

**TRIBUNALE ROMA
(DECRETO)**

20 SETTEMBRE 1996

PRESIDENTE: TURCHETTI

ESTENSORE: BISOGNI

PARTI: ANVI

(Avv. Annechino, Sciarretta)

ARCA SOC. ED. «L'UNITÀ» S.P.A.

(Avv. Fiore)

**Concorrenza •
Concorrenza sleale •
Vendita di videocassette
abbinata a quotidiani •
Rapporto di concorrenza
con video-noleggianti •
Sussiste.**

Sussiste rapporto di concorrenza fra i noleggiatori di videocassette e l'impresa editrice che offre in vendita, abbinata ad un quotidiano, videocassette in quanto entrambi i soggetti si rivolgono, sia pure in forme e modi diversi, allo stesso mercato di consumatori.

**Concorrenza •
Concorrenza sleale •
Vendita di videocassette**

**abbinata a quotidiano •
Principio di correttezza
professionale • Violazione •
Non sussiste.**

Non contrasta con i principi della correttezza professionale e pertanto non costituisce atto di concorrenza sleale, la vendita di videocassette abbinata ad un quotidiano in quanto la videocassetta costituisce prodotto accessorio al giornale la cui funzione è quella di accrescere la vendita di quest'ultimo, né può sostenersi che il prodotto accessorio sia venduto sotto costo in quanto il costo praticato per una distribuzione massiccia e una tantum è diverso da quello sostenuto dal singolo videonoleggiatore.

1. Le eccezioni di nullità, improcedibilità e inammissibilità del reclamo sono infondate.

Eccepisce la società resistente che il reclamo è stato proposto da procuratori privi di mandato con la conseguente nullità dello stesso per difetto dello *jus postulandi*.

Rileva sul punto il Collegio che i difensori che hanno proposto il reclamo erano stati delegati, con mandato a margine del ricorso ex art. 700 c.p.c., a rappresentare e difendere i ricorrenti anche in sede di gravame e ciò rendeva superfluo il rilascio di una nuova procura per l'impugnazione del provvedimento sfavorevole (cfr. Cass. civ. 20 agosto 1986, n. 5111, Cavacena/Cucich).

Eccepisce inoltre la resistente che al momento della sua costituzione « oltre all'originale del reclamo non risulta depositato in Cancelleria alcun altro atto o documento né risultano acquisiti il fascicolo di ufficio e il fascicolo di parte della fase precedente » con conseguente improcedibilità del reclamo. Rileva il Collegio che l'acquisizione del fascicolo di ufficio contenente il fascicolo di parte della fase precedente — avvenuta per l'udienza di discussione del reclamo — non era una attività ascrivibile ai soggetti reclamanti e ritiene inoltre che non vi sia stato in concreto alcun pregiudizio alla difesa della resistente che già aveva avuto occasione di esaminare tutta la documentazione allegata al fascicolo di parte e lo stesso fascicolo di ufficio partecipando alla fase del procedimento svoltasi davanti al giudice designato.

2. Sussiste la legittimazione dell'ANVI a proporre il ricorso e comunque a partecipare al procedimento quale interventore *ad adiuvandum* degli altri ricorrenti esercenti l'attività di videonoleggiatori.

Alla udienza di discussione del reclamo la società resistente ha eccepito che l'ANVI non ha dato prova di essere « statutariamente delegata della facoltà di tutelare e rappresentare anche sul piano processuale ed economico gli interessi delle imprese associate e che gli altri tre ricorrenti non hanno fornito alcuna prova di quale attività essi effettivamente esercitino e, in particolare in quale settore di mercato ».

Osserva il Tribunale che la legittimazione è attribuita all'associazione di categoria dal disposto dell'art. 2601 c.c. in base al quale quando gli atti di concorrenza sleale pregiudicano gli interessi di una categoria professionale, l'azione per la repressione della concorrenza sleale può essere promossa anche dalle associazioni professionali e dagli enti che rappresentano la categoria. Fra le varie pronunce giurisprudenziali appare particolarmente attinente al caso in esame quella del Tribunale di Milano del 24 settembre 1979 (Institut national appellations origine vins eaux-de-vie c. De Luca, in *Giur. dir. ind.*, 1979, 716) secondo cui le associazioni private che rappresentano categorie professionali hanno legittimazione ad agire non solo per l'accertamento e l'interdizione degli atti di concorrenza sleale ma anche per i danni da essa derivati e in particolare che le associazioni professionali hanno la titolarità del diritto leso allorché gli atti di concorrenza sleale siano di tale natura da colpire l'intera categoria e nessuno degli appartenenti in modo particolare di guisa che il danno sia globale e indifferenziato e non possa essere esattamente individuato soggettivamente o determinato quantitativamente.

