

## TRIBUNALE MILANO

(ORD.) 6 LUGLIO 1994

ESTENSORE: BONARRETTI

PARTI: PANINI S.R.L. ED ALTRI  
(Avv. Vanzetti, Mansani  
e Crespi)SERVICE LINE ITALY S.R.L.  
(Avv. Pesce e Ruben)

GIUSEPPE PAPPALETTERA

**Diritti della personalità •  
Diritto all'immagine •  
Commercio delle figurine  
destinate ad album  
raccolgitori • Fini lucrativi •  
Sussistenza • Diritto  
esclusivo di sfruttamento  
economico dell'immagine  
dei calciatori • Lesione •  
Applicabilità dell'art. 97,  
legge 22 aprile 1941, n.  
633 • Esclusione**

*La vendita di figurine ritraenti  
calciatori destinate ad essere*

*raccolte in appositi album, in  
ragione della peculiare natura  
del supporto utilizzato, suscetti-  
bile di fruizione autonoma ri-  
spetto all'album stesso, eviden-  
zia che l'attività di commercia-  
lizzazione ha ad oggetto il ri-  
tratto sulle figurine e che lo sco-  
po di lucro risulta prevalente  
rispetto a quello informativo o  
didattico-culturale, cosicché  
non risulta applicabile l'esimen-  
te di cui all'art. 97 della legge  
22 aprile 1941, n. 633.*

**I**l Giudice designato,  
sciogliendo la riserva che precede,  
letti gli atti e i documenti,

ritenuto che, ai fini dell'emissione della inibitoria richiesta, sembrano sus-  
sistere i requisiti di legge limitatamente alla produzione, commercializzazione  
e pubblicizzazione delle figurine riproducenti l'immagine della squadra  
schierata delle nazionali svizzera, tedesca, nigeriana, boliviana e le imma-  
gini dei giocatori Dooley, Dunga, Kirjakov, Dahlin, Bratseth, Wouters,

dovendosi osservare quanto al *fumus*, che

— le ricorrenti hanno fornito prova documentale della titolarità del di-  
ritto esclusivo di sfruttamento economico dell'immagine, nel settore delle  
figurine, delle squadre schierate e dei giocatori sopra nominatamente in-  
dicati, mentre non può dirsi altrettanto per il complesso dei giocatori delle  
dette squadre (in difetto di prova scritta al riguardo, non sembrando con-  
sentito anche ai sensi dell'art. 110 l.a., far discendere dalla mera selezione  
dei calciatori facenti parte delle rappresentative nazionali, la cessione di  
queste ultime dei diritti di utilizzazione economica della loro immagine; di-  
fetta quindi sul punto la prova della legittimazione attiva), per le maglie  
e gli emblemi della nazionale di appartenenza (la liceità dell'utilizzo della  
loro immagine ben potendosi far derivare dal legittimo utilizzo di tali og-  
getti da parte del soggetto ritratto, a quanto risulta, non illecitamente),  
nonché per la squadra del Camerun (i cui diritti, cfr. doc. 24, sembrereb-  
bero spettare alla società France-Images S.A., che non figura tra le ricor-  
renti);

— non risulta contestata la (comunque documentata) riproduzione su  
figurine di tali immagini da parte della società resistente, che si difende so-  
stenendo la liceità della propria condotta sulla base delle normative anti-  
trust e del disposto dell'art. 97 l.a.;

— sul primo punto, si osserva che lo sfruttamento di un diritto esclusivo  
di utilizzazione economica dell'immagine non sembra in se stesso idoneo  
ad integrare la illecita restrizione della concorrenza lamentata dalla resi-  
stente e che neppure sembra ravvisabile un fenomeno distorsivo della con-  
correnza [in relazione al rapporto quantitativo tra il numero (relativa-  
mente modesto) delle squadre e dei calciatori per i quali le ricorrenti van-

tano un diritto esclusivo e il numero (ben più ampio) delle squadre e dei calciatori per i quali tale diritto esclusivo non sussiste], posto che il veto alla pubblicazione di figurine non può che riguardare l'oggetto dell'esclusiva, mentre l'individuazione in concreto degli strumenti utili a raggiungere il risultato attiene esclusivamente all'aspetto esecutivo che qui non mette conto considerare (per un verso dovendosi osservare che la cautela mira a neutralizzare gli effetti pregiudizievoli di una condotta illecita riferibile alla resistente, per altro verso non potendosi escludere, proprio in ragione dell'argomento numerico sopra appena richiamato e previa adozione degli opportuni accorgimenti, un interesse della resistente alla ulteriore commercializzazione delle altre figurine);

