

79. TRIBUNALE DI MILANO – 14 giugno 2001 – *Giud.* GROSSI – Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (avv. Bovio) c. Oliviero Toscani (avv. ti prof. Casuscelli, Morvillo).

*Il Giurì dell'Autodisciplina pubblicitaria, che per la sua natura di «collegio giudicante» (in senso atecnico) cui gli aderenti rimettono un giudizio sulla legittimità dei comunicati pubblicitari difficilmente può configurarsi come soggetto dotato di una sia pur limitata capacità giuridica, è così strettamente connotato allo LAP che l'offesa arrecatagli da un noto pubblicitario si riverbera immediatamente sulla reputazione e sulla credibilità dell'istituto medesimo, originando un'obbligazione di risarcire allo LAP i danni così cagionati (1).*

*Chi intenda manifestare il proprio pensiero ed il proprio impegno su temi sociali di interesse generale attraverso messaggi che hanno esclusivo significato commerciale e pubblicitario deve necessariamente rispettare i limiti che l'ordinamento e la spontanea adesione allo LAP degli imprenditori, compresi gli editori, gli impongono: e dunque non viene lesa nei suoi diritti costituzionali alla libertà di manifestazione del pensiero e di svolgimento dell'attività artistica per il fatto che a seguito di numerosi inviti dello LAP alla cessazione delle sue campagne pubblicitarie e dell'ottemperanza degli editori gli sia divenuto praticamente impossibile operare nel campo dell'advertising (2).*

(Omissis). – MOTIVI DELLA DECISIONE. Oliviero Toscani è famoso fotografo, autore, anche, di particolarissime fotografie realizzate a scopi pubblicitari, assai noto, anche al grande pubblico, per la peculiarità delle immagini realizzate per le campagne pubblicitarie diffuse negli anni recenti dal gruppo Benetton, spesso tendenti a richiamare l'attenzione dei consumatori su temi di grande interesse sociale attraverso fotografie crude, provocatorie e raccapriccianti che hanno sollevato non poche polemiche.

Si tratta di un personaggio «difficile» che conduce da tempo una battaglia personale (attraverso interviste e pubblicazioni) contro il mondo della pubblicità, denunciandone la capacità (e la volontà) di condizionare strumentalmente le scelte dei consumatori e sottolineando polemicamente l'entità degli investimenti del settore in relazioni a quelli impiegati in settori sociali di interesse primario, come la sanità e l'istruzione.

La sua attività artistica ha spesso suscitato accese polemiche riportate con risalto dalla stampa e provocato sovente l'intervento del Giurì di Autodisciplina Pubblicitaria. Quest'ultimo, organo dell'Istituto attore, ha più volte censurato le iniziative pubblicitarie di Benetton, inibendone la prosecuzione. Benetton ha da tempo revocato la sua adesione al «sistema» autodisciplinare, ma le decisioni del Giurì (che vietano la pubblicazione delle immagini censurate) vincolano tuttavia la stampa, attraverso gli editori che, invece, a quel sistema aderiscono.

La polemica tra le parti si sostanzia, da un lato, nelle lamentele avanzate dall'Istituto per i pesanti giudizi espressi dal convenuto sul Giurì sia attraverso le numerose interviste concesse alla stampa (per lo più quotidiani a diffusione nazionale) sia nel libro di cui egli è autore e, dall'altro, dalle contrapposte denunce del convenuto in ordine ai pesanti giudizi espressi sulle sue opere dal Giurì in assenza di legittimazione e, comunque, in spregio della libertà di manifestazione del suo pensiero e della sua attività artistica.

Una precisazione preliminare si impone: destinatario delle contestate dichiarazioni del Toscani è stato sempre ed esclusivamente il Giurì, definito, con toni e contenuti effettivamente tutti da discutere, come soggetto che «... cura gli interessi politici di corporazione ... la sacra inquisizione privata dei pubblicitari che tengono in piedi la pornografia del potere»; ed ancora: «... questi asini che non vogliono cambiare le loro percezioni si scioccano e ragliano».

