



II TRIBUNALE DI CALTANISSETTA

Sezione Civile

in composizione monocratica, nella persona del giudice designato, dottor Andrea Giuseppe Antonio Gilotta, pronuncia la seguente

ORDINANZA

nel procedimento iscritto al n. 2262/2018 R.G., depositato il 6.11.2018 e promosso dalla società **AmicoPolis Limited s.r.l.**, con sede in Caltanissetta, viale Luigi Monaco 10/X (difesa dall'avvocato Francesca Riggi), contro l' **A.D.U.C. - Associazione per i Diritti degli Utenti e dei Consumatori**, con sede in Firenze, Via Cavour 68 (difesa dagli avvocati Emmanuela Bertucci e Claudia Moretti).

Con ricorso ex art. 700 c.p.c. la società ricorrente chiedeva ordinarsi all'ADUC - Associazione per i Diritti degli Utenti e dei Consumatori, l'immediata rimozione di talune "risposte" e di alcuni "titoli" di contenuto diffamatorio, presenti nel sito internet della stessa resistente in cui il *social network* della società ricorrente (www.amicopolis.com) veniva definito come una "piramide finanziaria" da evitare e che sarebbe stato presto oggetto di un intervento della Consob. Precisava che i commenti in questione, del tutto "lapidari" e privi qualsivoglia spiegazione in ordine al concreto funzionamento del *social*, avrebbero lesa l'immagine e la reputazione commerciale della Società, ingenerando suggestioni fortemente negative nei lettori.

Ritenendo le pubblicazioni in questione non suscettibili nella nozione di stampa e ritenendo, dunque, non applicabili le relative garanzie costituzionali, chiedeva l'inibitoria delle dette pubblicazioni.

Rigettata l'istanza di concessione di un provvedimento cautelare *inaudita altera parte*, veniva fissato un termine per la notifica del ricorso alla parte resistente.

Questa si costituiva con comparsa di risposta del 2.1.2019, eccependo preliminarmente l'incompetenza di questo Tribunale in favore del Tribunale di Firenze,

inteso quale luogo in cui hanno sede sia l'Associazione, sia «*il provider presso i cui server si trovano le pagine e i contenuti del sito internet www.aduc.it*» e nel quale, tra l'altro, si è provveduto a caricare i dati informatici delle pubblicazioni in parola.

Nel merito, chiedeva il rigetto della domanda avversaria e la condanna della ricorrente al risarcimento del danno ai sensi dell'art. 96 comma III c.p.c.

All'udienza del 10.1.2019 le parti contestavano diffusamente gli scritti avversari, insistendo nelle rispettive posizioni e chiedendo porsi la causa in decisione.

Sulla competenza territoriale.

Infondata deve ritenersi l'eccezione di incompetenza di questo tribunale, sollevata dalla resistente.

Sul punto si osserva che, ai sensi dell'art. 669 ter c.p.c., per i procedimenti cautelari proposti anteriormente alla causa di merito è competente il giudice del merito stesso. Ora, avendo la ricorrente espressamente allegato una lesione della propria immagine commerciale con riserva di articolare, nella successiva fase di merito, una richiesta risarcitoria (vedasi pag. 13 del ricorso), ben può trovare applicazione il foro facoltativo del c.d. *locus commissi delicti* di cui all'art. 20 c.p.c., da intendersi quale luogo ove è sorta l'obbligazione risarcitoria e che va individuato - proprio al fine di evitare criteri "ambulanti" della competenza, potenzialmente non in linea con il principio costituzionale della precostituzione del giudice - nel luogo si sono prodotti i danni derivanti dalla condotta diffamatoria, e dunque, nel luogo in cui la parte offesa ha il proprio domicilio (Cass. 6591/2002, la quale ha affermato il detto principio intervenendo proprio sul tema della diffamazione a mezzo internet). Né rileva, in senso contrario, la pronuncia (menzionata dalla parte resistente) n. 8482 del 2017 della V Sezione Penale della Corte di Cassazione; questa, infatti, nel ribadire ai fini della competenza, la sussidiarietà del criterio legato alla condotta dell'agente (art. 9 c.p.p.) rispetto a quello della consumazione del reato (art. 8 c.p.p.), fa applicazione di disposizioni relative al giudizio penale, le quali presentano ampie divergenze dalle omologhe norme del rito civile, che - come testualmente indicato

dall'art. 20 c.p.c. - individua nel luogo ove è sorta l'obbligazione uno dei fori "facoltativi" per la proposizione della causa.

Prive di rilievo risultano, infine, le circostanze richiamate dalla resistente e relative alla facile identificabilità della sede della A.D.U.C. e all'insussistenza di posizioni di forza di quest'ultima rispetto alla ricorrente.

Per concludere, poiché la società ricorrente - che si ritiene danneggiata dalla condotta posta in essere dalla A.D.U.C. - ha sede in Caltanissetta, deve ritenersi che la competenza a decidere del procedimento in esame appartenga a questo tribunale.

Sul fumus boni iuris

Venendo al merito, il ricorso è infondato e non può trovare accoglimento.