— sul secondo punto, si osserva che la peculiare natura del supporto utilizzato per la riproduzione dell'immagine (la figurina, assimilabile al poster e innegabilmente suscettibile di *fruizione anche autonoma* rispetto all'album raccoglitore, con tutto ciò che consegue in ordine alla possibile assenza di collegamento tra le immagini e la parte informativa dell'album) evidenzia come l'oggetto dell'attività di commercializzazione debba ravvisarsi nel ritratto in sé considerato e riprodotto sulle figurine contenute nelle bustine poste in vendita e come quindi lo scopo di lucro appaia assolutamente prevalente rispetto alle finalità informative (o didattico-culturali, in senso lato), del resto limitate alle essenziali, scarse indicazioni fornite dall'album per ogni squadra e ogni giocatore, ciò che fa apparire troppo tenue, secondario e occasionale il nesso tra l'immagine e lo scopo culturale o il pubblico evento richiesto per l'integrazione della deroga ex art. 97 l.a., con conseguente applicazione alla fattispecie del divieto di cui all'art. 96;

— né, infine, sembra scarsamente significativo (per apprezzare la consapevolezza della resistente circa la validità della tesi qui accolta o, quantomeno, le sue perplessità circa la validità della tesi opposta) anche il fatto che la stessa resistente abbia ritenuto di chiedere (ed abbia ottenuto, se pur con un contratto la cui validità risulta contestata dalle ricorrenti) verso un corrispettivo l'esclusiva dei diritti d'uso, nel settore delle figurine, delle immagini della squadra nazionale del Marocco (doc. 2 resistente); quanto al *periculum*, che l'attualità, l'imminenza e l'irreparabilità del pregiudizio discendono dalla riferibilità delle immagini oggetto dell'esclusiva al campionato mondiale di calcio negli USA in pieno svolgimento a tutt'oggi e sino al prossimo 17 luglio 1994, nonché dallo sviamento di clientela suscettibile di derivare dalla ulteriore produzione, commercializzazione e pubblicizzazione delle figurine con le immagini oggetto di esclusiva;

ritenuto pertanto che, nei limiti indicati, sembra accoglibile la domanda delle ricorrenti volta ad ottenere il provvedimento di inibitoria, mentre vanno disattese le ulteriori domande: quella di accantonamento delle figurine (in quanto necessariamente ricompresa nell'inibitoria, se avente ad oggetto le figurine riproducenti le immagini oggetto dell'esclusiva e in quanto inaccoglibile per difetto del diritto da sottoporre a cautela, se avente a oggetto figurine diverse), quella di inibitoria sotto il profilo concorrenziale (in quanto non fondata su rilievi autonomi e pertanto da considerare assorbita nella prima domanda), quella di pubblicazione del presente provvedimento (per la natura non cautelare bensì risarcitoria della misura invocata);

P.Q.M. — Inibisce al signor Giuseppe Pappalettera di vendere e alla Service Line Italy s.r.l. di produrre, commercializzare e pubblicizzare le

figurine relative alla coppa del mondo di calcio «USA '94» riproducenti l'immagine della squadra schierata delle nazionali svizzera, tedesca, nigeriana, boliviana e le immagini dei giocatori Dooley, Dunga, Kirjakov, Dahlin, Bratseth, Wouters.

**« CE L'HO, CE L'HO, MI  
MANCA ». ANCORA IN TEMA  
DI COMMERCIALIZZAZIONE  
DI FIGURINE DI  
PERSONAGGI SPORTIVI**

risprudenziari<sup>1</sup>, può, dall'altro, suscitare ragionevoli incertezze in ordine alla interpretazione da adottare in relazione al medesimo caso, specialmente qualora — come nelle ipotesi in esame — l'esegesi debba essere condotta, quasi contestualmente, da differenti giudici.