Meno veementi, ma forse proprio per questo ancor più gravi ed incisive, le accuse che si leggono nel libro dal titolo «Ciao mamma»: «... il Giurì di autodisciplina, che non fa altro che garantire la sopravvivenza del sistema. Il Giurì è lo strumento di una corporazione, quella dei pubblicitari, espresso da questa, voluto da questa. Non renderà mai un servizio davvero utile ai consumatori. Fa finta di essere dalla loro parte. In realtà è dalla parte della corporazione che ne garantisce l'esistenza. E' l'ennesima truffa ai nostri danni. Nessun Giurì dirà mai che la spesa pubblicitaria in Italia è uguale alla spesa per la ricerca industriale, maggiore degli investimenti statali riservati all'istruzione, infinitamente superiore agli investimenti per la salute pubblica. L'80% del fatturato pubblicitario è speso per pochi settori di prodotti di largo consumo, per produrre quasi sempre suggestioni fittizie invece di informazioni serie. Non vi aspettate che ve lo dica il Giurì di autodisciplina ...».

La portata diffamatoria delle dichiarazioni è evidente: sia i toni che i contenuti non sono certo strumentali ad una critica, anche severa e corrosiva, all'operato del Giurì.

E' evidente, al contrario, l'intenzione di offenderlo, negando la onestà intellettuale dei suoi componenti ed insinuando ben più che il sospetto che essi siano tutti asserviti alla logica del sistema pubblicitario.

Il problema giuridico che, però, si pone riguarda non tanto, come si affanna a sostenere il convenuto, la – indiscutibile – capacità a stare in giudizio dell'IAP (sulla cui natura di associazione non riconosciuta e sulla cui funzione sembra persino superfluo soffermarsi) e la sua capacità di essere soggetto passivo dell'illecito diffamatorio, ma la sua legittimazione a dolersi delle offese arrecate ad uno dei suoi organi, il Giurì, sicuramente quello di maggiore rilevanza esterna, essendo le sue decisioni direttamente efficaci nei confronti della stampa e da questa diffuse e trasmesse al pubblico.

La tesi dell'attore si fonda da un lato sul rilievo, che pare doversi condividere, che il Giurì è una sua «articolazione, espressione ed organo», sicché l'offesa al Giurì si riflette inevitabilmente anche sulla fama e sulla credibilità dell'IAP. In effetti, il Giurì, che per la sua natura di collegio giudicante (in senso atecnico) cui gli aderenti rimettono un giudizio sulla legittimità dei comunicati pubblicitari, difficilmente può configurarsi come soggetto dotato di una sia pur limitata capacità giuridica, è così strettamente connaturato con l'IAP che l'offesa – indubbia – arrecatagli si riverbera in via immediata sulla reputazione e sulla credibilità dell'Istituto stesso. Tanto più che le persone fisiche che compongono il Giurì si alternano nella formazione del collegio e sono difficilmente individuabili nelle dichiarazioni gravemente offensive diffuse dal convenuto.

Né può il comportamento illecito accertato in capo al convenuto ritenersi scriminato ai sensi dell'art. 599 cp sotto il duplice, o alternativo, profilo della ritorsione e/o della provocazione. Come si spiegherà, infatti, nessuna censura può essere mossa al Giurì, che ha reso decisioni serene e prive di contenuti offensivi nell'esercizio di un'attività non solo lecita, ma addirittura regolamentata.

Oliviero Toscani, il cui comportamento integra astrattamente gli estremi del reato di diffamazione a mezzo stampa, deve quindi essere condannato al risarcimento dei danni (solo morali, mancando ogni prova in ordine alla sussistenza di quelli, pure richiesti, patrimoniali) subiti dall'IAP, danni che, sulla base di una valutazione equitativa che muove dalla considerazione della natura e della qualità del soggetto leso, dalla notorietà del convenuto, del rilascio ripetuto di interviste da parte sua, dal permanere in circolazione del suo libro, appare equo liquidare in complessive L. 40.000.000, in moneta attuale, con gli interessi legali dalla pronunzia al saldo.