Conseguentemente va ritenuto che la legittimazione dell'ANVI vada ricercata e individuata, piuttosto che nella normativa statutaria, nella sua effettiva rappresentatività della categoria professionale dei videonoleggiatori (cfr. Trib. Grosseto 15 ottobre 1985, Unione Italiana autoscuole studi consulenze automobilistiche c. Automobile Club Grosseto, in *Riv. giur. circ. e trasp.*, 1985, 793). Sotto questo aspetto peraltro nessun rilievo è stato mosso dalla resistente in ordine alla deduzione dell'ANVI che nel ricorso introduttivo ha affermato di essere una associazione di categoria aderente alla Confesercenti, capillarmente diffusa su tutto il territorio nazionale e rappresentativa degli interessi di oltre 1.200 imprese di rivendita al dettaglio e noleggio videocassette.

Per quanto riguarda gli altri ricorrenti è stata allegata agli atti documentazione che attesta lo svolgimento dell'attività di videonoleggio da parte delle ditte da essi rappresentate.

Respinte pertanto le eccezioni pregiudiziali sollevate da parte resistente può esaminarsi il merito del reclamo che si incentra su due punti: l'esclusione, da parte del giudice designato, del rapporto di concorrenza fra le parti e della violazione di norme pubblicistiche nonché della fattispecie di concorrenza sleale che ad essa consegue. A tali censure la resistente risponde innanzitutto negando l'esistenza di qualsiasi prova sul danno che il suo comportamento ha prodotto e potrà produrre in futuro ai ricorrenti. Contesta poi che il suo comportamento possa considerarsi contrario a norme pubblicistiche e integrativo di concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 n. 3 c.c. Su tali rilievi e difese il Tribunale ritiene che:

3. Può essere identificato un rapporto di concorrenza fra l'attività svolta ordinariamente dalle imprese dei videonoleggiatori e l'attività promozionale della società l'Arca consistente nella vendita, per un giorno a settimana, in allegato al quotidiano L'Unità, di una videocassetta contenente la riproduzione di una opera cinematografica.

Il rapporto è stato escluso dal giudice designato poiché pur offrendo sul mercato, i ricorrenti e la editrice L'Arca, beni appartenenti ad uno stesso genere, gli stessi non risultano idonei a soddisfare gli stessi bisogni o bisogni simili degli acquirenti. Ciò in quanto i film riprodotti nelle cassette allegate a L'Unità sono usciti nei circuiti cinematografici oltre cinque anni fa e hanno esaurito le loro potenzialità di vendita attraverso i circuiti tradizionali tanto da essere posti fuori catalogo. L'affermazione non appare condivisibile in quanto, se pure in larga parte i film offerti in vendita dal quotidiano L'Unità sono usciti nelle sale da molto o moltissimo tempo, non appare altrettanto scontato che essi abbiano esaurito le proprie potenzialità di vendita attraverso i circuiti tradizionali. Si tratta infatti in generale di opere di indiscusso valore artistico o comunque di rilevante interesse culturale e sociale. Sicuramente esse scontano la preferenza del largo pubblico per titoli più recenti e di immediato richiamo pubblicitario. Peraltro la particolare vantaggiosità dell'offerta e la sua reclamizzazione attraverso i mezzi di comunicazione rende tali opere appetibili anche per il largo pubblico. Se è vero quindi che difficilmente i videonoleggiatori avrebbero potuto conseguire rilevanti introiti dal noleggio o dalla vendita di questi titoli è anche ipotizzabile che gli utenti, attratti dalla vantaggiosità dell'offerta, siano stati influenzati nelle abituali scelte che li orientano nel noleggio e nell'acquisto di videocassette. Un rapporto di concorrenza sia pure indiretto è quindi innegabile perché in definitiva entrambi i soggetti si rivolgono sia pure in forme e modi diversi allo stesso mercato di consumatori.

4. La prova della fondatezza del ricorso relativamente all'elemento del c.d. *periculum in mora* appare affidata a valutazioni ipotetiche e opinabili.

