termini di concorrenza sleale per denigrazione e distinguendola dalle ipotesi di condotte integranti il reato di diffamazione.

Facendo applicazione del principio del "consumatore sovrano", il Tribunale ha affermato che la diffusione di notizie o apprezzamenti aventi ad oggetto l'attività di un concorrente sia consentita esclusivamente negli stretti limiti della pubblicità comparativa. Fuori da tali ipotesi il giudice milanese afferma che assume carattere illecito la pubblicazione di notizie o valutazioni denigratorie, pur se fondate su dati obiettivi e veritieri, non essendo consentito l'esercizio del diritto di critica commerciale, né tantomeno il ricorso all'*exceptio veritatis*. Si dubita infatti della effettiva obiettività del concorrente nella valutazione critica dell'o-

perato dei propri rivali economici, con il connesso rischio di influenzare in maniera scorretta il giudizio dei consumatori.

Pur ravvisando gli estremi della condotta di concorrenza sleale da parte dell'impresa convenuta, il Tribunale di Milano ha tuttavia escluso la legittimazione passiva della stessa in relazione alla domanda di risarcimento dei danni cagionati dalle dichiarazioni diffamatorie, che i giudici meneghini attribuiscono alla sola persona del presidente.

In relazione alla condotta diffamatoria da parte di quest'ultimo, dunque, il Tribunale ha ritenuto, diversamente da quanto affermato in relazione alla condotta di concorrenza sleale dell'impresa, che possa operare e che nel concreto sussistano gli estremi del diritto di critica.

Se la decisione, dunque, sembra dare applicazione al "principio del consumatore sovrano" in relazione alla condotta denigratoria da parte dell'impresa ai danni delle cooperative concorrenti, con riferimento alla condotta del presidente, *uti singulo*, di contenuto diffamatorio, ritiene invece operante la scriminante del diritto di critica, pur trattandosi delle medesime dichiarazioni, pubblicate nel medesimo libro, a danno dei medesimi soggetti. In senso critico sul punto G. AFFERNI, *ibidem*.

¹⁶ In questi termini Cass. Pen. Sez. V, 11 novembre 2008, n. 42029.

206; che confronti beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi; che confronti oggettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi, purché suscettibili di dimostrazione ai sensi del comma secondo del citato art. 4; che non ingeneri confusione sul mercato tra i professionisti o tra l'operatore pubblicitario ed un concorrente o tra i marchi, le denominazioni commerciali, altri segni distintivi, i beni o i servizi dell'operatore pubblicitario e quelli di un concorrente; che non causi discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attività o posizione di un concorrente; che per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisca in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione; che non tragga indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio, alla denominazione commerciale ovvero ad altro segno distintivo di un concorrente o alle denominazioni di origine di prodotti concorrenti; e che non presenti un bene o un servizio come imitazione o contraffazione di beni o servizi protetti da un marchio o da una denominazione commerciale depositati.

La disposizione citata detta pertanto una puntuale indicazione dei limiti entro cui un'impresa, nel perseguire uno scopo promozionale dei propri prodotti, possa operare un raffronto con i beni o i servizi offerti dalle imprese concorrenti, così delineando i confini di liceità di tale pratica pubblicitaria e, di conseguenza, dell'esercizio del diritto di critica commerciale nell'ambito della pubblicità comparativa.

È palese nelle scelte del legislatore l'esaltazione dei presupposti di verità e di correttezza delle informazioni diffuse, a tutela della reputazione e dell'immagine delle imprese concorrenti nonché della correttezza delle informazioni destinate ai consumatori.

3.2. *Il diritto di critica commerciale del professionista non concorrente.*

Diversa l'ipotesi in cui il diritto di critica dell'attività economica e dei beni o servizi di un'impresa sia posta in essere da un soggetto nell'esercizio della propria attività professionale ma non in rapporto di diretta concorrenza con i soggetti cui le critiche si riferiscono¹⁷.

