

66. PRETURA DI MILANO - ordinanza 5 dicembre 1989 - Est. GROSSI - Publitalia Edizioni Periodici s.p.a., Diletto e Co. s.p.a. (avv.ti prof. Ruffolo, Sandrini) c. Gruppo Editoriale Fabbri s.p.a., Bompiani, Sonzogno, Etas (avv.ti Magrone, Pasinetti).

Le comunicazioni pubblicitarie vietate dall'art. 2598 c.c., possono essere lecite quando costituiscano reazioni all'ingiusto attacco sferrato da un concorrente con un messaggio pubblicitario riconosciuto scorretto dal Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria (1).

Il principio secondo cui è lecito procedere autonomamente alla pubblicazione di un provvedimento di giustizia, purché questa pubblicazione sia scevra da ogni e qualsiasi commento volto a gettare discredito sui concorrenti e si limiti a riportare la notizia del provvedimento e del suo contenuto, non vale a giustificare la pubblicazione di una decisione a sé favorevole del Giurì, con modalità tipografiche tali da attribuire a questa pubblicazione un contenuto altamente denigratorio nei confronti del concorrente (2).

Costituisce concorrenza sleale ex art. 2598 n. 3 c.c. un'operazione a premi che non abbia l'autorizzazione preventiva necessaria ex art. 43 r.d.l. 1933/1938 (3).

Sciogliendo la riserva, il pretore, esaminati gli atti ed i documenti di causa, osserva quanto segue:

con ricorso in data 1989 la s.p.a. Publitalia Edizioni Periodici e la s.p.a. Diletto e Co., rispettivamente proprietaria ed editrice della rivista Bargiornale, testata leader del settore di stampa specializzato destinato a gestori ed addetti a pubblici esercizi, esprimeva che nello stesso ambito opera la testata Pubblico Esercizio, pubblicata dalla s.p.a. Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas, caratterizzata da una più recente presenza sul mercato e da diffusione e penetrazione notevolmente inferiori, la quale aveva di recente iniziato una pesante, aggressiva campagna pubblicitaria ai danni delle ricorrenti. In particolare, la società convenuta aveva proposto contro queste un ricorso ex art. 700, codice di procedura civile, per ottenere la cessazione della diffusione di un messaggio pubblicitario, cessazione già disposta dal Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria; in una comunicazione pubblicitaria presentata in forma di lettera aveva imitato pedissequamente alcune locuzioni usate dalle ricorrenti nel messaggio pubblicitario suddetto; in questa ed altra lettera affermava falsamente di raggiungere, con le proprie 170.000 copie, opportunamente distribuite, l'intero universo dei pubblici locali (costituito in realtà da 241.195 unità) ed ancora si definiva come l'unico mezzo a stampa letto dai suoi destinatari, raggiunti nella totalità con il numero di copie suddette, e contemporaneamente asseriva che il numero dei pubblici esercenti è «molto lontano invece da quello che altri periodici si ostinano a stampare»; ancora si era presentato come il periodico che «raggiunge il corpo vitale del settore, gli esercizi contano di più». Concludeva chiedendo che fosse inibita alla convenuta l'ulteriore prosecuzione degli atti suddetti, costituenti illeciti concorrenziali ex art. 2598 c.c..

La convenuta si costituiva ritualmente in giudizio ed asseriva di avere pubblicato i messaggi descritti unicamente sulla propria rivista e su lettere circolari inviate ai propri lettori per neutralizzare e controbattere le infondate vanterie delle controparti.

Escepiva altresì la rispondenza al vero di tutte le proprie affermazioni. Quanto all'adozione, nei propri messaggi pubblicitari, di una terminologia simile a quella utilizzata dalla controparte opponeva l'assenza di capacità distintiva (e quindi di tutela) delle locuzioni imitate e chiariva di avervi fatto ricorso per ribadire la propria presenza sul mercato accanto alla testata delle ricorrenti. Escludeva, nel proprio messaggio, ogni comparazione o denigrazione del concorrente; ricordava che la propria reazione all'attacco delle ricorrenti doveva ritenersi scriminato ex art. 2044 c.c.. Concludeva chiedendo il rigetto del ricorso.

Dopo ampia discussione orale delle parti, all'udienza del 13 novembre 1989, il pretore si riservava la decisione.

Ritiene il pretore che i comportamenti attribuiti alla resistente, che non ne ha contestato la sussistenza, debbano considerarsi (ad eccezione dei due che saranno infra esaminati) del tutto leciti perché reazioni all'ingiusto attacco sferrato dalle ricorrenti col messaggio pubblicitario riconosciuto scorretto dal Giurì.

Anche l'adozione di espressioni che ricalcano quelle usate da Bargiornale deve essere letta in quest'ottica: esse sono chiamate a ribattere, punto per punto, i giudizi comparativi e denigratori delle ricorrenti.

Costituiscono invece, a parere del pretore, atti di concorrenza sleale sia il comunicato relativo alla decisione del Giurì sia l'aver indetto un concorso a premi senza previa autorizzazione.

Codice della pubblicità

Quanto al primo, è noto come la giurisprudenza ritenga lecito, anche in mancanza di un ordine di pubblicazione di un provvedimento, procedere autonomamente a tale pubblicazione, purché essa sia scevra da ogni e qualsiasi commento volto a gettare discredito sul concorrente e si limiti a riportare la notizia del provvedimento e del suo contenuto.

Nella fattispecie la resistente ha, sia pure nell'ambito limitato della propria rivista, dato un tale risalto alla decisione del Giurì, anche sotto il profilo tipografico, da attribuire al comunicato un contenuto altamente denigratorio nei confronti di Bargiornale.

Si veda, ad esempio, l'occhiello apparso in copertina del n. 35 di Pubblico Esercizio: «Abbiamo vinto: Bargiornale costretto ad annullare la sua campagna pubblicitaria», e si vedano ancora i commenti inseriti nell'articolo in quinta pagina. Il provvedimento viene strumentalizzato sia da tradursi in pubblicità di ritorno per la resistente e da gettare discredito sulle ricorrenti.

Si noti, altresì, che la motivazione della decisione del Giurì non era nota al momento della diffusione del comunicato, il che non ha impedito alla resistente di spiegare ampiamente a proprio vantaggio, le (supposte) ragioni del provvedimento.

Deve pertanto ordinarsi alla resistente l'immediata cessazione della diffusione di ogni comunicato relativo alla citata decisione del Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria (Omissis).