Peraltro sia pure tenendo presente l'orientamento giurisprudenziale che esclude quale presupposto dell'azione inibitoria l'attualità del danno, ritenendo invece sufficiente l'idoneità, della condotta da inibire, a produrlo (Cass. civ. 2 aprile 1982 n. 2020) non possono, nel caso in esame, essere identificate e confuse le considerazioni, che hanno indotto a ritenere sussistente un rapporto di concorrenza, con quelle che devono ritenersi necessarie per affermare l'esistenza di un pericolo sia pure potenziale di conseguenze dannose a carico dei ricorrenti.

Affermare che entrambi i soggetti si rivolgono allo stesso mercato di consumatori non significa infatti dare per scontato che l'ingresso nel mercato della editrice L'Arca abbia costituito un danno potenziale per gli operatori già esistenti. Il tema è evidentemente connesso con quello relativo alla sussistenza o meno del comportamento sleale perché altrimenti avrebbe una mera valenza sociologica. Peraltro può essere affrontato autonomamente proprio in relazione alla intrinseca disomogeneità dei due soggetti concorrenti.

Sotto questo profilo non è inconferente l'osservazione di parte resistente per cui l'azione giudiziale dei ricorrenti è avvenuta a distanza di circa un anno dall'inizio della vendita delle videocassette in allegato al giornale L'Unità. Questo non vuol dire evidentemente che questo giornale abbia acquisito una priorità e quindi un diritto in esclusiva a competere con i videonoleggiatori. Si tratta invece di un elemento da tenere presente nella prospettazione della potenzialità lesiva del comportamento oggetto dell'azione giudiziaria. Per la sua peculiarità l'offerta dell'editrice

resistente non ha probabilmente rappresentato in un primo tempo un reale pericolo per i videonoleggiatori. Si parla di peculiarità dell'offerta della resistente, oltre che per la correlazione con un giornale appartenente a una specifica area politica, anche perché essa non prevede l'opzione dell'acquisto del giornale in alternativa a quella dell'acquisto del giornale con la videocassetta e perché essa è caratterizzata dalla scelta di opere non recenti e inserite in un filone tematico, con una accentuazione quindi del suo carattere « editoriale ». Cionostante il comportamento della resistente va indubbiamente valutato nell'attuale situazione di mercato, che ha visto il moltiplicarsi di analoghe iniziative editoriali e quindi l'espandersi dell'effetto concorrenziale.

Rimane peraltro il dato di fatto della sostanziale disomogeneità dell'offerta degli editori e dei noleggiatori sotto il profilo dei diversi canali di comunicazione con il mercato e della imposizione all'acquirente di una scelta obbligata sul prodotto imposta necessariamente da parte dei primi. In realtà questi elementi di disomogeneità, almeno potenzialmente, avrebbero potuto acquisire nuovi utenti al mercato piuttosto che sottrarre gli abituali consumatori ai precedenti offerenti. Infatti l'avvicinamento dei lettori di quotidiani alla visione del cinema a casa potrebbe aver ingenerato nuovi consumatori per il mercato tradizionale del videonoleggio, che garantisce una amplissima libertà di scelta e la fruibilità di titoli più recenti e di maggior richiamo commerciale. L'apprezzamento di un determinato autore o interprete, conosciuto attraverso l'offerta della editrice, potrebbe aver stimolato la curiosità a conoscere le altre opere disponibili nei cataloghi dei videonoleggiatori. In definitiva la prospezione dei ricorrenti dà per scontati due elementi di valutazione che scontati non sono e che dovevano (ed eventualmente potevano) essere dimostrati. Ci si riferisce cioè alla pretesa anelasticità della domanda dei consumatori e alla pretesa incidenza preponderante del prezzo nella opzione fra acquisto e noleggio e fra acquisto vincolato dall'offerta dell'editrice e acquisto libero presso i videonoleggiatori. Analoghe esperienze promozionali quali l'offerta di libri in allegato al giornale, a prezzi non paragonabili a quelli praticati negli usuali canali di vendita, non sembrano aver prodotto ripercussioni negative in danno dei rivenditori. È certo che l'apparizione, sul mercato degli audiovisivi, di soggetti di grande forza economica e comunicativa, quali le imprese editoriali, abbia comportato e comporti la necessità, per gli operatori preesistenti, di riverificare, e magari coordinare, le proprie strategie operative. Non è affatto scontato invece che tale apparizione abbia costituito un irreversibile danno per i noleggiatori ai quali potrebbe essere invece stata fornita una buona opportunità di espandere il proprio mercato.