Si tratta dei casi in cui l'attività professionale svolta consiste nel fornire un servizio di informazione a favore dei consumatori, avente ad oggetto la qualità di beni o servizi offerti da soggetti terzi sul mercato. La

¹⁷ Di recente la Corte di Appello di Torino, con decisione del 28 ottobre 2013, ha accolto l'appello proposto dal conduttore di un programma televisivo e dalla RAI contro la sentenza del Tribunale di Torino, 20 febbraio 2012, in *Corriere Giur.*, 2012, 6, 798, con nota di V. AMENDOLAGINE, che riconosciuto il diritto al risarcimento del danno a favore della casa automobilistica FIAT in ragione dei pregiudizi derivati dalla trasmissione di un servizio avente ad oggetto il confronto tra un'autovettura prodotta dal gruppo FIAT e due automobili

prodotte da case automobilistiche concorrenti. Il giudice di primo grado aveva ritenuto sussistente la responsabilità dell'autore del servizio e della RAI in ragione del carattere incompleto della comparazione, ritenendola pertanto non veritiera e diffamatoria. In particolare era stato ritenuto da parte del Tribunale incompleto e inesatto il contenuto della valutazione di un giornale automobilistico in merito all'autovettura prodotta dal gruppo FIAT, affermando che la stessa sarebbe stata ritenuta inferiore a quelle prodotte dalle case concorrenti; il

divulgazione di informazioni relative all'altrui attività economica attraverso la pubblicazione di stampati, la trasmissione di programmi televisivi o via Internet, comporta la necessità di tutelare la posizione dei soggetti economici titolari dell'attività economica presa in considerazione e, nel contempo, dei destinatari delle informazioni divulgate, che sarebbero pregiudicati dalla diffusione di informazioni non veritiere o alterate.

Le principali ipotesi di critica commerciale, professionale, non concorrenziale sono rappresentate dalle prove comparative¹⁸, pubblicate da organi di stampa, associazioni di consumatori, istituti di ricerca, o altri soggetti economici che offrono servizi informativi relativi alla qualità dei beni e dei servizi offerti sul mercato¹⁹; ulteriore ipotesi di critica commerciale può ravvisarsi nella pubblicazione di guide per i consumatori che indichino le qualità di prodotti attinenti ad uno specifico settore di mercato, con la finalità di orientare il consumatore nella scelta del prodotto da acquistare e di informarlo preventivamente sulle caratteristiche che presenta. Si pensi alle guide all'acquisto fornite dai siti Internet di commercio *online* relativamente alle qualità dei prodotti in vendita o alle guide turistiche o gastronomiche che offrono recensioni di strutture turistiche e di ristorazione, anche attraverso l'attribuzione di punteggi e riconoscimenti.

La pubblicazione dei risultati di test comparativi pone l'esigenza di verificare se ed entro quali limiti l'eventuale discredito che ne derivi a danno di una delle imprese poste a raffronto possa ritenersi giustificato dall'esercizio del diritto di critica commerciale.

La giurisprudenza ha inizialmente assunto un orientamento restrittivo, richiedendo un onere di diligenza particolarmente gravoso in capo all'autore della pubblicazione di prove comparative, consistente nella verifica dell'esattezza dei relativi risultati.

Ne derivava il carattere di "*test del test*"²⁰ del giudizio tra le parti volto all'accertamento della responsabilità dell'autore della pubblicazione, che rimetteva al Giudice la valutazione ultima riguardo i risultati

giudice di prima istanza aveva inoltre ritenuto incompleta la valutazione comparativa oggetto del servizio televisivo, incentrata sulla sola "prova su pista" dei veicoli, senza dunque prendere in debita considerazione le caratteristiche e le *performance* generali degli stessi, utilizzando altresì "*tendenziosi accostamenti di parole e concetti atti a rappresentare la realtà in modo deformato*".

