

63. CORTE DI APPELLO DI MILANO - 9 gennaio 1981 - Pres. CAFIERO - Est. CAROSELLI - Hélène Curtis di Gaetano Trapani & C. s.a.s. (avv. Pinotti) c. Wella Italiana Labocos s.a.s. (avv.ti Fusi, Visconti).

*Le decisioni rese dal Giurì, non potendo essere equiparate ad un lodo arbitrale, del quale difettano i requisiti formali e sostanziali, ed essendo dirette a finalità che restano circoscritte al campo pubblicitario, non possono esaurire la tutela degli interessi intersoggettivi disciplinati dalla legge in materia di concorrenza tra imprese commerciali, e quindi non possono spiegare alcuna efficacia ostativa alle azioni giudiziarie dirette all'accertamento di atti lesivi dei predetti interessi. Queste decisioni non acquistano d'altro canto l'efficacia del giudicato, per cui non possono costituire titolo per l'esecuzione forzata, e di conseguenza non possono realizzare la piena tutela degli interessi commerciali di un soggetto, che può essere ottenuta solo in sede giurisdizionale (1).*

(Omissis). MOTIVI DELLA DECISIONE – In via preliminare l'appellante, dolendosi che il primo giudice non ne abbia fatto oggetto di esame, ripropone l'eccezione del difetto d'interesse ad agire da parte della società Wella, poiché questa aveva, già prima del giudizio, ottenuto piena riparazione in ordine al preteso nocumento derivatole dalla campagna pubblicitaria in esame, mediante la pronuncia 8 giugno 1977 del Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria, con la quale era stato riconosciuto il comportamento scorretto della Helene Curtis nell'intraprendere la detta campagna su basi menzognere e decettive.

L'eccezione va respinta perché non ha alcun fondamento giuridico.

In effetti, con istanza 12 maggio 1977, la società Wella aveva chiesto l'intervento del Giurì nei confronti della Helene Curtis e della S.p.a. Rizzoli Editore perché si pronunciasse in ordine agli annunci pubblicitari, che poi hanno formato oggetto del presente giudizio, ed il Giurì aveva concluso dichiarando che la pubblicità censurata era in contrasto con gli artt. 2-1-5 del codice di autodisciplina pubblicitaria, in quanto non onesta, non veritiera, scorretta, squalificante l'immagine della pubblicità, ambigua ed ingannevole per i consumatori con riguardo alle caratteristiche ed ai riconoscimenti dei prodotti reclamizzati, ed in quanto contenente un uso improprio del termine « garanzia ».

Senonché la declaratoria del Giurì, non potendo essere equiparata ad un lodo arbitrale, del quale difettano i requisiti formali e sostanziali, ed essendo diretta a finalità che restano circoscritte al campo pubblicitario, non può esaurire la tutela degli interessi specifici intersoggettivi disciplinati dalla legge. In materia di concorrenza tra imprese commerciali, e quindi non può spiegare alcuna efficacia ostativa alle azioni giudiziarie dirette all'accertamento di atti lesivi dei predetti interessi, qualunque sia stato il mezzo o lo strumento con cui la lesione è stata prodotta. Né va dimenticato che le decisioni del Giurì non acquistano l'efficacia del giudicato per cui non possono costituire titolo per l'esecuzione forzata, e di conseguenza non possono realizzare quella piena tutela degli interessi commerciali di un soggetto, che solo in sede giurisdizionale può essere ottenuta. L'efficacia delle dette decisioni del Giurì resta pertanto limitata all'ambito dei rapporti etico-professionali, senza invadere il campo della tutela giurisdizionale dei diritti. (Omissis)