5. Non è riscontrabile un comportamento contrario alla correttezza professionale da parte della società resistente.

A ben vedere proprio l'impostazione del ricorso introduttivo esclude la sussistenza di una condotta scorretta avvalorando la constatazione della disomogeneità dei soggetti concorrenti e dei loro comportamenti e delle loro opportunità.

Si riportano alcuni passi significativi del ricorso che, a giudizio del Tribunale, colgono efficacemente l'impostazione del problema salvo poi pervenire a conclusioni non condivisibili.

« Non si discute, in linea di principio, che la vendita di videocassette possa essere effettuata da soggetti e a condizioni differenti a quelli che, per il passato, il mercato italiano di tale prodotto ha conosciuto.

Né si discute che in tale ottica i prezzi praticati possano essere inferiori a quelli ordinari.

Quello che alla Arca società editrice de L'Unità S.p.A. — e agli altri editori contestualmente convenuti — si contesta è di affacciarsi sul mercato godendo dei privilegi che il loro *status* di editori gli riconosce, per operare sostanzialmente come commercianti di articoli che con l'editoria nulla hanno a che vedere.

È noto come l'operazione commerciale che gli editori attualmente conducono sia finalizzata al duplice obiettivo di incrementare le vendite dei loro prodotti editoriali e, soprattutto, di rendere più appetibili alle concessionarie di pubblicità gli spazi all'uopo riservati.

Si capisce quindi come per realizzare tali obiettivi l'editore non badi a trarre un ritorno in termini di ricavo dalla videocassetta, quanto invece dalla maggiore circolazione del giornale e dal conseguente maggior valore degli spazi pubblicitari.

Ciò spiega perché L'Arca società editrice de L'Unità S.p.A. può permettersi un lusso che i rivenditori di videocassette non possono consentirsi: la vendita sottocosto ».

Gli argomenti spesi dai ricorrenti sono quindi riconducibili a due censure nei confronti del comportamento delle società editoriali: esse entrano nel mercato delle videocassette avvalendosi indebitamente dei vantaggi distributivi e fiscali riservati all'editoria e lo fanno a fini strumentali consentendosi così la vendita sotto costo della videocassetta. Tali affermazioni presuppongono a loro volta una valutazione e un assioma rispettivamente non condivisibile e non provato come si cercherà di dimostrare.

a) *Il preteso indebito uso nello status di imprenditore editoriale al fine di esercitare concorrenza sleale.* — Lungi dall'essere un supporto integrativo del prodotto editoriale la videocassetta, secondo i ricorrenti, è il prodotto commerciale cui accede il giornale, è questo ultimo che viene venduto in funzione della videocassetta e non viceversa. In ogni caso il criterio dell'accessorietà non può che essere ricostruito sulla base dei dati oggettivi del costo dei due prodotti che vedono prevalere la videocassetta rispetto al giornale. Ciò dovrebbe rendere inapplicabile la normativa sui supporti integrativi ai prodotti editoriali e quindi inutilizzabile la intera rete distributiva degli edicolanti e di fatto impraticabile l'intera operazione promozionale.

In primo luogo occorre evidenziare la contestabilità dell'affermazione per cui il rapporto di accessorietà debba essere identificato avendo a parametro il costo dei due prodotti. La stessa normativa fiscale citata da parte ricorrente prevede l'accessorietà di supporti integrativi di valore superiore a quello del prodotto editoriale. L'accessorietà della videocassetta al giornale è data proprio dal fatto che essa non può essere acquistata senza l'acquisto del giornale. Tale constatazione non può essere considerata nominalistica ed è la stessa parte ricorrente a mettere in evidenza come l'obiettivo (o almeno l'obiettivo primario) dell'editrice sia quello della maggiore diffusione del giornale e non la vendita della videocassetta. La vendita della videocassetta ha dunque una funzione promozionale che logicamente la rende accessoria al giornale. D'altra parte è palesemente artificioso ritenere che il pubblico sia indotto all'acquisto del

giornale solo per poter acquistare la videocassetta. Ciò potrà avvenire in parte o in determinate circostanze ma non è affatto detto che non avvenga il contrario o che la vendita settimanale della cassetta non determini l'aumento della vendita del giornale nel corso della settimana. Né può dirsi che la videocassetta è un prodotto totalmente avulso dal prodotto editoriale. L'editore potrà avere interesse alla diffusione di determinate opere per rendere più riconoscibili le proprie scelte culturali o anche in relazione alle scelte politiche della testata. Potrà ospitare sul giornale articoli di commento ai film distribuiti e sollecitare un dibattito fra i lettori inteso a sollecitare le opinioni sulle offerte da effettuare in modo da rinsaldare il vincolo di affezione al giornale e allargare la cerchia dei lettori abituali. In definitiva quindi un nesso tra i due prodotti è ben ravvisabile e d'altra parte le opere cinematografiche se pure normativamente distinte dai prodotti editoriali si avviano a diventare parte di un sistema della comunicazione e dell'espressione artistica che fruirà di strumenti tecnologici sempre più omogenei tali da superare il concetto stesso di prodotto editoriale e la sua distinzione dal prodotto audiovisivo.