La Corte di appello di Torino ha riformato la decisione del Tribunale, affermando la sussistenza dei requisiti di rilevanza e continenza dell'informazione oggetto del servizio e, in relazione al requisito di verità, escludendo il carattere diffamatorio e non veritiero di una comparazione fondata su alcune soltanto delle caratteristiche del prodotto, evidenziando che il carattere parziale della comparazione non ne inficia la verità purché essa sia condotta sulla scorta di dati veritieri e secondo metodi assistiti dal carattere di serietà, correttezza ed obiettività.

¹⁸ G. RESTA, *Circolazione delle informazioni e responsabilità civile: il caso del Warentest*, in questa Rivista, 1998, p. 285 ss.

¹⁹ In argomento Cass. civ. Sez. III, 24 aprile 1997, n. 3596 in *Dir. Industriale*, 1998, I, 24, con nota di D. DE PASQUALE, *Danno da warentests e risarcibilità*, relativamente ad un articolo giornalistico avente ad oggetto un test comparativo di prodotti e, in specie, paste di grano duro, della cui effettiva composizione l'autore della pubblicazione dubitava, denunciando la presenza di grano tenero. L'impresa produttrice cui la notizia si riferiva ha pertanto agito in giudizio per veder riconosciuto il diritto al risarcimento del danno cagionato alla propria reputazione commerciale, accordato in via equitativa dai giudici di prime cure, la cui decisione di condanna al risarcimento dei pregiudizi cagionati a danno dell'impresa produttrice ha trovato conferma nel giudizio di legittimità.

²⁰ G. RESTA, *Circolazione delle informazioni e responsabilità civile: il caso del Warentest*, cit.

della prova pubblicata ed esponeva il convenuto al rischio di essere ritenuto responsabile del pregiudizio alla reputazione ed all'immagine dell'impresa cui la prova comparativa si riferisse, nonostante la diligenza prestata nell'accertare la serietà dei metodi e dei procedimenti di verifica a fondamento dei risultati pubblicati.

Tale impostazione trascurava tuttavia il carattere opinabile dei risultati di prove comparative a fronte della pluralità di criteri adottabili e del carattere non univoco delle valutazioni praticabili. Un onere di accertamento della correttezza dei risultati in capo all'autore della pubblicazione richiederebbe pertanto conoscenze tecnico-scientifiche di cui l'autore della pubblicazione potrebbe non disporre e che potrebbero non apparire sufficienti ove la prova comparativa si caratterizzi per un alto tasso di discrezionalità tecnica.

Un'impostazione eccessivamente restrittiva comporterebbe altresì la contrazione dell'offerta di informazioni a favore dei consumatori, che consente una scelta consapevole dei beni o servizi da acquistare, riducendo i costi di informazione cui il consumatore sarebbe soggetto se dovesse procurarsi autonomamente gli stessi risultati comparativi, e stimolando, nel contempo, la concorrenza sul piano della qualità e della convenienza economica di beni e servizi.

La giurisprudenza ha pertanto operato un *revirement* nell'accertamento dei presupposti di esercizio del diritto di critica e nel definire l'onere di diligenza cui l'autore della pubblicazione di prove comparative è sottoposto. Si è infatti evidenziato come il requisito di verità delle informazioni pubblicate, che in materia di diritto di critica assume una rilevanza meno intensa rispetto ad altre ipotesi di manifestazione del pensiero, avrebbe ad oggetto, nel caso in esame, non i risultati della comparazione, assistiti dal carattere di opinabilità, ma la correttezza del procedimento di acquisizione ed elaborazione dei dati posti a fondamento della comparazione stessa. Si richiede pertanto che sia operata una verifica della serietà e dell'attendibilità dei metodi di valutazione e di istruttoria utilizzati, volta ad accertarne il carattere di scientificità, a prescindere dall'opinabilità, nel merito, dei risultati ottenuti ²¹.

