

## CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE

**Ordinanza del 12.10.2017**

**Presidente:** Dott.ssa Magda Cristiano

**Consigliere-Relatore:** Dott. Massimo Falabella

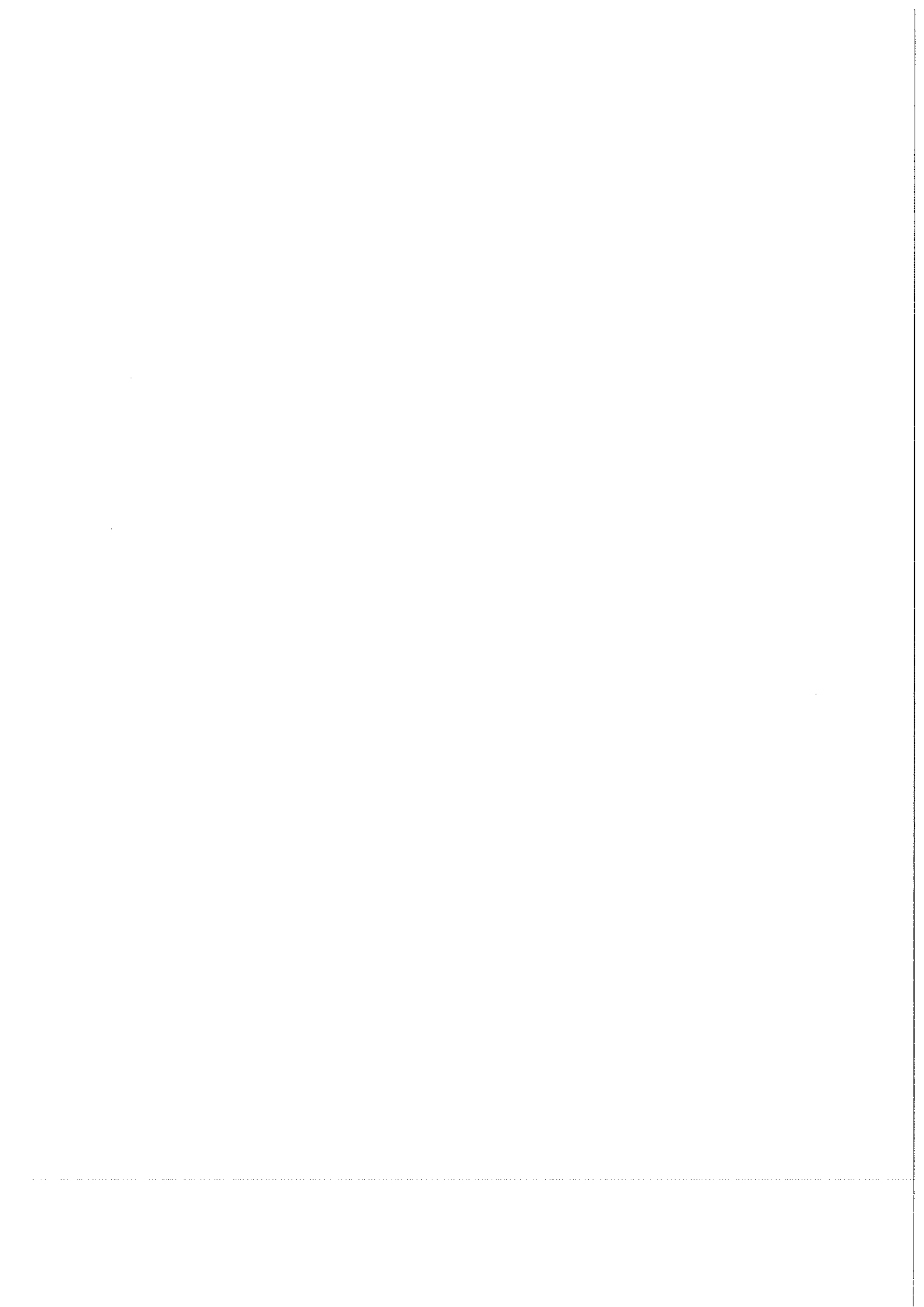
Sul ricorso proposto da:

*Omissis*

**contro**

*Omissis*

- I. Premesso che la creatività e l'originalità sussistono anche quando l'opera sia composta da idee e nozioni semplici, comprese nel patrimonio intellettuale di persone aventi esperienza nella materia propria dell'opera stessa, purché formulate ed organizzate in modo personale ed autonomo rispetto alle precedenti, la consistenza in concreto di tale autonomo apporto forma oggetto di una valutazione destinata a risolversi in un giudizio di fatto, come tale sindacabile in sede di legittimità soltanto per eventuali vizi di motivazione: profilo, quello dei vizi motivazionali, che può essere oggi fatto valere nei ristretti limiti posti dalla nuova formulazione dell'art. 360, n. 5., c.p.c. (1).
- II. L'accertamento della creatività e originalità dell'opera consistente nella elaborazione del messaggio pubblicitario sfugge al sindacato della Corte di legittimità (2).



24062/17



LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE

SESTA SEZIONE CIVILE - 1

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati:

- Dott. MAGDA CRISTIANO - Presidente -
- Dott. GIACINTO BISOGNI - Consigliere -
- Dott. GUIDO MERCOLINO - Consigliere -
- Dott. FRANCESCO TERRUSI - Consigliere -
- Dott. MASSIMO FALABELLA - Rel. Consigliere -

Oggetto

DIRITTO DI AUTORE

Ud. 19/07/2017 - C.C.

R.G.N. 24509/2015

Can. 24062

Rep.

ha pronunciato la seguente

ORDINANZA

sul ricorso 24509-2015 proposto da:

(omissis) S.R.L., in persona del legale rappresentante,  
 elettivamente domiciliata in (omissis), presso  
 lo studio dell'avvocato (omissis), che la rappresenta e  
 difende;

C.U. + C.I.

- ricorrente -

contro

(omissis), elettivamente domiciliata in (omissis)  
 (omissis), presso lo studio dell'avvocato (omissis)  
 (omissis), che la rappresenta e difende unitamente all'avvocato  
 (omissis);

8078/17

- controricorrente -

avverso la sentenza n. 346/2015 della CORTE D'APPELLO di GENOVA, depositata il 09/03/2015;  
udita la relazione della causa svolta nella camera di consiglio non partecipata del 19/07/2017 dal Consigliere Dott. MASSIMO FALABELLA.

### FATTI DI CAUSA

1. — (omissis) s.r.l. commissionava alla ditta individuale (omissis) (omissis) la campagna promozionale per l'apertura di un nuovo punto di vendita dei suoi prodotti e la ditta indicata, in esecuzione di tale incarico, predisponeva un primo catalogo promozionale, relativo all'estate 2004; i due cataloghi successivi, pubblicati nello stesso anno, venivano invece realizzati da altra agenzia incaricata da (omissis) .

2. — Punto A Capo citava in giudizio (omissis) avanti al Tribunale di Genova, chiedendone la condanna al risarcimento del danno derivatole dall'illegittimo utilizzo, da parte della società convenuta, del risultato della propria attività creativa, consistito nella realizzazione, nei manifesti pubblicitari e nel primo catalogo commissionato, di un messaggio pubblicitario caratterizzato da una parte grafica da una parte letterale: tale messaggio consisteva nell'immagine del viso di un modello o di una modella, raffigurati in guisa di una moderna Minerva, dalla cui testa uscivano oggetti propri del bricolage; l'immagine in questione era accompagnata dalla frase: «(omissis) (omissis) ».

(omissis) resisteva alla domanda attrice e proponeva una domanda riconvenzionale basata sui prospettati inadempimenti di cui si

sarebbe resa autrice la controparte.

Il Tribunale condannava la convenuta al risarcimento del danno derivato dall'indebito utilizzo del risultato dell'attività creativa dell'attrice e alla rifusione delle spese affrontate da quest'ultima per la predisposizione del catalogo promozionale commissionatole, oltre che per la stampa dello stesso.

3. — La sentenza era impugnata da (omissis) .

Nella resistenza della ditta Punto A Capo, la Corte di appello di Genova, con sentenza pubblicata il 9 marzo 2015, respingeva il gravame.

4. — Ricorre per cassazione contro quest'ultima pronuncia (omissis) (omissis), che fonda la propria impugnazione su quattro motivi. Resiste con controricorso Punto A Capo.

### **RAGIONI DELLA DECISIONE**

1. — I motivi possono riassumersi nei termini che seguono.