All'Istituto attore spetta anche la liquidazione della «riparazione pecuniaria» prevista dall'art. 12 legge stampa, in L. 10.000.000, pure in moneta attuale, con gli interessi legali dalla pronunzia al saldo.

Quanto alle domande riconvenzionali del Toscani, esse consistono nella richiesta della condanna dell'attore ai danni morali e patrimoniali subiti in seguito «alla lesione all'onore; alla reputazione; alla identità professionale e artistica; all'immagine anche professionale; alla libertà di espressione artistica ... nonché i danni di natura economica per danno emergente e lucro cessante cagionati dal boicottaggio dell'opera e dell'attività artistico professionale del concludente».

Il convenuto, quindi, lamenta che gli – a suo dire, illegittimi – interventi censori del Giurì hanno leso i suoi diritti costituzionali alla libertà di espressione del pensiero e di svolgimento dell'attività artistica. Va premesso che chi intende manifestare il proprio pensiero ed il proprio impegno su temi sociali di interesse generale attraverso messaggi che hanno esclusivo significato commerciale e pubblicitario (mescolare i due aspetti è rischioso e non consentito, poiché la tutela dei consumatori, alla quale è tesa la disciplina della pubblicità non permette che un messaggio pubblicitario sia contemporaneamente, come pretende l'attore, espressione dei suoi giudizi critici e del suo impegno ideologicamente orientato in ordine a problematiche sociali e della sua vena artistica) deve necessariamente rispettare i limiti che l'ordinamento e la spontanea adesione all'IAP degli imprenditori, compresi gli editori, gli impongono. Sferzare il pubblico con immagini provocatorie, se può avere un senso in altri contesti, non può che suonare come discutibile strumentalizzazione nell'ambito di una campagna pubblicitaria.

Ogni contestazione in ordine alla legittimità dell'intervento del Giurì nei suoi confronti (essendo Benetton receduta dall'IAP) è, quindi, del tutto fuori campo, poiché l'ordine di cessazione della diffusione delle varie pubblicità denunciate è stato emesso in virtù di un potere conferito al Giurì dalle imprese associate, tra le quali gli editori dei quotidiani e delle riviste periodiche, ed è genericamente rivolto – soprattutto – agli organi di informazione che sono tenuti ad adeguarvisi. L'effetto «perverso» denunciato dal convenuto, per cui gli è divenuto praticamente impossibile operare nel settore pubblicitario, essendo stata imposta la cessazione della diffusione delle sue opere agli organi di informazione è ovvia e legittima conseguenza degli interventi che gli stessi

operatori dell'informazione chiedono all'IAP, al quale aderiscono.

Deve poi escludersi la portata diffamatoria delle decisioni, genericamente lamentata dal convenuto (che non si è neppure preoccupato di indicare i passi in cui l'estensore dei provvedimenti gli avrebbe arrecato offesa). L'esame delle varie decisioni evidenzia, invece, il tono equilibrato – sia pure puntuale e deciso – delle decisioni, alle quali appare estraneo ogni intento diffamatorio.

Neppure sussistente appare la lamentata lesione all'identità personale del convenuto stesso, non rinvenendosi nelle decisioni prodotte alcun giudizio sulla sua personalità ovvero sulla sua professionalità. Se poi il pubblico può aver pensato che egli utilizza, o addirittura, strumentalizza le sue foto artistiche per fini commerciali, ciò dipende direttamente dal suo comportamento, non già dalle decisioni del Giuri. Ciascuno, infatti, si autoqualifica attraverso le proprie azioni, specie se di visibilità pubblica come quelle del Toscani, e, se pubblico lo vede ora come un artista impegnato socialmente, che non teme di assumere posizioni «scomode» e provocatorie, pur muovendosi nell'ambito pubblicitario, non si vede quale danno abbia subito la sua identità personale.

Egli lamenta anche danni di natura patrimoniale, ma non ne ha minimamente dimostrata né la sussistenza né la entità.

Le sue domande debbono quindi essere respinte. (Omissis)