Mutuando la terminologia propria del diritto amministrativo adoperata con riferimento all'esercizio della discrezionalità tecnica da parte della Pubblica Amministrazione, si domanda all'autore della pubblicazione di operare un controllo estrinseco delle valutazioni, in termini di scientificità ed attendibilità del metodo e dei criteri utilizzati, e non un controllo intrinseco dei risultati ottenuti. Del pari sarà precluso al Giudice un sindacato di carattere intrinseco o addirittura sostitutivo rispetto alle valutazioni comparative dedotte in giudizio, dovendo questi limitarsi a verificarne il carattere diffamatorio della pubblicazione e l'esistenza dei presupposti perché possa essere invocato l'esercizio del diritto di critica, nei limiti della rilevanza dell'informazione, della correttezza dell'esposizione e, nei termini precisati, della verità della stessa.

²¹ Corte App. Torino, 28 ottobre 2013; Trib. Roma, 23 luglio 1984, in *Foro it.*, 1984, I, 1983, con nota di O. TROIANO; Trib. Milano, 28 settembre 1972, in *Giur.*

Ann. Dir. Ind., 1972, 1210, con nota di G. GHIDINI; Cass., 15 febbraio 1968, n.542, in *Foro it.*, 1968, I, 2236.

Ulteriore ipotesi di esercizio del diritto di critica commerciale è ravvisabile allorché si pubblichi la recensione di un'attività economica al fine di informare i possibili fruitori del bene o servizio delle qualità e delle caratteristiche che presenta.

Nel formulare un giudizio di qualità del prodotto e nel riportare informazioni ad esso relative, l'autore della pubblicazione sarà tenuto a rispettare i limiti elaborati dalla giurisprudenza in relazione all'esercizio del diritto di critica.

La pubblicazione delle notizie e delle valutazioni inerenti l'attività economica altrui impone inoltre un obbligo di diligenza, avente fonte contrattuale, quando sia ravvisabile un vincolo negoziale con il soggetto recensito nella pubblicazione, ovvero inerente l'esercizio dell'attività professionale svolta, come prescrive, ad esempio, con riferimento alla professione di giornalista, l'art. 2 della Legge 3 febbraio 1963, n. 69, che impone il "*rispetto della verità sostanziale dei fatti*".

Ne deriva la necessità di accertare se la pubblicazione risulti veritiera, tanto con riferimento alle informazioni diffuse²², quanto riguardo i presupposti su cui la valutazione sia fondata. Anche un'informazione di per sé non diffamatoria, infatti, se inesatta, potrà arrecare un danno ingiusto al titolare dell'attività economica recensita; l'inesattezza dell'informazione sussiste, inoltre, non solo nelle ipotesi di falsità della stessa ma anche quando non risulti aggiornata, considerato il lasso di tempo intercorso tra l'acquisizione della stessa e la sua pubblicazione²³.

Emerge pertanto un duplice dovere di diligenza dell'autore nell'esercizio del dovere di critica, che impone di accertare la verità delle informazioni poste a fondamento delle proprie valutazioni e, nel contempo, di verificare l'attualità delle informazioni stesse in relazione al momento della pubblicazione.

3.3. *Il diritto di critica commerciale dell'utente non concorrente.*

Ulteriore ipotesi di esercizio del diritto di critica commerciale riguarda, infine, il giudizio espresso dall'utente in relazione ai beni o servizi acquistati²⁴. La giurisprudenza non si è ancora pronunciata diffusamente sulla materia, stante la novità del fenomeno, legato alla diffusione del commercio e dell'offerta di servizi *online*, e la natura non professionale, né tantomeno concorrenziale, delle dichiarazioni rese dagli utenti circa la qualità e le caratteristiche dei beni e servizi.

Al pari dell'ipotesi della pubblicazione di recensioni e di prove comparative, infatti, non si pone in relazione alla critica dell'utente un'esigenza di tutela della concorrenza, diversamente dai casi disciplinati dall'art. 2598, n. 2 c.c., esaminati in precedenza.