Entrambe le ordinanze sono state originate da ricorsi *ex art. 700 cod. proc. civ.* presentati da una nota società italiana che commercializza figurine raffiguranti immagini di giocatori di calcio da collezionare e conservare in appositi raccoglitori. In particolare, la società ricorrente aveva richiesto al Tribunale di Milano ed a quello di La Spezia di inibire alle due società resistenti la commercializzazione delle figurine riproducenti le immagini di alcune squadre nazionali e di alcuni giocatori che partecipavano ai recenti campionati di calcio svoltisi nell'estate 1994 negli Stati Uniti, assumendo di essere l'esclusiva titolare del diritto di sfruttamento economico delle immagini dei giocatori e delle squadre in questione<sup>2</sup>.

**I** due provvedimenti che si annotano costituiscono un chiaro esempio di come la stessa fattispecie possa essere valutata da giudici diversi in maniera diametralmente opposta. Il principio di autonomia dell'organo giudicante, benché, da un lato, consente al singolo giudice di non attenersi agli orientamenti giu-

<sup>1</sup> Sul dibattito relativo a tale profilo si veda di recente *ALPA, Istituzioni di diritto privato*, Torino, 1994, p. 119 e, in particolare, pp. 169 ss.

<sup>2</sup> Va precisato che, nello stesso periodo in cui sono state rese le decisioni in commento, il Tribunale di Modena ha emesso una serie di provvedimenti, aventi ad oggetto la medesima fattispecie, in seguito a due distinti procedimenti d'urgenza promossi dalla Panini nei confronti di una società statunitense, la « The Upper Deck Company », e da quest'ultima nei confronti della Panini. A fondamento delle richieste di inibitoria avanzate dalle due società si assumeva la lesione del diritto di sfruttamento economico delle immagini di alcune delle squadre e dei giocatori partecipanti ai campionati mondiali di calcio. Nei due procedimenti paralleli, pertanto, venivano avanzate richieste uguali e contrarie fondate sulla circostanza che nessuno dei due contendenti era titolare del diritto di sfruttamento

economico delle immagini di tutte le squadre e di tutti i giocatori partecipanti ai mondiali di calcio del 1994. Il giudice designato per i due procedimenti emetteva, il 12 luglio ed il 27 luglio 1994, due distinte ordinanze che, salomonicamente, inibivano tanto alla Panini quanto alla Upper Deck di distribuire e commercializzare quelle figurine raffiguranti le immagini dei giocatori e delle squadre rispetto ai quali la Upper Deck e la Panini vantavano diritti esclusivi di sfruttamento economico. La chiara, e un po' paradossale, conseguenza era che nessuna delle due società sarebbe stata più in grado di vendere tutte le figurine contenute negli album dei campionati mondiali di calcio, essendo il diritto di sfruttamento economico limitato solamente ad alcune squadre e ad alcuni giocatori. Va, tuttavia, rilevato che il Tribunale di Modena emetteva, in data 24 agosto 1994, a seguito del reclamo proposto dalla Panini avverso l'ordinanza di conferma della inibitoria richiesta dalla Upper

Il Tribunale di Milano, in accoglimento del ricorso, ha ritenuto che l'eccezione sollevata dalla società resistente, basata sulla applicabilità dell'art. 97 l.a., fosse infondata. A giudizio del Tribunale, infatti, le figurine che contengono l'effigie di giocatori e squadre sono suscettibili, al pari di altri mezzi di divulgazione (quali i posters), di autonoma fruizione, anche indipendentemente dall'album nel quale le stesse vanno raccolte; l'oggetto della loro commercializzazione, pertanto, è rappresentato dal ritratto riprodotto sulle figurine poste in vendita in apposite bustine, con la conseguenza che lo scopo di lucro risulta assolutamente prevalente rispetto alle finalità informative, «...limitate alle essenziali scarse indicazioni fornite dall'album per ogni squadra ed ogni giocatore, ciò che fa apparire troppo tenue, secondario ed occasionale il nesso tra l'immagine e lo scopo culturale o il pubblico evento richiesto per l'integrazione della deroga di cui all'art. 97 l.a. ...». Il Tribunale di Milano ha suffragato, peraltro, la propria tesi osservando che anche la società resistente era consapevole di tale circostanza, avendo acquistato il diritto di sfruttamento economico dell'immagine di una delle squadre nazionali partecipanti al campionato del mondo di calcio.

