

Il diritto allo sfruttamento dell'immagine altrui

Avv. Matteo Santini (Foro di Roma)

Il diritto all'immagine è regolamentato prevalentemente all'articolo 10 del codice civile nonché dagli articoli 96 e 97 legge 633 del 1941 (c.d. legge sul diritto d'autore).

L'articolo 10 del codice civile disciplina l'abuso dell'immagine altrui, imponendo il risarcimento dei danni e la cessazione dell'abuso da parte di colui che espone o pubblica l'immagine, fuori dei casi in cui l'esposizione o la pubblicazione sono consentite dalla legge o con pregiudizio al decoro e alla reputazione della persona stessa o dei congiunti.

Come appare *ictu oculi*, il suddetto articolo anziché disciplinare e definire il concetto di immagine o di diritto all'immagine, si occupa esclusivamente dell'abuso che terzi soggetti possano fare dell'immagine altrui, demandando alla normativa specifica i casi e le circostanze in cui è ammesso l'utilizzo a fini espositivi o di pubblicazione dell'immagine altrui.

La legge sulla protezione del diritto di autore all'articolo 96 individua nel consenso dell'interessato, l'elemento che esime dalla responsabilità civile, il soggetto che espone, riproduce o mette in commercio l'immagine altrui.

Il consenso alla pubblicazione della propria immagine costituisce un negozio avente ad oggetto non il diritto stesso all'immagine, il quale resta personalissimo ed inalienabile, ma soltanto il suo esercizio.

Laddove si faccia riferimento al consenso dell'interessato, il primo aspetto da affrontare, concerne la forma che deve rivestire la manifestazione di volontà. La normativa vigente non impone alcuna forma vincolata per la manifestazione del consenso, potendo essa manifestarsi in forma espressa od implicita. Il problema derivante da una manifestazione di consenso implicita, è certamente quello dell'individuazione dei limiti del consenso stesso, sia con riferimento ai limiti soggettivi (soggetto a favore del quale il consenso viene prestato) che a quelli oggettivi (efficacia limitata ai fini per i quali il consenso è stato prestato, modalità di divulgazione, estensione temporale).

L'importanza della definizione dei limiti del consenso all'uso dell'immagine deriva dal fatto che essi, pur non condizionandone la validità, circoscrivono l'efficacia del consenso alla pubblicazione, la quale deve essere contenuta nei limiti di tempo, di luogo, per lo scopo e secondo le forme previste dall'atto del consenso, se questo è espresso, o determinabili attraverso l'interpretazione del comportamento della persona ritratta, se esso è tacito.

L'abusiva e non autorizzata pubblicazione dell'immagine altrui determina un danno risarcibile di natura patrimoniale, comportando il venir meno per l'interessato della possibilità di offrire l'uso del proprio ritratto per pubblicità di prodotti o servizi analoghi e d'altra parte, determina la difficoltà a commercializzare al meglio la propria immagine anche con riferimento a servizi o prodotti diversi.

Ovviamente ai fini del risarcimento di tipo patrimoniale per diffusione abusiva dell'immagine altrui, riveste ruolo fondamentale la notorietà del soggetto. La persona deve, infatti, essere in grado di trarre vantaggi di tipo patrimoniale dall'utilizzo della propria immagine, comportando l'uso non autorizzato da parte di terzi, un danno qualificabile come lucro cessante (prezzo del consenso e prezzo dell'immagine).

Questo non significa affatto che la diffusione non autorizzata a fini commerciali, dell'immagine di persona non nota, possa ritenersi lecita, ma esclusivamente che la quantificazione della somma risarcibile è determinata dal "prezzo" dell'immagine del soggetto e quindi proporzionale al suo grado di notorietà.

In caso di diffusione non autorizzata dell'immagine di persona non nota, il soggetto danneggiato avrà in ogni caso diritto di adire l'autorità giudiziaria al fine di ottenere l'accertamento dell'illiceità del comportamento del terzo, domandare la cessazione della diffusione dell'immagine, il risarcimento del danno esistenziale (Tribunale di Forlì 09-10-2002) e del danno morale qualora l'illecito commesso integri anche gli estremi di un reato.

In effetti, la Corte di Cassazione Sezione Civile, in sentenza n. 5790 del 10.11.1979 ha escluso espressamente la risarcibilità del danno morale in ipotesi di lesione del diritto all'immagine, qualora l'illecito commesso non integri gli estremi di un reato.

Si individua pertanto, nei casi di abuso nell'utilizzo dell'immagine altrui, una responsabilità di natura civilistica, di tipo extracontrattuale ex articolo 2043 del codice civile, per mancanza del consenso della persona autorizzata.

Una responsabilità di tipo contrattuale potrebbe invece ipotizzarsi in tutte quelle ipotesi in cui, pur essendo presente il consenso del soggetto interessato, il terzo nell'utilizzo dell'immagine altrui oltrepassi le modalità, i limiti di tempo, di luogo e lo scopo, previsti dall'atto del consenso.

Vi sarà infine anche una responsabilità penale qualora l'utilizzo dell'immagine altrui, compunti per il soggetto interessato, una lesione della propria reputazione, penalmente rilevante.

Il ragionamento circa la natura giuridica del danno risarcibile non è puramente teorico ed accademico, ma è estremamente rilevante per finalità pratiche, specie per ciò che concerne i termini di prescrizione dell'azione giudiziaria (5 anni per la responsabilità extracontrattuale e 10 anni per quella contrattuale) e per la quantificazione dei danni risarcibili.

