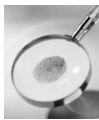


SECONDO MODULO I DIRITTI SOGGETTIVI

Capitolo
Secondo

I DIRITTI DELLA PERSONALITÀ



IL CASO (1)

La compagnia aerea low cost VolAlto, in forte crisi di immagine a causa di alcuni gravi incidenti aerei, decide di lanciare una campagna pubblicitaria volta a sottolineare gli investimenti in sicurezza effettuati. A tal fine fa affiggere in tutti i maggiori centri urbani un manifesto nel quale appare, mediante un fotomontaggio, un ritratto di Maurizio, notissimo "stuntman", accompagnato dalla frase "con VolAlto nessun graffio". Maurizio, che non ha autorizzato tale uso della propria immagine, come invece era accaduto una sola volta in precedenza, in cambio di una remunerazione assai elevata, per la campagna pubblicitaria di una prestigiosa casa automobilistica, decide di agire in giudizio.



I QUESITI

- *La compagnia VolAlto può utilizzare legittimamente l'immagine di Maurizio, in quanto personaggio noto?*
- *Maurizio, ritenendo lesi i propri diritti, può chiedere che i manifesti vengano rimossi?*
- *Potrebbe Maurizio chiedere un eventuale risarcimento danni in relazione all'accaduto?*



RIFERIMENTI NORMATIVI

Diritti della personalità – Diritto all'immagine – Sfruttamento commerciale – Abuso – Danno risarcibile (*artt. 10, 2043, 2056, 2059 c.c.; artt. 96-97, legge n. 633/1994*).

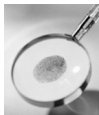


TRATTAZIONE DEL CASO

La compagnia VolAlto non può utilizzare legittimamente l'immagine di Maurizio perché il ritratto delle persone note può essere riprodotto senza il loro consenso solamente se vi è un interesse pubblico alla conoscenza dei fatti di cui sono protagonisti, mentre nel caso di specie è evidente che l'uso dell'immagine risponde esclusivamente ad una finalità commerciale. In questa ipotesi, la società avrebbe dovuto ottenere preventivamente il consenso dell'interessato, presumibilmente dietro pagamento di un compenso. In mancanza del consenso si ha un utilizzo abusivo dell'immagine altrui fonte di responsabilità extracontrattuale, con conseguente risarcimento del danno in favore della vittima dello stesso. Inoltre Maurizio potrà ottenere dal giudice competente un provvedimento inibitorio con cui venga imposto alla VolAlto di ritirare i manifesti già affissi.

Poiché Maurizio è un soggetto molto noto e la sua immagine ha un valore commerciale, lo sfruttamento abusivo dà luogo ad un danno risarcibile la cui entità può essere stimata tenendo conto del compenso ricevuto in

precedenza per la campagna pubblicitaria realizzata dalla casa automobilistica, nonché dell'entità e della durata della diffusione dei manifesti affissi dalla VolAlto. Infine, poiché la compagnia aerea gode attualmente di scarso credito presso i consumatori, Maurizio potrebbe anche chiedere il risarcimento del maggior danno derivante dallo svilimento della propria immagine, il cui sfruttamento era stato anteriormente concesso solo ad una "prestigiosa" casa automobilistica.



IL CASO (2)

Michele Rossi, noto allenatore di calcio, stipula un contratto con la SportMedia s.r.l. avente ad oggetto la sua collaborazione alla rivista "Il grande calcio" e l'impiego del proprio nome per finalità pubblicitarie correlate a tale prodotto editoriale. Dopo l'edizione dei primi otto numeri, tuttavia, la collaborazione si interrompe con mutuo accordo delle parti a causa di divergenze economiche. Alcuni mesi dopo Michele vede in televisione uno spot pubblicitario in cui viene reclamizzata la rivista "Il grande calcio" e si dà rilievo al fatto che la stessa "si avvale della collaborazione del noto allenatore Michele Rossi", concludendo con l'esortazione "Da non perdere! Parola di Michele Rossi".



I QUESITI

- *Michele può considerare illegittimo lo spot in cui si fa riferimento alla sua collaborazione con la rivista?*
- *Ritenendo lesi i propri diritti, quali domande potrebbe avanzare in sede giudiziale ed a che titolo?*



RIFERIMENTI NORMATIVI

Diritti della personalità – Diritto al nome – Sfruttamento commerciale – Consenso – Limiti – Danno risarcibile (artt. 6, 7, 2043, 2056, 2059 c.c.).



TRATTAZIONE DEL CASO

Tra Michele e la SportMedia s.r.l. è stato stipulato un contratto con causa mista, in cui sono ravvisabili una componente riconducibile al contratto di lavoro (la collaborazione con la rivista) ed una che richiama invece il contratto atipico di sponsorizzazione. Nel contratto di sponsorizzazione, inteso in senso ampio, una parte, solitamente un soggetto noto, si impegna a pubblicizzare un prodotto al fine di testimoniare la bontà; nel caso di specie la SportMedia s.r.l. utilizzando nella pubblicità il nome dell'allenatore vuole sottolineare la qualità della propria pubblicazione, dimostrata implicitamente dall'adesione al progetto editoriale da parte dello sportivo. Per raggiungere tale scopo, nel contratto stipulato fra la SportMedia s.r.l. e l'allenatore quest'ultimo presta il consenso allo sfruttamento commerciale di un aspetto della sua personalità, in questo caso il nome, in conformità a quanto previsto dal nostro ordinamento giuridico che ammette singoli atti dispositivi dei diritti della personalità.