In tale procedimento, pertanto, il giudice ha ritenuto opportuno effettuare un giudizio comparativo tra le finalità perseguite dalla raccolta di figurine, concludendo per la prevalenza del fine lucrativo rispetto a quello didattico culturale. Siffatta conclusione viene fondata sulla circostanza che la vendita delle figurine non è tanto ispirata da scopi didattico-culturali od informativi, quanto, piuttosto, da scopi lucrativi, avendo la commercializzazione delle figurine carattere prevalente rispetto alle informazioni contenute nel raccoglitore, ed essendo le figurine stesse suscettibili di autonoma utilizzazione.

Di diverso avviso è, invece, il Tribunale di La Spezia. Analizzando la medesima fattispecie, il giudice ha ritenuto che la commercializzazione di immagini di persone note (quali sono i giocatori di calcio) non contrasta, in linea di principio, con le finalità di pubblica informazione o didattico-culturale, giusta l'art. 97, ultimo comma, l.a. L'ordinanza, sottolineando come i destinatari delle figurine siano essenzialmente i giovani, rileva che dalla conoscenza e conservazione delle immagini dei calciatori contenute nel raccoglitore si può trarre un «non disprezzabile insegnamento istruttivo e culturale, in considerazione della migliore cognizione di un'attività sportiva (il calcio) che nel nostro Paese è largamente diffusa» e che, pertanto, le figurine assolvono ad una funzione informativa in relazione alla manifestazione sportiva cui si riferiscono. Da ciò discende l'applicabilità della deroga prevista dall'art. 97 l.a., nonostante l'attività in questione sia esercitata anche a fini di lucro.

2. Le due ordinanze, non foss'altro perché di orientamento completamente opposto, meritano alcune brevi riflessioni in relazione allo specifico profilo della liceità della commercializzazione di immagini ritraenti perso-

---

Deck, una ordinanza di revoca di tale inibitoria nella quale si sottolineava, oltre alla necessità di esaminare compiutamente tutti i contratti attraverso i quali erano stati concessi i diritti di sfruttamento economico delle immagini dei calciatori e delle squadre, la

non manifesta infondatezza della eccezione sollevata dalla Panini in ordine alla sussistenza della scriminante di cui all'art. 97 l.a., correlata sia alla notorietà delle persone effigiate nelle figurine sia al potenziale carattere informativo della raccolta.

naggi noti (i.e., giocatori di calcio) da conservare in appositi raccoglitori ed alla applicabilità della esimente fissata dall'art. 97 l.a. La problematica, peraltro, appare di notevole interesse ove solo si consideri la larga rilevanza sociale assunta, almeno per il pubblico dei più giovani, da tali operazioni commerciali<sup>3</sup>. Sotto un profilo pratico, inoltre, la prevalenza della tesi che esclude (o ritiene, comunque, irrilevante) la finalità didattico-culturale di tali iniziative commerciali potrebbe, di fatto, impedire la pubblicazione degli album laddove più soggetti siano titolari esclusivi del diritto di sfruttamento economico delle immagini dei personaggi ritratti sulle figurine<sup>4</sup>; al contrario, aderendo alla tesi opposta, ci si potrebbe chiedere se — qualora l'acquisto del diritto di sfruttamento economico dell'immagine del personaggio sportivo sia strumentale alla commercializzazione di figurine da conservare in raccoglitori e tale circostanza sia esplicitamente prevista nel relativo contratto — il corrispettivo versato in favore dei soggetti effigiati non sia privo di una giusta causa di attribuzione patrimoniale e, pertanto, ripetibile.

La giurisprudenza si è già pronunciata, invero con interpretazioni oscillanti, sul tema in oggetto<sup>5</sup>. Le posizioni assunte dalle corti di merito corrispondono a quelle prospettate dalle due ordinanze in esame: da un lato, l'orientamento incline a ritenere che la vendita di figurine collegate alla raccolta delle stesse rientri nei casi fissati dall'art. 97 l.a., attesa la sussistenza di uno scopo informativo o didattico, che è prevalente o, quantomeno, non subordinato a quello lucrativo, nonché la notorietà dei soggetti ritratti; dall'altro, l'orientamento più restrittivo che, enfatizzando la natura squisitamente commerciale di tali operazioni, ritiene che le stesse siano ispirate da un fine di lucro prevalente rispetto a quello didattico-culturale, con la conseguenza che la loro legittimità è legata al consenso manifestato dai soggetti interessati.