1.1. — Primo motivo: violazione o falsa applicazione degli artt. 1 e 2 l. aut. (l. n. 633/1941). Secondo la ricorrente la Corte di Genova aveva errato nel far coincidere il concetto giuridico di creatività con quello di creazione, originalità e novità assoluta; se avesse fatto corretta applicazione del detto concetto e avesse valorizzato appieno, sotto tale luce, gli elementi documentali offerti in produzione, essa sarebbe giunta a conclusioni totalmente diverse, e anzi opposte, rispetto a quelle esposte nella sentenza impugnata.

1.2. — Secondo motivo: violazione o falsa applicazione dell'art. 115 c.p.c.. Spiega la ricorrente che la sentenza oggetto del ricorso, nella parte in cui era giunta ad affermare che non vi erano dubbi sull'originalità e sulla creatività del messaggio promozionale, aveva violato l' art. 115 c.p.c. o comunque fatto non corretta applicazione di tale articolo, a mente del quale il giudice deve porre a fondamento della

decisione anche i fatti non specificamente contestati dalla parte costituita. Infatti Punto A Capo, fin dalla propria costituzione in giudizio in primo grado, aveva sempre affermato che la sua idea creativa le era stata suggerita dalla ditta committente.

1.3. — Terzo motivo: violazione o falsa applicazione degli artt. 107, 109 e 110 l. aut., oltre che degli artt. 2697 e 2729 c.c.. Secondo la ricorrente, il giudice del gravame era incorso in un ulteriore *error juris* nel ritenere non provata l'intervenuta cessione del diritto di sfruttamento dell'idea creativa di Punto A Capo anche per mancanza della forma scritta. In particolare, la Corte di merito aveva affermato che tale forma era prescritta per la cessione del diritto patrimoniale d'autore, ma il materiale documentale versato in atti e il preventivo datato 21 maggio 2004, relativo al catalogo promozionale stagionale, forniva, a detta della società istante, preciso riscontro dell'intervenuta cessione del diritto di cui trattasi.

1.4. — Quarto motivo: omesso esame circa un fatto decisivo per il giudizio, oggetto di discussione tra le parti. La censura investe la statuizione resa dalla Corte di merito sulla domanda riconvenzionale proposta da (omissis). Secondo la ricorrente la Corte distrettuale non aveva preso nella dovuta considerazione la decisione resa dal Tribunale di Genova tra essa istante e la società (omissis), decisione poi confermata dalla stessa Corte di appello ligure e passata in giudicato. In particolare, nella sentenza impugnata in questa sede il giudice distrettuale aveva ritenuto che l'attività di distribuzione del materiale pubblicitario (rispetto alla quale era stato lamentato l'inadempimento) fosse stata assegnata direttamente dalla committente alla ditta (omissis) e che essa esulasse dall'incarico conferito a Punto A Capo. In base alla diversa sentenza della Corte di appello indicata, invece, era risultata non provata l'esistenza di un contratto tra (omissis)

(omissis) e la società (omissis), avente ad oggetto la distribuzione del materiale pubblicitario.

2. — Gli indicati motivi vanno tutti disattesi.

2.1. — Inammmissibile è il primo motivo.

La censura investe l'affermazione della Corte di merito secondo cui l'attività oggetto di causa (la realizzazione del messaggio pubblicitario) rientrerebbe tra quelle protette come opere dell'ingegno in base all'art. 1 l. aut.. Tale affermazione risulta basata sulla originalità e creatività dell'idea portante della campagna pubblicitaria, declinata nella sua forma espressiva e capace di veicolare, secondo il giudice del gravame, «un messaggio facilmente riconoscibile e immediatamente comprensibile da parte del pubblico e quindi a catturare l'attenzione del consumatore».

Premesso che la creatività e l'originalità sussistono anche quando l'opera sia composta da idee e nozioni semplici, comprese nel patrimonio intellettuale di persone aventi esperienza nella materia propria dell'opera stessa, purché formulate ed organizzate in modo personale ed autonomo rispetto alle precedenti, la consistenza in concreto di tale autonomo apporto forma oggetto di una valutazione destinata a risolversi in un giudizio di fatto, come tale sindacabile in sede di legittimità soltanto per eventuali vizi di motivazione (Cass. 13 giugno 2014, n. 13524, ove i richiami a Cass. 27 ottobre 2005, n. 20925 e a Cass. 2 dicembre 1993, n. 11953): profilo, quello dei vizi motivazionali, che può essere oggi fatto valere nei ristretti limiti posti dalla nuova formulazione dell'art. 360, n. 5 c.p.c.. L'accertamento della creatività e originalità dell'opera consistente nella elaborazione del messaggio pubblicitario sfugge, dunque, al sindacato di questa Corte di legittimità, né si rinvengono, nella sentenza impugnata, affermazioni contrastanti con la richiamata nozione giuridica di creatività e originalità.