Il consenso così prestato permette alla SportMedia s.r.l. di impiegare lecitamente il nome altrui, ma solamente entro i limiti temporali e nel rispetto delle modalità previsti dall'accordo, dunque nel momento in cui il rapporto di collaborazione viene meno ogni ulteriore impiego del nome dell'allenatore diventa abusivo, in quanto eccedente l'ambito del consenso manifestato.

Poiché l'utilizzo abusivo del nome altrui costituisce violazione intenzionale (dolosa) di un diritto soggettivo assoluto la parte lesa potrà agire in giudizio non solo per chiedere la cessazione del comportamento, come espressamente previsto dall'art. 7 c.c., ma anche per ottenere il risarcimento del danno extracontrattuale derivatone (artt. 7 e 2043 c.c.).

Nella specie il danno patrimoniale verrà quantificato in ragione di quella che sarebbe stata la remunerazione dovuta per l'uso del nome nello spot, tenendo conto dell'ampiezza di diffusione di quest'ultimo e del periodo in cui è stato trasmesso. Al riguardo potrebbe essere preso come riferimento il compenso inizialmente previsto nel contratto ovvero quanto percepito dall'allenatore per prestazioni analoghe.



PERCORSI DI LETTURA

Nozione I diritti della personalità sono diritti soggettivi che tutelano specifici aspetti dell'individuo, quali, ad esempio, il nome, l'immagine, la riservatezza. Si tratta di diritti assoluti, che possono dunque essere fatti valere nei confronti di chiunque, a prescindere dalla sussistenza di un rapporto giuridico con l'interessato. Tali diritti non vengono poi riconosciuti alle sole persone fisiche, ma anche alle persone giuridiche ed agli enti, limitatamente a quegli aspetti della personalità loro attribuibili (es. reputazione, immagine, nome).

Confini della categoria Quello dei diritti della personalità non è un insieme chiuso, bensì una categoria aperta, i cui confini si ampliano in ragione dell'evoluzione sociale e culturale. In tale processo un ruolo determinante è stato assunto dalla giurisprudenza che, spesso su sollecitazione della dottrina, ha riconosciuto meritevoli di tutela giuridica specifici aspetti della persona, creando nuove fattispecie di diritti. Talora poi lo stesso legislatore ha recepito nelle fonti normative le elaborazioni delle corti. Rispetto al nucleo originario dei diritti della personalità costituito dall'onore, dal nome, dall'immagine e dalla tutela dell'integrità fisica, hanno così trovato piena protezione anche il diritto alla riservatezza, all'oblio, all'identità personale e, da ultimo, il diritto sui dati personali.

Caratteri comuni Tutti questi diritti, seppur fra loro differenti, sono accomunati da alcune caratteristiche che giustificano la loro aggregazione in una categoria concettuale unitaria. Nella specie, oltre all'assolutezza di cui già si è detto, elementi ricorrenti sono la commistione che in essi si ravvisa fra aspetti attinenti la sfera morale ed aspetti riguardanti quella patrimoniale, il ricorso ai rimedi di carattere extracontrattuale per fini di tutela e, nella maggior parte dei casi, l'esigenza di bilanciare la tutela di tali diritti con la libertà di stampa e, più in generale, l'attività dei media.

Natura dei diritti della personalità Con riguardo alla natura di tali diritti, contrariamente alla risalente interpretazione che li qualificava come non patrimoniali e negava la possibilità di disporne mediante contratto, pare oggi più corretto prendere atto di come gli stessi siano sovente oggetto di diverse forme di sfruttamento economico contrattualmente regolamentate. A tal proposito occorre distinguere una duplice componente in ciascuno dei diritti in esame, scindendo la titolarità del diritto dalla facoltà di trarne utilità economiche. Se infatti la

prima rimane sempre in capo al singolo, in quanto inscindibile dalla persona cui si riferisce, non altrettanto si può affermare per la seconda, che può essere esercitata anche mediante la concessione a terzi del diritto di sfruttare un aspetto della propria personalità per fini commerciali (si pensi ad esempio ai contratti di sponsorizzazione). In quest'ultima ipotesi il singolo, attraverso il consenso, darà vita ad una forma di circolazione di quel particolare *bene* rappresentato dall'aspetto della personalità oggetto del diritto (vedi caso 2), senza peraltro che il soggetto perda la titolarità del diritto. Così un'impresa potrà, ad esempio, acquisire informazioni personali per soddisfare le proprie finalità di marketing pagando in cambio il corrispettivo pattuito, ma il cedente continuerà a poter disporre liberamente del suo diritto e ad esempio agire in giudizio contro chiunque illecitamente acquisisca od impieghi le informazioni che lo riguardano.

Seguendo invece un'interpretazione più tradizionale, e considerando pertanto i diritti in questione come indisponibili, il consenso prestato ogni volta che si permette ad un terzo di sfruttare economicamente un aspetto della propria personalità avrebbe natura autorizzatoria, essendo volto ad escludere l'illecito extracontrattuale consistente appunto nell'abusivo utilizzo di un altrui diritto indisponibile.

La tutela dei diritti della personalità viene assicurata mediante i rimedi extracontrattuali, con risarcimento sia dei danni patrimoniali che di quelli non patrimoniali e, ove possibile, facendo ricorso ai provvedimenti inibitori d'urgenza (vedi casi 1 e 2).

*Tutela
dei diritti*