La disciplina del diritto di critica da parte dell'utente deve pertanto rinvenirsi nella tutela della libera manifestazione del pensiero, accordata a tutti i consociati ai sensi dell'art. 21 Cost., che trova i suoi limiti nel buon costume e nella lesione di interessi di pari rango giuridico. Ne deriva

²² Sulla questione V. ZENO ZENCOVICH, *Il danno da notizia inesatta non diffamatoria*, in questa Rivista, 1992, p. 63 ss.

²³ V. ZENO ZENCOVICH, *ibidem*.

²⁴ Relativamente all'ambito di opera-

tività soggettivo del diritto di critica M. FACCIOLO, *L'esercizio del diritto di cronaca e di critica da parte di un comune cittadino non giornalista*, in Resp. civ., 2008, 3, 224.

l'applicazione dei medesimi criteri di bilanciamento adoperati da parte della giurisprudenza nell'individuare i limiti dell'esercizio del diritto di cronaca e di critica, adattati alla qualità non professionale dell'utente ed al carattere soggettivo della valutazione del prodotto.

Ipotesi frequenti di critica di beni o servizi da parte di utenti riguardano gli spazi dedicati da siti Internet (ad es. "Tripadvisor") per la raccolta delle opinioni degli utenti relative ai prodotti pubblicizzati od offerti. Si consente in questo modo di raccogliere e conservare i giudizi che gli utenti esprimono in forma libera o attraverso appositi questionari con punteggi prestabiliti, solitamente mantenendo l'anonimato o facendo ricorso a pseudonimi²⁵. Il giudizio così espresso da chi abbia già usufruito del servizio o acquistato il bene consentirà di informare ed orientare i futuri utenti nella propria scelta.

Ne deriva il carattere potenzialmente dannoso di giudizi negativi, specie quando non rispondano al vero o siano frutto di un comportamento sleale e privo di alcun riscontro nella realtà.

Particolare importanza riveste il limite della correttezza espositiva dei giudizi, che non potranno ritenersi scriminati dall'esercizio del diritto di critica ove resi in forma palesemente e irragionevolmente offensiva, volgare e sproporzionata rispetto all'esigenza di diffusione tra gli utenti dell'esperienza diretta relativa al prodotto acquistato.

Meno problematico è il requisito della rilevanza, potendosi ritenere sussistente l'interesse della cerchia di utenti che intendano acquistare o informarsi su un bene o un servizio attraverso il sito *web*, a conoscere il giudizio espresso da chi ne abbia già sperimentato la qualità e le caratteristiche.

Con riferimento, infine, alla verità, occorre tenere distinte la componente soggettivo-valutativa del giudizio e la verità dei fatti posti a fondamento dello stesso.

Riguardo al primo profilo emerge una differenza sostanziale rispetto alle ipotesi di critica commerciale tra concorrenti o da parte di un professionista non concorrente: oggetto del giudizio è infatti, nel caso in esame, la diretta esperienza dell'utente che lo pubblica e che condivide le proprie personali impressioni e valutazioni con i possibili futuri fruitori del bene o del servizio. A differenza delle ipotesi precedentemente analizzate, pertanto, assume centrale rilevanza il carattere soggettivo e opinabile del giudizio, che non consente di valutarne il metodo o i criteri, mancando un adeguato parametro di verifica.

Il requisito di verità dell'opinione espressa si risolverebbe, al più, nell'accertamento della corrispondenza tra quanto l'utente effettivamente ritiene riguardo il prodotto e quanto abbia invece dichiarato.