Il caso in esame verte sulla natura diffamatoria di talune espressioni contenute nel sito internet dell'Associazione per i Diritti degli Utenti e dei Consumatori (www.aduc.it), sito che offre servizi di informazione e consulenza per far acquisire ai consumatori «*consapevolezza dei propri diritti e doveri*» (così si legge nel sito, sotto la voce "Chi siamo").

Le frasi in questione costituiscono risposte a quesiti (detti anche "lettere") formulati da utenti del sito www.aduc.it in ordine all'affidabilità del *social network* AmicoPolis. E' opportuno precisare sin d'ora che in buona parte dei detti quesiti si coglie già un'apprezzabile diffidenza verso la società ricorrente e verso i guadagni (definiti addirittura "*spropositati*") che vengono prospettati in conseguenza dell'acquisito di taluni "pacchetti pubblicitari"¹.

¹ **Lettera del 5.1.2018:** «chiedo informazioni e opinioni sull'opportunità offerta da questo nuovo social, Amicopolis, di guadagnare oltre che facendo azioni gratuite, cmq spiccioli, anche cifre molto elevate acquistando pacchetti pubblicitari. <http://puntosimplylatiano.altervista.org/pacchetti-pubblicitari-amicopolis.html> Sostiene che grazie ai banner pubblicitari nel social vengono redistribuiti gli utili in base ai polis acquistati (come se fossero le loro azioni). I rendimenti li potete vedere da tabella: dal 6 al 10% mese + capitale indietro in monete d'oro in omaggio. Spesso ci sono anche promo di pack al 15% mese. La società con cui si opera è una ltd con 100 sterline di capitale sociale, il che mi fa pensare molto. Su Facebook c'è un gruppo tutto italiano dove lo promuovono e stanno aderendo un sacco di persone, secondo voi è un possibile business sostenibile e duraturo o l'ennesimo specchietto per le allodole?»; **lettera del 25.2.2018:** «volevo avere un parere su questa società: AMICOPOLIS LTD SEDE LEGALE a Londra...sede operativa a Caltanissetta Startup aderente al Programma Microsoft BizSpark, ha lanciato un nuovo Social Network,

In risposta alle dette richieste, la A.D.U.C. rispondeva in questi termini: «*E' una evidentissima piramide finanziaria. Lasci perdere*» (risposta al quesito del 5.1.2018); «*Ce ne siamo già occupati, è una piramide: [...] Gli offerenti, inclusi i promoter, commettono il reato di offerta al pubblico abusiva*» (risposta al quesito del 25.2.2018); «*I semplici clienti non rischiano alcunché, se non aver impiegato tanto tempo a vuoto. Il problema per loro al massimo sta nel -sincero- passaparola che porta gente alla piramide*» (risposta al quesito dell'8.6.2018); «*Occorrerebbe verificare le condizioni contrattuali per poi eventualmente intentare causa per risarcimento dei danni. Sugeriamo come ovvio di lasciar perdere, anche perché tra non molto la Consob interverrà per vietare la prosecuzione dell'offerta dei cosiddetti pacchetti pubblicitari*» (risposta al quesito del 2.9.2018); «*Ancora un po' e dalla Consob, cui abbiamo segnalato l'attività di offerta dei pacchetti pubblicitari, arriveranno notizie molto diverse rispetto alle sue impressioni*» (risposta al quesito del 16.9.2018, avente il seguente contenuto «*cosa ne pensate di Amicopolis? A me sembra affidabile, con un serio progetto dietro*». Nel tenore di tali risposte la società ricorrente ravvisa una reiterata condotta diffamatoria in proprio danno, tale da recare alla propria

online a questo indirizzo: <https://www.amicopolis.com/> *Promette lauti interessi (direi spropositati) e ha già parecchi promoter che la stanno pubblicizzando in Italia*»;

lettera del 23.6.2018 (richiamata a pagina 2 dello stesso ricorso introduttivo): «*buongiorno, una domanda da un po' di tempo sono su amicopolis un sito che dice da guadagni con il proprio impegno ma bisogna fare per forza un acquisto al mese, ci sono persone che stanno guadagnando io sono all'inizio ho fatto un acquisto ieri e oggi mi hanno disabilitato l'account, strano eh!!! il supporto non esiste, se apri un ticket non rispondono se ne apro due mi bannano, hanno messo un numero verde, ma spesso il numero verde non funziona, aiuti zero nessuno che ti spiega come funziona gli utenti non rispondono mai e loro idem, vorrei denunciarli come sito sospetto che farò anche presso la polizia postale, grazie*»;

lettera del 2.9.2018: «*Sono stata bannata dal sito Amicopolis, ho chiesto spiegazioni sia tramite chiamate al numero verde del sito, sia aprendo un ticket al riguardo. Ciò che mi è stato detto e pure scritto è che Amicopolis non è tenuto a dirmi le motivazioni del ban per "motivi di sicurezza". Avrei voluto sapere il motivo quantomeno per capire cosa ho fatto di sbagliato ed eventualmente per poter porre rimedio, ma non hanno voluto sentire ragioni. Il motivo del ban non mi è stato mai detto. Questa totale mancanza di trasparenza dell'organizzazione, unitamente al fatto che mi sono sentita per così dire "presa in giro"(ogni giorno per aiutare la crescita del sito - in cui credevo -nonché per ricavare dei mini guadagni dallo stesso, ho effettuato tutte le azioni previste investendoci gran parte del mio tempo), mi ha spinto a contattarvi per capire se a tale comportamento di Amicopolis sia possibile porre rimedio in qualche maniera*».

reputazione un nocumento particolarmente grave, determinato dell'elevata diffusività delle opinioni immesse in internet.