La dottrina, perlomeno quella più recente, sembra incline ad accogliere la seconda delle due tesi dianzi prospettate<sup>6</sup>. La distinzione tra la diffu-

<sup>3</sup> Anche recentemente un noto quotidiano ha sottolineato la rilevanza che tali raccolte hanno assunto nella nostra cultura sin dai primi anni Sessanta, ristampando vecchi album di figurine. Del resto, la pratica commerciale finalizzata alla vendita di immagini di persone note è da molto tempo diffusa. Si veda in proposito il noto caso della cantante Nilla Pizzi affrontato da Cass. 14 dicembre 1963, n. 3150, in *Foro it.*, 1964, I, 272.

<sup>4</sup> Le controversie dedotte alla cognizione del Tribunale di Modena, (vedi *supra* nota 2) ne sono un chiara testimonianza.

<sup>5</sup> Si vedano Trib. Modena 17 gennaio 1976, in *Riv. dir. sport.*, 1976, 159 annotata da BRUSCA a p. 240, che ha ritenuto prevalente il fine commerciale rispetto a quello informativo, solo mediato ed indiretto, sottolineando che il gran numero di figurine necessario per completare la raccolta denotava il preponderante intento lucrativo dell'operazione; tale pronuncia è stata, tuttavia, riformata da App. Bologna nella deci-

sione del 21 aprile 1978, in *Foro pad.*, 1978, I, p. 295 con nota di PESCE, *Figurine che passione! Spunti in tema di diritto all'immagine*, in cui si rilevava un equilibrio tra il fine lucrativo e quello informativo divulgativo; App. Genova 24 febbraio 1981, in *Riv. dir. sport.*, 1982, 563 con nota di TOBIA, che, riformando la decisione resa dal giudice di primo grado, ha ritenuto lecita la commercializzazione di figurine recanti l'immagine di calciatori, in assenza del consenso prestato dagli interessati, attesa la notorietà dei soggetti effigiati e gli scopi informativi ed istruttivi della pubblicazione che, pur coesistenti con una inevitabile finalità lucrativa, rendevano comunque, operante il disposto di cui all'art. 97 l.a.

<sup>6</sup> Si vedano, in particolare DE VITA, *Delle persone fisiche*, in *Commentario al Codice Civile* a cura di SCIALOJA e BRANCA, Bologna-Roma, 1988, pp. 616 e 617; SCOGNAMIGLIO, *Il diritto all'utilizzazione economica dell'immagine delle persone celebri*, in questa *Rivista*, 1988, pp. 1 ss., in part.

sione del ritratto come « documento » e la sua utilizzazione quale bene dotato di un autonomo valore patrimoniale<sup>7</sup>, lo sviluppo del c.d. *right of publicity*<sup>8</sup>, nonché la circostanza che l'art. 97, comma 1, l.a. si riferisce esclusivamente alla riproduzione dell'immagine e non, invece, alla commercializzazione<sup>9</sup> consente di affrontare sotto una diversa ottica il problema, tenendo conto, soprattutto, da un lato, dell'interesse della persona nota di sfruttare economicamente la propria immagine, dall'altro, della necessità di valutare in modo estremamente rigoroso se sia applicabile l'esimente di cui all'art. 97 l.a.<sup>10</sup>.

3. Nella consapevolezza che una breve nota non permette di affrontare in modo esaustivo la tematica in esame, sembra, tuttavia, opportuno formulare alcune brevi riflessioni che traggono spunto dalle vicende giudiziarie oggetto del presente commento.

L'interpretazione giurisprudenziale incline a sostenere che la commercializzazione di figurine di personaggi noti (siano essi sportivi o meno) da conservare in raccoglitori risulta legittima, a prescindere dal consenso degli interessati, sembra ignorare alcune circostanze che, se valutate attentamente, possono condurre a diverse conclusioni. L'applicabilità della esimente di cui all'art. 97 l.a. implica l'esistenza delle cause di giustificazione previste da quella norma, riconducibili, essenzialmente, ad interessi pubblici. Sulla base di tale presupposto si è sostenuto, come del resto ha fatto il Tribunale di La Spezia, che la commercializzazione delle figurine soddisfa interessi informativi (ed alcune volte didattici) e sia, comunque, giustificata dalla notorietà delle persone ritratte<sup>11</sup>. In tale ottica il fine speculativo legato alla operazione commerciale sarebbe irrilevante, cosicché un giudizio di prevalenza tra quello ed il fine informativo risulterebbe persino inutile, essendo sufficiente quest'ultimo a giustificare l'applicazione dell'art. 97, comma 1, l.a. Siffatta impostazione, tuttavia, trascura di considerare che: (a) le finalità informative, seppur esistenti, sono soddisfatte esclusivamente dall'album e non dalle figurine; (b) queste ultime, come sottolineato dal Tribunale di Milano, sono suscettibili di autonoma fruizione e, non a caso, vengono spesso utilizzate dai giovani collezionisti — come sanno quanti si sono dedicati in giovane età a tale passatempo — per adornare oggetti quali i diari, le cartelle, ecc., allo scopo di esibire l'immagine del proprio personaggio preferito; (c) i raccoglitori vengono venduti senza figurine, cosicché ogni collezionista è costretto ad acquistarle presso le rivendite autorizzate potendo, semmai, attraverso scambi con altri collezionisti, tentare di completare la raccolta; (d) le figurine non possono essere scelte dal collezionista, al fine di selezionare quelle