Del pari, non è dato estendere alla componente fattuale oggettiva della valutazione i risultati cui la giurisprudenza è pervenuta in relazione alla

²⁵ Sul problema della manifestazione del pensiero in forma anonima su Internet v. G.M. RICCIO, *Diritto all'anonimato e responsabilità civile del provider*, in L. NIVARRA - V. RICCIUTO, a cura di, *Internet e il diritto dei privati. Persona e proprietà intellettuale nelle reti telematiche*, Torino, 2002, 25 ss., nonché i saggi di M. MANETTI,

Libertà di pensiero e anonimato in rete; G.E. VIGEVANI, *Anonimato, responsabilità e trasparenza nel quadro costituzionale italiano*; M. CUNIBERTI, *Democrazie, dissenso politico e tutela dell'anonimato*; G. RESTA, *Anonimato, responsabilità, identificazione: prospettive di diritto comparato*, tutti pubblicati nel n. 2/2014 di questa Rivista.

pubblicazione di prove comparative o di recensioni professionali, stante il carattere soggettivo che la stessa percezione delle esperienze relative al bene o al servizio presenta.

Fuori dalle ipotesi di discrasie palesi ed irragionevoli tra quanto dichiarato dall'utente e le effettive caratteristiche del bene o del servizio oggetto di giudizio, non sarà infatti possibile adoperare un parametro di valutazione generale nel verificare la verità dei fatti narrati.

La critica operata da parte dell'utente presenta, inoltre, analogie con il diritto di cronaca, sostanziandosi nell'esposizione della propria esperienza, accompagnata da un giudizio positivo o negativo del godimento di un bene o di un servizio. Tanto finisce con l'accentuare il carattere soggettivo delle valutazioni espresse e ad estendere l'ambito di operatività del diritto di critica in ipotesi siffatte, dal quale esulano le sole condotte diffamatorie caratterizzate da intenzionalità e mala fede dell'utente.

Il diritto all'immagine ed alla reputazione dell'imprenditore sarà tutelato sul piano penale e civile, pertanto, solo quando sarà dimostrata una rilevante divergenza dei fatti posti a fondamento di un giudizio negativo rispetto alle effettive caratteristiche del prodotto e quando la valutazione operata dall'utente non sia volta a riportare la propria esperienza ma rappresenti uno strumento di lesione ingiustificata dell'altrui reputazione ed immagine. Anche le modalità di esternazione del giudizio, quando irragionevolmente offensive e sproporzionate costituiranno elemento di valutazione del rispetto dei limiti di correttezza della critica e consentiranno di addivenire ad un giudizio di responsabilità dell'utente per le dichiarazioni rese.

4. LA DECISIONE.

Nella sentenza in commento, come anticipato in sede introduttiva, il Tribunale di Rimini è stato adito dal titolare di una struttura turistica per veder condannato il responsabile di un sito *web* al risarcimento del danno ingiusto cagionato dall'omesso controllo sui giudizi degli utenti relativi alla struttura medesima e dalla pubblicazione ed omessa rimozione di giudizi negativi ritenuti diffamatori.

Il Tribunale, previa ricostruzione del fondamento normativo del preteso illecito del gestore del sito *web*²⁶, volta ad escludere l'applicazione della normativa di settore dettata in materia di stampa, pubblicità ingannevole e tutela della riservatezza, procede alla ricostruzione degli elementi costitutivi della responsabilità aquiliana nel caso di specie, evidenziando

²⁶ In materia di responsabilità del gestore di un sito *web* di recente si è pronunciata la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, con la decisione *Delfi c. Estonia* del 10 ottobre 2013, Ric. n. 64569/09, in questa *Rivista* 2014, 29 con nota di F. VECCHIO relativamente ad un caso di diffamazione online da parte degli utenti di un sito web di informazione, "Delfi", che in forma anonima avevano pubblicato commenti offensivi nei riguardi del protagonista di un ar-

ticolo di carattere critico avente ad oggetto una società di trasporto marittimo.

A fronte dei commenti offensivi e diffamatori degli utenti, pubblicati in anonimo, il titolare della società di trasporti aveva citato in giudizio in sede civile il *service provider* per ottenere il risarcimento del pregiudizio subito a causa dei commenti diffamatori di carattere non patrimoniale.