2.2. — Il secondo motivo è pure inammissibile.

La censura è carente di specificità: infatti, quando il motivo di impugnazione si fonda sul rilievo che la controparte avrebbe tenuto condotte processuali di non contestazione, il ricorrente, per consentire alla Corte di legittimità di prendere cognizione delle doglianze ad essa sottoposte, ha l'onere di indicare non solo con quale atto e in quale sede sia stata fatta quella deduzione in fatto, ma anche in quale modo la circostanza sia stata provata o risultata pacifica (Cass. 18 luglio 2007, n. 15961): occorre pertanto quantomeno indicare l'atto processuale, successivo alla comparsa di risposta in primo grado della ricorrente (cfr. pagg. 19 e 20 del ricorso), in cui la ditta Punto A Capo avrebbe mancato di sollevare la contestazione e dare poi conto del contenuto di tale atto, in modo di consentire a questa Corte di vagliare la decisività della censura.

Di tale decisività è difficile, del resto, avere ragione, dal momento che l'azione era stata proposta dall'odierna controricorrente, la quale — secondo quanto riconosciuto dalla stessa società (omissis) a pag. 2 del ricorso — aveva domandato accertarsi che la controparte ebbe ad utilizzare, senza autorizzazione, «l'idea creativa di Punto A Capo» consistente nella realizzazione dell'opuscolo pubblicitario: siffatta deduzione, nel ricondurre alla sfera della controricorrente l'elaborazione del messaggio pubblicitario, appare infatti radicalmente non compatibile con il riconoscimento, da parte della stessa ditta Punto A Capo, dell'altrui paternità dell'opera.

2.3. — Nemmeno il terzo mezzo può trovare accoglimento.

E' sufficiente osservare, al riguardo, che la Corte territoriale ha osservato come dagli atti di causa non risultava fosse stato pattuito alcun corrispettivo per la cessione, da parte di Punto A Capo, del diritto di sfruttamento dell'idea creativa, una volta venuto meno il rapporto di



agenzia e che, dunque, i compensi previsti remuneravano l'attività professionale prestata da Punto A Capo, senza alcuna rinuncia ai diritti di questa sull'oggetto della propria creazione; inoltre, è aggiunto, mancava nella fattispecie la forma scritta prevista per la cessione del diritto patrimoniale d'autore.

L'istante pretende di attribuire rilievo a un preventivo che, secondo la tesi sostenuta nel ricorso, darebbe ragione dell'intervenuta cessione del diritto concernente la suddetta idea creativa. E' evidente, però, che l'apprezzamento di tale documento, che non contiene alcuna esplicita regolamentazione del diritto d'autore, limitandosi a prevedere che il messaggio era «eventualmente declinabile su altri mezzi pubblicitari», sfugge al sindacato di legittimità. Come è noto, infatti, spetta, in via esclusiva, al giudice del merito il compito di individuare le fonti del proprio convincimento, di controllarne l'attendibilità e la concludenza e di scegliere, tra le complessive risultanze del processo, quelle ritenute maggiormente idonee a dimostrare la veridicità dei fatti ad essi sottesi, dando così liberamente prevalenza all'uno o all'altro dei mezzi di prova acquisiti, salvo i casi tassativamente previsti dalla legge (Cass. 4 novembre 2013 n. 24679; Cass. 16 novembre 2011, n. 27197; Cass. 6 aprile 2011, n. 7921; Cass. 21 settembre 2006, n. 20455; Cass. 4 aprile 2006, n. 7846; Cass. 9 settembre 2004, n. 18134; Cass. 7 febbraio 2004, n. 2357).

2.4. — Pure infondato è il quarto motivo.