Un'analisi approfondita della materia del diritto all'immagine, non può prescindere dalla considerazione dell'articolo 97 della legge 633/1941 il quale così recita: "Non occorre il consenso della persona ritratta, quando la riproduzione dell'immagine è giustificata dalla notorietà o dall'ufficio pubblico coperto, da necessità di giustizia o di polizia, da scopi scientifici, didattici o culturali, o quando la riproduzione è collegata a fatti, avvenimenti, cerimonie di interesse pubblico o svoltisi in pubblico.

Il ritratto non può tuttavia essere esposto o messo in commercio, quando l'esposizione o messa in commercio rechi pregiudizio all'onore, alla reputazione od anche al decoro della persona ritrattata".

La disposizione sopra citata introduce importanti deroghe al principio nella necessità del consenso alla diffusione della propria immagine, sancendo l'irrilevanza del consenso in ipotesi tassative quali, la notorietà della persona ritratta, le necessità di giustizia o di polizia (foto e riprese avvenute nel corso di processi), gli scopi scientifici, didattici o

culturali e le cerimonie di interesse pubblico o svoltisi in pubblico.

La riproduzione dell'immagine del soggetto famoso è lecita esclusivamente, quando la sua diffusione intenda soddisfare l'interesse pubblico all'informazione o alla conoscenza della sua immagine e non certo quando sia finalizzata all'esclusivo o prevalente scopo della commercializzazione della stessa.

Solo la presenza di prioritarie esigenze di pubblica informazione, rende lecita la divulgazione dell'immagine del V.I.P. anche in mancanza del suo consenso e tale esigenza non sussiste certamente nel caso di pubblicazione dell'immagine in periodici che non perseguono fini di informazione, bensì sono diretti a soddisfare a fini di lucro, la morbosa curiosità dei lettori (Pretura di Milano 19-12-1989).

Il significato e la ratio della norma che consente la pubblicazione dell'immagine del V.I.P. a prescindere dal consenso, è stata nel corso degli anni ampiamente e astutamente travisata da coloro i quali, in una logica lucrativa senza limiti, hanno camuffato l'intento commerciale e pubblicitario dietro la parvenza di un ipotetico e velleitario diritto all'informazione in riferimento alla conoscenza dell'immagine del soggetto famoso.

La giurisprudenza di legittimità e di merito è dovuta più volte intervenire nel corso degli anni, per fronteggiare questa crescente tendenza ad abusare dell'utilizzo dell'immagine altrui, attraverso subdoli ed astuti accorgimenti diretti ad eludere l'applicazione della normativa in vigore e soprattutto a mistificare la ratio dell'articolo 97 della legge sulla protezione del diritto di autore.

Il criterio interpretativo che deve sovrintendere all'esame del comportamento del soggetto che utilizza l'immagine altrui, è quello della prevalenza dello scopo informativo rispetto a quello lucrativo. Solo in questo modo e smascherando ogni astuto accorgimento che viene utilizzato al fine di alterare il significato dell'articolo 97 della legge 633/1941 che si riuscirà in futuro ad evitare la sempre più crescente tendenza ad utilizzare a fini commerciali e pubblicitari, l'immagine del soggetto famoso, facendosi scudo con inesistenti esigenze di diritto all'informazione.

L'intervento giurisprudenziale più efficace è stato certamente quello indirizzato ad individuare le forme più subdole dirette ad eludere la necessità del consenso della persona della quale si utilizza l'immagine. Così ad esempio, è stata ritenuta illegittima l'utilizzazione nell'ambito di una campagna pubblicitaria, di oggetti usati da un personaggio (Lucio Dalla) per caratterizzare la sua personalità (Pretura di Roma 18-04-1984).

Anche l'utilizzo, nell'ambito di una campagna pubblicitaria, dell'immagine di un sosia di un personaggio famoso, è stato ritenuto illecito, in quanto l'attrice famosa, subirebbe una lesione del proprio diritto all'immagine in conseguenza della pubblicazione di fotografie di suoi sosia, qualora queste siano realizzate con modalità tali, da ingenerare in un lettore di media avvedutezza, l'erroneo convincimento che la persona effigiata sia l'attrice in questione e non il sosia.

L'esposizione o la pubblicazione dell'immagine altrui è abusiva, non solo quando avvenga senza il consenso della persona o senza il concorso della altre circostanze previste come idonee ad escludere la tutela del diritto alla riservatezza, ma anche quando, pur ricorrendo quel consenso o quelle circostanze, sia tale da arrecare pregiudizio all'onore, alla reputazione o al decoro della persona medesima.

In conclusione, si può affermare che sulla base del diritto vigente esiste un valore economico del proprio nome e della propria immagine ed il danno causato dallo sfruttamento non autorizzato del nome da parte di terzi, è pari al prezzo che il soggetto interessato avrebbe ottenuto se avesse "venduto" ad altri il diritto ad utilizzare la propria immagine. Pertanto il discorso in esame rientra pienamente in una logica strettamente commerciale, nel presupposto che il prezzo della propria immagine è direttamente proporzionale al grado di notorietà. E come necessario corollario, questa logica ha determinato una politica di sfruttamento economico dell'immagine, non solo da parte dei soggetti titolari del relativo diritto, ma anche da parte di terze persone che al fine di utilizzare l'effigie altrui per motivi di lucro, ricorrono a subdoli artifici diretti ad eludere la norma che individua nel consenso dell'interessato l'elemento autorizzante la diffusione a fini commerciali dell'immagine.

Avv. Matteo Santini

.....