Non va poi sottaciuta la circostanza per cui la maggior parte degli edicolanti venda autonomamente e legalmente prodotti audiovisivi. Limitare la possibilità per gli editori di effettuare l'offerta solo attraverso gli edicolanti muniti di apposita licenza non comporterebbe quindi presumibilmente alcun vantaggio concorrenziale per i videonoleggiaiori. Sotto il profilo della sperequazione delle opportunità di vendita e di risparmio fiscale i ricorrenti hanno dedotto che il canale delle edicole consente un orario più prolungato e che l'applicazione dell'IVA al 4% e del regime forfetario della resa avvantaggiano indebitamente gli editori in spregio della norma contenuta nel D.L. 27 aprile 1990 n. 90 all'art. 3 comma 10° che impone la doppia condizione della vendita in unica confezione e del costo del supporto non superiore ai tre quarti del prezzo di vendita al pubblico. Sul punto il Tribunale non può che richiamare quanto già rilevato nell'ordinanza impugnata e in altri provvedimenti emessi in casi analoghi. I videonoleggiaiori si avvalgono in buona misura di sistemi automatizzati di distribuzione, funzionanti 24 ore su 24, e comunque non hanno il limite della distribuzione in un solo giorno del prodotto. A prescindere dalla correttezza della interpretazione della norma fiscale le conseguenze in termini di costo del prodotto promozionale sarebbero ben modeste e tali da non incidere sulla domanda. Sulla corretta applicazione del carico fiscale è chiamata vigilare comunque la pubblica amministrazione e non può ravvisarsi nel comportamento dell'editrice un atto di concorrenza sleale.

b) *La pretesa vendita sottocosto delle videocassette.* — Se può essere condivisa, come si è detto, l'affermazione per cui lo scopo primario dell'operazione censurata dai ricorrenti sia quello di incrementare la vendita del giornale resta del tutto indimostrata e illogica la ulteriore affermazione per cui gli editori avrebbero scelto di vendere sottocosto il prodotto promozionale. A ciò non può evidentemente pervenirsi comparando il costo dell'acquisto per i singoli noleggiatori rispetto a quello che riescono a ottenere le case editrici in considerazione di una distribuzione massiccia e una *tantum* del film.

Il problema piuttosto è quello della diversa opportunità operativa di cui può usufruire la grande e la piccola distribuzione commerciale. Ma è evi-

dente che il problema non può essere posto in termini di concorrenza sleale. D'altra parte si è già detto che è del tutto opinabile, e a giudizio di questo Tribunale non condivisibile, l'affermazione per cui i videonoleggiatori, in seguito ai prezzi introdotti dagli editori di giornali, non possono più competere efficacemente sul mercato. Le offerte di questi ultimi sono pur sempre molto limitate a fronte delle disponibilità di catalogo dei noleggiatori e ben può ipotizzarsi che vengano organizzate vendite promozionali anche da parte dei noleggiatori tali da controbilanciare la concorrenza sia pure indiretta degli editori.

In considerazione della novità e particolarità del caso in esame si ritiene corrispondente a giustizia l'integrale compensazione delle spese processuali.

P.Q.M. — Il Tribunale rigetta il reclamo proposto dall'associazione Videonoleggiatori Italiani (ANVI) e dai sigg.ri Claudio Lelli, Giuseppe Madoi e Enrico Landini quali rappresentanti rispettivamente della ditta Videoland di Lelli Bianca, della VideoLand di Madoi Giuseppe & C. s.n.c. e della Landini e Giacomoli s.n.c. avverso l'ordinanza in data 29 luglio 1996 del giudice designato dott. Mario Rosario Ciancio che ha respinto il ricorso proposto ex art. 700 c.p.c. dagli odierni reclamanti nei confronti della s.p.a. Arca società editrice de L'Unità s.p.a.

Spese compensate.