p. 40; ID., *Scopo informativo ed intento di lucro nella disciplina della pubblicazione del ritratto*, *ivi*, pp. 129 ss. e, in part., p. 133; RICOLFI, *Questioni in tema di regime giuridico dello sfruttamento commerciale dell'immagine*, in *Nuova giur. civ. comm.*, 1992, I, pp. 51 ss. Sembra del medesimo avviso, sebbene sulla base di diverse motivazioni, VERCELLONE, *Il diritto sul proprio ritratto*, Torino, 1959, pp. 66 ss.

<sup>7</sup> Cfr. SCOGNAMIGLIO, *Il diritto all'utilizzazione economica cit.*, p. 31.

<sup>8</sup> Per una rassegna di giurisprudenza sul punto si veda ANSALONE, *Il diritto all'immagine*, in *Nuova giur. civ. comm.*, 1990, II, pp. 227 ss. ed *ivi* ampi riferimenti bibliografici.

<sup>9</sup> Cfr. SCOGNAMIGLIO, *op. ult. cit.*, pp. 30 e 31.

<sup>10</sup> Sottolinea tale profilo, in particolare, DE VITA, *op. cit.*, p. 570.

<sup>11</sup> Si vedano App. Bologna 21 aprile 1978, *cit.*, nonché App. Genova 24 febbraio 1981, *cit.*

utili per completare la raccolta, ma sono contenute in bustine chiuse, cosicché è spesso necessario acquistarne un alto numero per acquisire quelle « più rare »<sup>12</sup>; (e) non tutte le persone ritratte possono essere considerate « famose » (si prenda l'esempio, per rimanere ai casi in esame, di giocatori di squadre nazionali minori che sono le « riserve » dei più celebri titolari)<sup>13</sup>.

A ben vedere, quindi, tali operazioni commerciali sembrano composte da due elementi distinti: il raccoglitore, da un lato, e le figurine, dall'altro. I due beni sono, però, venduti autonomamente, sono autonomamente fruibili e non v'è dubbio che il maggior profitto derivi dalla vendita delle seconde; vendita che si risolve, in definitiva, nella « messa in commercio » di immagini di personaggi, più o meno noti, il cui acquisto risulta tendenzialmente, ma non esclusivamente, strumentale al completamento della collezione.

4. Orbene, i più recenti orientamenti giurisprudenziali, inclini a sottolineare l'importanza del c.d. *right of publicity* come autonomo valore patrimoniale<sup>14</sup>, hanno rilevato, contrariamente ad una interpretazione più risalente<sup>15</sup>, come la divulgazione dell'immagine di un personaggio noto « diviene lecita, non in ragione dell'accertata notorietà del soggetto ritratto, ma soltanto se ed in quanto la diffusione dell'immagine risponda alle esigenze di pubblica informazione sia pure intesa in senso lato »<sup>16</sup>. La sola notorietà, in altre parole, non rende applicabile, l'art. 97 l.a., essendo, di contro, necessaria la sussistenza di esigenze di pubblica informazione. Ed è proprio con riguardo a quest'ultimo profilo che le decisioni in esame meritano di essere analizzate. In particolare, quella resa dal Tribunale di La Spezia sostiene che: (a) la messa in commercio della immagine di una persona nota è ammissibile, a prescindere dal consenso dell'interessato, nel caso in cui sussistano i requisiti di cui all'art. 97, comma 1, l.a.; (b) la vendita delle figurine assolve ad una funzione didattica, in-

<sup>12</sup> Sebbene questa componente di aleatorietà renda particolarmente affascinanti tali collezioni, non v'è dubbio che la stessa contribuisce ad incrementare il potenziale investimento necessario per acquisire tutte le immagini necessarie a completare la raccolta. Va, peraltro, sottolineato che, in molti casi, è possibile completare la raccolta richiedendo all'editore, entro un numero prefissato (che, solitamente, si aggira intorno ai venti esemplari), le figurine mancanti versando un prezzo per figurina maggiorato rispetto a quello previsto per gli acquisti in bustine presso i rivenditori autorizzati.

