

Con ordinanza n. 19515 del 16 giugno 2022, la prima sezione civile Corte di Cassazione ha chiarito che, al fine della divulgazione del ritratto fotografico di una persona senza il suo consenso occorre accertare l'ambito della notorietà effettivamente raggiunta da un personaggio pubblico. Pare tuttavia eccessivo spingersi sino a sostenere che i ritratti fotografici dei personaggi dello sport, come pure quelli dei protagonisti della musica di consumo o del cinema, possano essere divulgati, senza il loro consenso, anche in contesti del tutto avulsi da quelli che hanno reso noti tali personaggi. Occorre pur sempre verificare non solo il rispetto del decoro, della convenienza e della reputazione, ma anche quello della sfera di riservatezza che la persona ritratta ha inteso legittimamente proteggere dalle ingerenze altrui.

La corretta applicazione dell'esimente dell'art. 97, L. 22 aprile 1941, n. 633 (legge sul diritto di autore) rende lecita la divulgazione di ritratti fotografici di personaggi famosi non solo allorché essi siano raffigurati nell'espletamento dell'attività specifica che li ha consegnati alla pubblica notorietà (vale a dire: per lo sportivo l'attività agonistica, per il cantante l'esibizione sul palco, per l'attore la recitazione in scena), ma anche quando la fotografia li ritrae nello svolgimento di attività accessorie e connesse, che rientrano nel cono di proiezione della loro immagine pubblica e quindi nella sfera di interesse pubblico dedicato dalla collettività alla loro attività. Vi rientrano pertanto certamente le fotografie che ritraggono un noto calciatore in partenza o al rientro per una competizione sportiva, o mentre esibisce un trofeo vinto, o nell'atto di rilasciare a un giornalista una intervista legata alla sua attività, o ancora insieme ad altri calciatori, per di più se in un ritiro organizzato dalla sua squadra o dalla nazionale. Ipotesi tutte in cui l'atleta, pur non indossando la divisa e non praticando attualmente il proprio sport, viene raffigurato in stretta connessione con l'ambito di attività per cui ha conseguito la notorietà, e in cui è oggetto di interesse da parte del pubblico proprio in quanto sportivo noto. È evidente che nei casi esemplificati l'interesse del pubblico è rivolto proprio al personaggio sportivo, per vedere come gioisca dei propri trionfi, come si relazioni con la stampa specializzata, come si prepari alle partite e come si rilassi dopo di esse, come interagisca con altri atleti famosi: per personaggi di quel calibro non si può circoscrivere la notorietà all'ambito originario da cui è germinata (nel caso il calcio) per escludere situazioni in cui l'atleta viaggia, parla con altri calciatori, o appare in pubblico in abiti borghesi ma in connessione con la propria attività. Resta invece fuori dall'ambito dell'esimente la fotografia del personaggio ritratto in occasioni private, prive di alcun collegamento, anche indiretto, con l'attività che ha determinato la celebrità e per le quali, del tutto lecitamente, il personaggio noto ha esercitato il diritto di ammantare di riservatezza, attraverso uno *jus excludendi alios*, la propria sfera privata. La giurisprudenza di legittimità (da ultimo, Cass. civ., sez. I, 29 gennaio 2016, n. 1748) è ferma nell'escludere la liceità dell'utilizzo dell'immagine o del ritratto del personaggio famoso a fini pubblicitari o propagandistici, agganciandola, cioè, anche suggestivamente, ad un prodotto o un servizio al fine di incentivare i consumatori all'acquisto. Ciò non esclude però che le finalità informative, didattiche o culturali, possano essere perseguite con la pubblicazione della fotografia nell'esercizio della circostanza esimente anche da un soggetto che agisca nell'esercizio di un'impresa e a fini di lucro, ove il profitto venga ricercato proprio per il tramite dell'attività informativa. Non si possono pertanto equiparare alle finalità commerciali (per cui sarebbe sempre necessario il consenso) l'uso propagandistico della fotografia del personaggio famoso per indurre all'acquisto di altri prodotti o l'applicazione dell'immagine sul prodotto stesso, alla vendita di un prodotto informativo (latamente didattico-culturale) in cui viene inserita la fotografia a fini di documentazione e integrazione delle informazioni fornite agli acquirenti.

Al termine la Suprema Corte ha enunciato il seguente principio di diritto: l'esimente prevista dalla L. 22 aprile 1941, n. 633, art. 97, secondo cui non occorre il consenso della persona ritratta in fotografia quando, tra l'altro, la riproduzione dell'immagine è giustificata dalla notorietà o dall'ufficio pubblico coperto, ricorre non solo allorché il personaggio noto sia ripreso nell'ambito dell'attività da cui la sua notorietà è scaturita, ma anche quando la fotografia lo ritrae nello svolgimento di attività a quella accessorie o comunque connesse, fermo restando, da un lato, il rispetto della sfera privata in cui il personaggio noto ha esercitato il proprio diritto alla riservatezza, dall'altro, il divieto di sfruttamento commerciale dell'immagine altrui, da parte di terzi, al fine di pubblicizzare o propagandare, anche indirettamente, l'acquisto di beni e servizi.



Lecita la divulgazione di ritratti fotografici di personaggi famosi nello svolgimento di attività che rientrano nel cono di proiezione della loro immagine pubblica

Diritto civile Persone e Famiglia

Valerio de Gioia

16 | 06 | 2022

Riferimenti Normativi:

- art. 2 Cost.
- art. 21 Cost.
- art. 8 CEDU
- art. 97, L. 22 aprile 1941, n. 633 (legge sul diritto di autore)