

Vincenzo Guggino

**La dimensione europea
dell'Autodisciplina Pubblicitaria.
Casi & Materiali**

2015-1.5

Fogli di lavoro
per il Diritto Internazionale



Direzione scientifica: *Rosario Sapienza*

Coordinamento redazionale: *Elisabetta Mottese*

Redazione: *Adriana Di Stefano, Federica Antonietta Gentile, Giuseppe Matarazzo, Maria Manuela Pappalardo, Giuliana Quattrocchi*

Volume chiuso nel mese di giugno 2015

FOGLI DI LAVORO *per il Diritto Internazionale è on line*

<http://www.lex.unict.it/it/crio/fogli-di-lavoro>

ISSN 1973-3585

Cattedra di Diritto Internazionale

Via Gallo, 24 - 95124 Catania

E-mail: risorseinternazionali@lex.unict.it

Redazione: foglidilavoro@lex.unict.it

Tel: 095 230857 - Fax 095 230489

L'Europa che non c'è?

La domanda che da qualche tempo ci poniamo e che ci spinge ad indagare l'esistenza dell'Europa come parametro di una nuova civiltà giuridica europea può trovare risposta non solo nella ricerca dei delicati e sempre mutevoli equilibri cui ci ha abituato l'Europa di Bruxelles, ma anche nelle politiche di attuazione dei suoi atti normativi e delle sue politiche nei Paesi membri e segnatamente in Italia

Questo fascicolo di FLADI è dedicato interamente al tema della disciplina nazionale ed europea dell'autodisciplina pubblicitaria, argomento del seminario tenuto il 15 maggio di quest'anno da Vincenzo Guggino, Segretario Generale dell'Istituto per l'Autodisciplina Pubblicitaria di Milano nell'ambito della nostra rassegna "L'Europa che non c'è".

I testi qui raccolti sono stati gentilmente messi a disposizione dal dottor Guggino che ringraziamo una volta di più per la sua cortesia.

La redazione

Riconoscimenti formali dell'autodisciplina pubblicitaria da parte di Autorità comunitarie e nazionali

• PUBBLICITÀ INGANNEVOLE E COMPARATIVA

LIVELLO COMUNITARIO

- **Direttiva 84/450/CE** in materia di pubblicità ingannevole (e successiva direttiva 97/55/CE)
- **Direttiva 2005/29/CE** che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole

LIVELLO NAZIONALE

- **D.Lgs. 29/1/1992 n. 74** “Attuazione della Direttiva 84/450/CE in materia di pubblicità ingannevole” (**art. 8**) contiene una norma che riconosce formalmente l'esistenza degli organismi volontari e autonomi di autodisciplina e prevede la possibilità di chiedere, tra l'altro, la sospensione del procedimento innanzi all'Autorità in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina
- **D.Lgs. 2/8/2007 n. 145** “Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole” (**art. 9** - Autodisciplina)

• PRATICHE COMMERCIALI SLEALI

LIVELLO COMUNITARIO

- **Direttiva 2005/29/CE** relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE, 2002/65/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004

LIVELLO NAZIONALE

- **D.Lgs. 2/8/2007 n. 146** “Attuazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE, 2002/65/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004” (**art. 27ter** - Autodisciplina)
- **D.Lgs. 6/9/2005 n. 206** “Codice del Consumo a norma dell'art. 7 della legge 29/7/2003, n. 229” e successive modifiche (**art. 27ter**)

- **PUBBLICITÀ FARMACEUTICA, UMANA E VETERINARIA**

LIVELLO COMUNITARIO

- **Direttiva 92/28/CEE** concernente la pubblicità dei medicinali per uso umano
- **Direttiva 2001/83/CE** (e successive direttive di modifica) relativa ad un codice comunitario concernente i medicinali per uso umano
- **Direttiva 2003/94/CE** che stabilisce i principi e le linee direttrici delle buone prassi di fabbricazione relative ai medicinali per uso umano e ai medicinali per uso umano in fase di sperimentazione