<sup>13</sup> È altresì vero che, rispetto a personaggi meno famosi od anche sconosciuti, la diffusione di figurine costituisce un formidabile veicolo per accrescerne la notorietà e, di conseguenza, il valore patrimoniale della propria immagine, ma ciò non consente, comunque, di adottare le cause di giustificazione di cui all'art. 97 l.a. in quanto ne conferma, *a fortiori*, l'inapplicabilità.

<sup>14</sup> Si veda, in particolare, Cass. 2 maggio 1991, n. 4785, in questa *Rivista*, 1991, p. 837, nonché in *Nuova giur. civ. comm.*, 1992, I, 44 con nota di RICOLFI, e *Foro it.*, 1992, I, 831 con nota di CHIAROLLA. Per un singolare caso relativo alla utilizzazione della immagine di Goethe si veda la decisione n. 2137 del 15 luglio 1994 della Autorità Garante per la Concorrenza e per il Mercato.

<sup>15</sup> Cass. 14 dicembre 1963, n. 3150, *cit.*

<sup>16</sup> Così Cass. 6 febbraio 1993, in questa *Rivista*, 1993, 907. In tal senso si veda anche Cass. 10 novembre 1979, n. 5790, in *Giust. civ.*, 1980, I, 1373, con riguardo al famoso caso Mazzola; nonché, nella giurisprudenza di merito, Trib. Roma 11 giugno 1991, in questa *Rivista*, 1992, 88, ed in *Foro it.*, 1992, I, 1957 con nota di CHIAROLLA; Trib. Roma 25 marzo 1992, in *Giur. it.*, 1992, I, 2, 644; Pret. Milano 19 dicembre 1989, in *Foro it.*, 1991, I, 2836 con nota di TROIANO. Recentemente si veda Trib. Roma 14 gennaio 1994, in questa *Rivista*, 1994, 1010.

formativa e culturale, atteso che dalla conoscenza e conservazione delle stesse il pubblico dei giovani può trarre un « non disprezzabile giova-mento istruttivo e culturale ». Anche prescindendo dall'esatto rilievo interpretativo incline ad escludere, sulla base di una esegesi letterale e sistematica dell'art. 97 l.a., che il comma 1 di tale norma può estendersi alle ipotesi di « messa in commercio » dell'immagine<sup>17</sup>, giova rilevare che la tesi del Tribunale di La Spezia non appare convincente neanche volendo tenere in considerazione le asserite finalità educative od istruttive cui dovrebbe assolvere il commercio delle figurine.

Le considerazioni dianzi formulate in ordine alla struttura delle operazioni di raccolta delle figurine di personaggi noti lasciano trasparire, in modo piuttosto evidente, che le stesse si risolvono, in sostanza, nella vendita di immagini di persone che non assolvono, autonomamente considerate, ad alcune esigenze divulgativa od informativa<sup>18</sup>. Le immagini dei personaggi noti sono tanto ampiamente diffuse dai mezzi di comunicazione che diviene difficilmente condivisibile l'assunto che attribuisce al commercio delle figurine un valore divulgativo od informativo<sup>19</sup>; d'altro canto, non si può dimenticare che i dati informativi, relativi alle persone effigiate nelle figurine, sono contenuti esclusivamente (o, perlomeno nella maggior parte dei casi) nel raccoglitore il cui acquisto costituisce solo il primo passo dell'affascinante gioco finalizzato a completare la raccolta. E non v'è dubbio che colui che mette in vendita le figurine è interessato a far sì che i giovani acquistino il più alto numero possibile di « pacchetti », così evidenziando un chiaro intento lucrativo, che s'appunta proprio sulla fase della vendita delle figurine<sup>20</sup>. Diverso, di contro, sarebbe il ragionamento se l'album già contenesse, al momento della vendita, tutte le immagini dei personaggi famosi. Non si tratta, dunque, di effettuare una valutazione comparativa tra fine informativo e fine di lucro, posto che — una volta preso atto dell'autonoma commercializzazione delle figurine — non sembra potersi revocare in dubbio che nei casi di specie si realizza, in sostanza, una mera vendita di immagini di persone note nel mondo sportivo, che impone l'autorizzazione dei soggetti interessati, legittimati, a loro volta, a sfruttare altrimenti il valore patrimoniale legato alla propria immagine<sup>21</sup>. Alla vendita della singola figurina, ancorché