Il *service provider*, condannato al risarcimento del danno, pur avendo provveduto

come la responsabilità del gestore derivi dalle dichiarazioni rese da un soggetto terzo e ne presupponga pertanto il carattere illecito.

Accertata la conoscenza da parte del gestore del sito *web* delle recensioni negative, nonché il potere di censura e rimozione delle stesse, come emerge dalla informazioni generali pubblicate sul sito medesimo²⁷, il Tribunale di Rimini prende in considerazione il contenuto dei giudizi espressi dagli utenti della struttura turistica della parte attrice, onde verificarne il carattere illecito.

Osserva pertanto come l'esercizio del diritto di critica da parte dell'utente sia espressione della libertà di manifestazione del pensiero di cui all'art. 21 Cost. e partecipi dei limiti all'esercizio del relativo diritto, in specie di critica, elaborati da dottrina e giurisprudenza.

Pur ravvisando l'esigenza del titolare della struttura di tutelare la reputazione e l'immagine della propria attività economica, il Tribunale evidenzia come non sia possibile estendere all'ipotesi in giudizio le coordinate giurisprudenziali dettate in relazione all'attività professionale giornalistica.

Richiamando la risalente pronuncia della Corte di Cassazione, n. 5259 del 1984, il Tribunale pone a raffronto i requisiti del diritto di cronaca esercitato dall'utente e il decalogo che la Corte di legittimità ha dettato in tale occasione in relazione al giornalista. Ritiene tuttavia che, ferma la necessità del rispetto del limite di contenenza e di rilevanza, il requisito di

ad una tempestiva rimozione dei commenti diffamatori, ha adito la Corte di Strasburgo, lamentando una violazione del diritto di espressione, riconducibile alla libertà di informazione attiva, attraverso il riconoscimento della responsabilità del gestore di spazi telematici per omesso controllo preventivo e censura di commenti di soggetti terzi. Osserva infatti come la responsabilità per i pregiudizi non patrimoniali patiti dalla società di trasporti sia stata addebitata al sito *web* pur in assenza di alcun contributo attivo alla condotta diffamatoria e che un'attività di preventivo controllo dei commenti pubblicati da parte degli utenti risulterebbe inesigibile da parte del *service provider* che, ne caso di specie, aveva adottato un apposito sistema di prevenzione di commenti offensivi.

La Corte ha disatteso, tuttavia, le obiezioni sollevate dal *service provider*, osservando come il sistema preventivo "*notice-and-take-down system*" in concreto adottato non possa ritenersi sufficiente, specie alla luce dell'agevole possibilità di elusione che presenta, e che comunque non possa ritenersi inappropriato, per ragioni puramente tecniche, un onere di identificazione degli autori di commenti diffamatori, dal cui mancato adempimento può derivare la responsabilità del gestore del sito *web* per aver consentito la

pubblicazione di commenti da parte di autori non registrati.

La Corte pare dunque escludere una violazione del diritto di espressione nella riconosciuta responsabilità del *service provider*, affermando, nel contempo, la necessità di tutelare la sfera privata di soggetti terzi attraverso il ristoro dei pregiudizi cagionati in ragione della predisposizione di strumenti preventivi insufficienti ovvero della possibilità di accesso e pubblicazione di commenti da parte di soggetti che operino nel pieno anonimato.

²⁷ Con riferimento al potere di controllo e di censura dell'altrui attività telematica, in un caso di diffamazione attraverso e-mail di contenuto offensivo ai danni di un personaggio televisivo, si è di recente pronunciata la Suprema Corte di Cassazione, con sentenza della quinta Sezione penale, n. 6046 del 2009, relativamente alla responsabilità per omesso controllo da parte del gestore di un *internet point*; in tale occasione i giudici di legittimità hanno escluso l'obbligo giuridico necessario ai sensi dell'art. 40, cpv. c.p. di impedire la condotta delittuosa altrui, evidenziando l'assenza di alcun referente normativo in tal senso ed evidenziando il carattere illecito di un'eventuale indebita ingerenza nell'attività di corrispondenza altrui, penalmente sanzionata.

verità debba essere applicato alla fattispecie dedotta in giudizio in maniera differente.