LIVELLO NAZIONALE

- **D.Lgs. 30/12/1992 n. 541** “*Attuazione della Direttiva 92/28/CEE concernente la pubblicità dei medicinali per uso umano*” consente agli operatori una procedura più rapida (i.e. rendendo non obbligatorio il parere della Commissione Ministeriale) per l’ottenimento dell’autorizzazione alla pubblicità nel caso in cui le comunicazioni (su stampa quotidiana o periodica e radiofoniche) siano state approvate da un “*istituto di autodisciplina formato dalle associazioni maggiormente rappresentative interessate alla diffusione della pubblicità dei medicinali di automedicazione riconosciuto dal Ministero della salute*”. L’IAP è stato riconosciuto con apposito decreto del Ministero della Sanità e **D.Lgs. 24/4/2006 n. 219** “*Attuazione della direttiva 2001/83/CE (e successive direttive di modifica) relativa ad un codice comunitario concernente i medicinali per uso umano, nonché della direttiva 2003/94/CE*” (**art. 118**)
- **D.M. 18/6/1993** “*Riconoscimento dell’Istituto di autodisciplina pubblicitaria, in Milano*” per il controllo preventivo dei farmaci di automedicazione
- **D.M. 13/6/2003** “*Riconoscimento dell’Istituto dell’Autodisciplina Pubblicitaria IAP, in Milano*” viene riconosciuto all’IAP un analogo controllo per la pubblicità su stampa quotidiana o periodica e radiofonica per i **medicinali ad uso veterinario**.

- **PUBBLICITÀ TELEVISIVA**

LIVELLO COMUNITARIO

- **Direttiva 2007/65/CE** relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive
- **Risoluzione del Parlamento Europeo del 10 marzo 2009 sull'integrità del gioco d'azzardo online**

LIVELLO NAZIONALE

- **L. 30/3/2001 n. 125** “*Legge quadro in materia di alcol e di problemi alcol correlati*” demanda alle emittenti radiotelesive pubbliche e private, alle agenzie pubblicitarie e ai rappresentanti della produzione, la formulazione e l'adozione di un “**codice di autoregolamentazione** sulle modalità e sui contenuti dei messaggi pubblicitari relativi alle bevande alcoliche e superalcoliche.”

Il compito è stato assolto dalle categorie interessate, entro il termine fissato dalla norma di sei mesi dall'entrata in vigore della legge, attraverso una modifica dell'art. 22 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, il quale ha assunto così nella specifica materia efficacia *erga omnes*, e quindi anche nei confronti di soggetti non aderenti direttamente o indirettamente all'autodisciplina. (art. 13 - Disposizioni in materia di pubblicità)

- **L. 3/5/2004 n. 112** “*Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI Radiotelevisione italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione*”, sostituito dal Testo Unico della radiotelevisione (D.Lgs. 31/7/2005) Questo Codice è rivolto a tutelare i diritti e l'integrità psichica e morale dei minori, con particolare riferimento alla fascia di età più debole (0-14 anni). Con riguardo alla pubblicità l'art. 4 di tale Codice si riconosce espressamente “*la particolare validità delle norme a tutela dei minori esplicitate nel Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, promosso dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria*”, pertanto le imprese televisive pubbliche e private firmatarie del Codice si “*impegnano ad accogliere – ove dia garanzie di maggiore tutela – e a rispettare tale disciplina, da considerarsi parte integrante del Codice.*”
- **D.Lgs. 15/3/2010 n. 44** “*Attuazione della Direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive*” (modifica il titolo del decreto 31/7/2005 n. 177 in “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”)

- **Codice di autoregolamentazione Tv e Minori** approvato il 29/11/2002 (art. 4 - La pubblicità)

- **ACCORDI CON I MINISTERI**
 - **Regole per la comunicazione commerciale relativa ai prodotti alimentari e alle bevande, a tutela dei bambini e della loro corretta alimentazione** documento elaborato dal Ministero della Salute nel luglio 2011
 - **Protocollo di intesa in relazione alla comunicazione commerciale con contenuti "di genere"** siglato il 26 gennaio 2011 tra il Ministro per le Pari Opportunità e il Presidente IAP. Questo accordo è stato proposto allo IAP dal Ministero, constatato che le norme del Codice di Autodisciplina consentono agli organi autodisciplinari di attivare un controllo efficace sulla comunicazione commerciale per evitare che venga offesa la dignità delle donne. Il Dipartimento per le Pari Opportunità e l'Istituto hanno rinnovato il Protocollo d'Intesa 31 gennaio 2013.

– **GIURISPRUDENZA**

Corte di Appello di Milano Sez. III Civile R.G. 582/76 L'attore chiedeva di accertare e dichiarare che il Giurì difettava di competenza e di giurisdizione per giudicare e dichiarare ingannevole la propria pubblicità. La sentenza di primo grado (n. 359/76 del 16 ottobre 1975 - 22 gennaio 1976) dichiarava inammissibili le domande rivolte nei confronti del Giurì e rigettava ogni altra domanda. Contro tale sentenza la Armando Curcio Editore S.p.A. promuoveva atto di appello. Esito: La sentenza di appello (n. 329/79 del 6 febbraio 1979 - 25 febbraio 1979) confermava quella appellata, condannando l'appellante alle spese. Passata in giudicato.