<sup>17</sup> Cfr. SCOGNAMIGLIO, *op. ult. cit.*, p. 30.

<sup>18</sup> Sembra indicativo richiamare, in proposito, due decisioni della Pretura di Roma del 31 maggio 1983 (in *Giust. civ.*, 1984, I, 308) e del 24 dicembre 1981 (in *Foro it.*, 1982, I, 565). Quest'ultima, in particolare, ha ritenuto illecita la vendita di posters raffiguranti un noto calciatore, in quanto non giustificata da alcun interesse informativo.

<sup>19</sup> Questa interpretazione poteva, semmai, trovare accoglimento in un periodo nel quale la diffusione delle immagini dei personaggi noti era meno frequente.

<sup>20</sup> Va, inoltre, rilevato che le operazioni di raccolta delle figurine hanno ormai raggiunto una dimensione imprenditoriale a rilevanza transnazionale, se è vero che, molto spesso, gli stessi raccoglitori (special-

mente se aventi ad oggetto manifestazioni sportive di portata internazionale) contengono informazioni e dati in più lingue e vengono distribuiti, assieme alle stesse figurine, in diversi paesi.

<sup>21</sup> Si vedano sul punto in giurisprudenza Cass. 2 maggio 1991, *cit.*, nonché id. 28 marzo 1990, n. 2527, in questa *Rivista*, 1990, 12. Sui profili negoziali relativi allo sfruttamento dell'immagine si rinvia al saggio di ZENO ZENCOVICH, *Profili negoziali degli attributi della personalità*, in questa *Rivista*, 1993, pp. 545 ss. Con specifico riferimento ai profili risarcitori legati alla violazione del diritto di sfruttamento economico dell'immagine cfr. BARENGHI, *Il prezzo del consenso mancato: il danno da sfruttamento dell'immagine e la sua liquidazione*, in questa *Rivista*, 1992, pp. 565 ss. Vale la pe-



strumentalmente collegata al completamento dell'album, non può, dunque, attribuirsi il valore di « documento », di testimonianza di un fatto, e la sua funzione non può essere assimilata a quella assolta da una fotografia posta a corredo di un articolo pubblicato su di un quotidiano.

Tale impostazione lascia, tuttavia, aperto un ulteriore problema legato alla concreta possibilità di ottenere tutte le autorizzazioni necessarie per provvedere alla diffusione delle fotografie dei personaggi contenute nei raccoglitori. La ripartizione dei diritti di sfruttamento economico delle immagini tra più soggetti impedirebbe ai diversi editori di poter procedere indipendentemente alla pubblicazione dell'album ed alla promozione della raccolta, in quanto si renderebbe necessaria una preventiva intesa tra coloro che vantano siffatti diritti<sup>22</sup>. Ciò, ovviamente, avrebbe la conseguenza di ingenerare una maggiore concorrenza nell'acquisizione dei diritti sulle immagini dei soggetti effigiati, ma non precluderebbe certo la possibilità di promuovere iniziative legate alla raccolta delle figurine.

ALBERTO GIAMPIERI

---

na di notare che in molti casi la raccolta delle figurine viene effettuata su autorizzazione del soggetto titolare dei diritti di sfruttamento economico delle immagini dei soggetti effigiati ovvero dei personaggi (specie appartenenti al mondo dei fumetti) riprodotti sulle figurine.

<sup>22</sup> Sui profili negoziali del diritto di sfruttamento dell'immagine si rinvia ancora ZENO ZENCOVICH, *op. cit.*, SCOGNAMIGLIO, *op. cit.*, e TROIANO, *L'utilizzazione economica della celebrità: right of publicity e dintorni*, in *Quadrimestre*, 1991, pp. 734 ss.