Un problema di mancato apprezzamento del giudicato, con riferimento alla questione oggetto della censura, vertente sul contratto di distribuzione del materiale pubblicitario (che la sentenza impugnata assume essere intercorso tra Punto A Capo e D.M.P.) non può evidentemente porsi, dal momento che le parti dei due giudizi non sono coincidenti: infatti, la sentenza della Corte di appello invocata

dall'odierna ricorrente ha definito una controversia intercorrente tra Punto A Capo e la ditta (omissis), a cui era estranea (omissis) .

Al più, il giudizio richiamato dalla ricorrente potrebbe rilevare per le prove che nello stesso siano state raccolte con riferimento alla dedotta insussistenza di un contratto di distribuzione tra (omissis) e (omissis); ciò in quanto nei poteri del giudice in tema di disponibilità e valutazione delle prove rientra quello di fondare il proprio convincimento su accertamenti compiuti in altri giudizi fra le stesse od anche fra altre parti, quando i risultati siano acquisiti nel giudizio della cui cognizione egli è investito (Cass. 2 aprile 2017, n. 8603; Cass. 14 maggio 2013, n. 11555). Tuttavia, il motivo è orientato in altra direzione, attribuendo esso rilievo all'accertamento giudiziale in sé considerato, e, correlativamente, nemmeno indica quali siano le risultanze probatorie — acquisite nell'altro giudizio, riversate nel presente procedimento e sottoposte all'esame dei giudici di merito — che avrebbero dovuto essere apprezzate da questi ultimi. E' da aggiungere — per completezza, risultando assorbente quanto fin qui osservato — che l'art. 360 n. 5 attribuisce rilievo all'omesso esame di un fatto, sicché il ricorrente, ove intenda far valere tale vizio, deve indicare il «fatto storico», il cui esame sia stato omesso, il «dato», testuale o extratestuale, da cui esso risulti esistente, il «come» e il «quando» tale fatto sia stato oggetto di discussione processuale tra le parti e la sua «decisività» (Cass. Sez. U. 7 aprile 2014, n. 8053 e Cass. Sez. U. 7 aprile 2014, n. 8054, secondo cui, inoltre, l'omesso esame di elementi istruttori non integra, di per sé, il vizio di omesso esame di un fatto decisivo qualora il fatto storico, rilevante in causa, sia stato comunque preso in considerazione dal giudice, ancorché la sentenza non abbia dato conto di tutte le risultanze probatorie). Il ricorrente odierno avrebbe quindi dovuto semmai spiegare quale fosse il fatto da cui desumere l'inesistenza del contratto di

distribuzione che, invece, la Corte di appello ha ritenuto esistente, fornendo, poi, le ulteriori indicazioni di cui si è fatta or ora menzione.

3. — In conclusione, il ricorso è respinto.

4. — Le spese del giudizio di legittimità seguono la soccombenza.

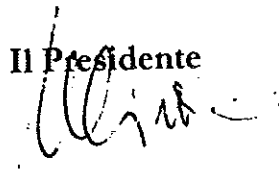
**P.Q.M.**

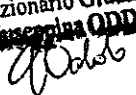
La Corte

rigetta il ricorso; condanna parte ricorrente al pagamento delle spese processuali, che liquida in € 4.000,00 per compensi, oltre alle spese forfettarie nella misura del 15 per cento, agli esborsi, liquidati in € 100,00, ed agli accessori di legge; ai sensi dell'art. 13 comma 1 *quater* del d.p.r. n. 115/2012, inserito dall'art. 1, comma 17, della l. n. 228/2012, dà atto che sussistono i presupposti perché parte ricorrente versi l'ulteriore importo a titolo di contributo unificato pari a quello dovuto per il ricorso.

Così deciso in Roma, nella camera di consiglio della 6<sup>a</sup> Sezione Civile, in data 19 luglio 2017.

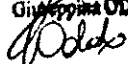
Il Presidente



Il Funzionario Giudiziario  
Giuseppina ODDO  


DEPOSITATO IN CANCELLERIA  
OGGI 10/2 OTT. 2017



Il Funzionario Giudiziario  
Giuseppina ODDO  






CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE  
UFFICIO COPIE UNIFICATE

Copia ad uso studio che si rilascia a richiesta di **IL SOLE 24 ORE**.

Roma, 12 ottobre 2017

La presente copia si compone di 9 pagine.  
Diritti pagati in marche da bollo € 1.92