In linea con le considerazioni esposte nel paragrafo precedente, relative al carattere soggettivo ed opinabile della valutazione di ciascun utente, il Tribunale osserva infatti che *“si tratta — per la gran parte — di valutazioni personali, come tali (ontologicamente) opinabili, cui non è possibile — evidentemente — predicare, in via automatica, i canoni di verità/falsità”*. Osserva infatti come *“il cibo che piace all'uno può non incontrare il gusto dell'altro; per uno il cambio degli asciugamani tre volte alla settimana può essere sufficiente indice di pulizia, per un altro no [...]”*; pertanto *“il presupposto della verità pare potersi declinare nella fedeltà del resoconto delle proprie impressioni e sensazioni”*.

Verificata l'assenza di elementi che indichino la malafede degli utenti nel rendere le recensioni negative e accertato il rispetto del limite di continenza il Tribunale esclude pertanto il carattere illecito delle dichiarazioni pubblicate e conservate sul sito *web* gestito dalla parte convenuta e rigetta, di conseguenza, la domanda della parte attrice.

5. CONCLUSIONI.

Dal quadro delineato delle principali ipotesi di esercizio del diritto di critica emerge la necessità di modulare i canoni individuati dalla giurisprudenza con riferimento all'esercizio della libertà di manifestazione del pensiero alle peculiarità che ciascuna forma di espressione presenta.

Con riferimento al diritto di critica, i criteri di giudizio rilevanti sono di carattere oggettivo e soggettivo. I primi ineriscono alla forma di esercizio della libertà garantita dall'art. 21 Cost., che si sostanzia nell'esternazione di valutazioni soggettive, di natura censoria. Assume, in particolare, rilevanza l'oggetto dei giudizi espressi, a seconda che riguardi l'altrui pensiero, politico, sociale o religioso, l'altrui attività o, come nelle ipotesi esaminate, specifici beni ed i servizi offerti sul mercato, con un diverso e più intenso atteggiarsi del limite di verità allorché la critica riguardi dati concreti e specifici, obiettivamente accertabili.

Sul piano soggettivo, nel contempo, occorre tenere in considerazione la qualità del soggetto che esercita il diritto di critica, con la precisazione che l'art. 21 Cost. riconosce la libertà di manifestazione del proprio pensiero indistintamente a tutti i consociati; rileverà tuttavia la qualifica professionale dell'autore di giudizi critici in merito alla diligenza richiesta ed all'operatività di norme di legge che prescrivano particolari doveri e condizioni, come nelle esaminate ipotesi della Legge Professionale nel settore giornalistico o delle norme in materia di pubblicità ingannevole tra imprese concorrenti.

Ultimo criterio da tenere in considerazione nel giudizio di bilanciamento tra esercizio del diritto di critica e tutela della reputazione e dell'immagine altrui riguarda la qualità del soggetto cui le critiche si riferiscono, presentando i limiti della rilevanza e della continenza maggior rigore allorché si tratti di un privato cittadino che opera nell'esercizio di un'attività privata, volta a scopi egoistici, come nelle ipotesi di critica commerciale, a differenza delle ipotesi di personaggi pubblici per la notorietà che li contraddistingue o per il ruolo o le cariche rivestite.

Nell'impossibilità di disciplinare compiutamente e in maniera tassativa ogni possibile conflitto tra gli interessi in rilievo nelle ipotesi di esercizio del diritto di critica è dunque compito della giurisprudenza e della dottrina, individuare e fare applicazione dei suddetti criteri alla ricerca di un equilibrio delle contrapposte posizioni nelle fattispecie concrete.

ANGELO SALERNO