– **Tribunale di Milano Sez. I civile R.G. 8118/94** La ricorrente chiedeva al giudice ordinario di inibire allo IAP di assumere provvedimenti e decisioni in contrasto con quelli assunti dall'Autorità garante.

Esito: La domanda è stata respinta e l'attrice è stata condannata a rifondere le spese di causa all'Istituto (sentenza n. 11200/98 del 9 gennaio 1997 - 15 ottobre 1998).

– **Corte di Appello di Milano Sez. II civile R.G. 2052/98**

Svolgimento: 1° grado: La Sikelia srl ed il dott. Francesco Alliata di Salaparuta convenivano in giudizio lo IAP per far dichiarare la nullità di una decisione del Giurì a loro sfavorevole, chiedendo la condanna al risarcimento dei danni subiti.

La sentenza di primo grado (n. 6901 del 10 ottobre 1996 - 8 giugno 1998) accoglieva in parte le doglianze degli attori, dichiarando la nullità della decisione pronunciata dal Giurì sulla base della sua contrarietà ad una precedente pronuncia dell'Autorità giudiziaria ordinaria tra le stesse parti, ritenuta passata in giudicato, alla quale il Giurì avrebbe dovuto uniformarsi; e ordinando la pubblicazione del dispositivo della sentenza con condanna alle spese di causa. La domanda risarcitoria invece non veniva accolta, in quanto il collegio, stante una carenza probatoria da parte degli attori, era impossibilitato ad individuare i parametri di liquidazione.

2° grado: Contro tale sentenza è stato promosso atto di appello diretto a far rilevare un duplice errore di fatto commesso dal giudice di primo grado. Infatti, la decisione dell'AGO posta a fondamento della pronuncia appellata non solo è di due anni successiva a quella del Giurì, ma non è neppure passata in giudicato, essendo ancora pendente il giudizio di impugnazione. La Corte di Appello ha deciso con ordinanza di sospendere il giudizio in attesa del

passaggio in giudicato della sentenza emessa in grado di appello dai giudici palermitani tra Sikelia e casa Vinicola di Salaparuta. La presente causa, quindi, è stata riassunta e poi mandata in decisione.

Esito: La sentenza di appello (n. 1521 del 3 aprile 2002 - 11 giugno 2002) riforma la sentenza di primo grado prendendo atto che il tribunale di Milano aveva basato la dichiarazione di nullità della decisione del Giurì su un unico motivo (supposta contrarietà della decisione del Giurì ad una precedente pronuncia dell'Autorità giudiziaria ordinaria tra le stesse parti, ritenuta passata in giudicato), basato su un erroneo presupposto di fatto. Inoltre, il giudice d'appello precisa che non è in alcun modo ipotizzabile che il giudizio davanti al giudice ordinario possa costituire un'impugnazione della decisione del Giurì trattandosi di decisioni emesse nell'ambito di un ordinamento distinto ed autonomo, ponendosi su un piano meramente privato e di piena autonomia delle parti, suscettibile di sortire effetti in sede civilistica solo nell'ottica di un'eventuale deduzione di comportamenti integranti concorrenza sleale.

- **Corte di Cassazione 15/2/1999 n. 1259** ha stabilito che le norme del Codice di Autodisciplina dello IAP “*nell'apprezzamento delle situazioni concrete rientranti nel divieto degli atti di concorrenza posto dall'art. 2598 n. 3 c.c., costituiscono parametri di valutazione della correttezza professionale (...), quali espressione dell'etica professionale e commerciale alla cui tutela la norma civilistica è finalizzata*”.
- **Tribunale di Milano 20/7/2010 n. 47582** il giudice ha respinto il ricorso ritenendolo essenzialmente impugnatorio nel merito del contenuto del provvedimento del Giurì, mentre nessuna disposizione normativa, generale o speciale, prevede che il provvedimento del Giurì sia direttamente impugnabile avanti all'Autorità Giudiziaria. Il Giurì è un organo privato, i cui poteri derivano dall'investitura diretta delle parti ed al cui giudizio queste si sottopongono volontariamente.
- **Tribunale di Torino 22/1/2011 n. 8580** stabilisce che la mancata ottemperanza all'ordine di cessazione della comunicazione commerciale dichiarata in contrasto con le norme del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale costituisce violazione dell'art. 2598 c.c. «*La prosecuzione della pubblicità dopo la pronuncia del dispositivo della decisione del Giurì costituisce condotta di concorrenza sleale nei confronti della parte ricorrente ai sensi dell'art. 2598 n.3 c.c.*» e che nell'ambito della correttezza professionale «*deve essere necessariamente incluso anche il rispetto delle regole di lealtà pubblicitaria liberamente accettate e delle decisioni assunte dal Giurì in contraddittorio tra le parti*».