Al fine di delimitare correttamente l'ambito del giudizio occorre svolgere alcune considerazioni in merito ai rapporti tra diffamazione ed esercizio del diritto di critica, precisando sin d'ora che tale ultima scriminante trova applicazione non soltanto nelle ipotesi di diffamazione commesse a mezzo stampa, ma anche - e sia pure con i dovuti adattamenti - con riguardo alle condotte poste in essere dal comune cittadino, al quale la Costituzione riconosce il diritto di manifestazione del proprio pensiero (Cass. pen. 31079/2017).

La giurisprudenza intervenuta in materia, ha declinato il diritto di critica in modo piuttosto articolato. Al pari del diritto di cronaca, anche il diritto di critica costituisce estrinsecazione della libertà di pensiero e, dunque, esercizio di un diritto costituzionale, da esercitare entro limiti ben determinati, al fine di non trasmodare in gratuite ed ingiustificabili aggressioni all'altrui reputazione. Un adeguato bilanciamento tra la manifestazione di un pensiero critico e la tutela della dignità personale è configurabile laddove l'opinione sia sorretta da un interesse sociale per l'argomento trattato, laddove lo stile espositivo resti contenuto entro i limiti strettamente necessari alla comunicazione del pensiero e laddove l'opinione verta su fatti veri e riscontrabili.

Nel caso in esame è indubbio che le opportunità di guadagno offerte da AmicoPolis Limited costituiscano oggetto di un interesse sociale, quantomeno con riferimento a quei soggetti potenzialmente interessati a forme di investimento o di remunerazione quali sono quelle offerte dalla società ricorrente (cfr. sul punto la citata Cass. 31079/2017²).

² «In riferimento al requisito della rilevanza sociale (che insieme con quello della continenza e della verità della notizia, è ritenuto, come si è visto, dalla giurisprudenza indispensabile perchè la condotta denigratoria sia scriminata ai sensi dell'art. 51 cod. pen.) si è osservato che esso vada parametrato all'ambito di oggettivo, potenziale interesse della notizia stessa, poichè la rilevanza della notizia non sempre è assoluta, ma a volte riferibile a un ristretto ambito nel quale la sua diffusione è funzionale al corretto svolgimento delle relazioni interpersonali e dei rapporti sociali»

Quanto allo stile espositivo, il linguaggio adottato dalla A.D.U.C. nelle proprie risposte (ossia il riferimento alla "piramide commerciale" - fattispecie espressamente prevista dall'art. 22 lettera p) del codice del consumo -, alla rilevanza penale attribuita alle condotte degli offerenti e dei promoter, nonché al prospettato intervento della Consob) risulta contenuto nei limiti di quanto strettamente necessario per veicolare ai propri utenti la propria opinione, fortemente critica, sul social network e per invitare gli utenti stessi a desistere dal frequentare il relativo sito.

Non è secondario osservare che, ai fini della sussistenza della scriminante in parola, assume un rilievo particolare il contesto in cui l'espressione denigratoria è stata proferita. Così, in diverse pronunce, la Corte di Cassazione ha escluso l'illiceità di opinioni espresse in modo sferzante nell'ambito di assemblee condominiali (qualificate come contesti altamente litigiosi) laddove si sia riscontrato che la finalità del giudizio non era meramente denigratoria, quanto piuttosto volta a trasmettere una critica sull'operato di un soggetto tramite l'utilizzo di espressioni atte a conferire efficacia al discorso e a richiamare l'attenzione degli altri condomini (Cass. pen. 31079/2017 e Cass. 5767/1998 e Cass. Sez. 5, n. 5633 del 05/12/2014 - dep. 05/02/2015, Ponti, non massimata). In definitiva, il principio enucleato dalla Suprema Corte è quello per cui *«l'espressione offensiva deve essere valutata non prima di essere calata nel contesto nel quale essa è stata pronunciata»*.

Nel caso in esame, una corretta valutazione della continenza espositiva delle opinioni espresse dalla A.D.U.C. non può non tener conto del fatto che queste risultano inserite nel sito dell'Associazione a titolo di mere risposte, o meglio di *«consigli»*³ rispetto a quesiti - anch'essi sintetici - formulati da utenti che in molti casi (e con l'eccezione della lettera del 16.9.2018), oltre ad aver fornito elementi utili alla formulazione della chiesta risposta (indicando dati e allegando i *link* riconducibili ad

³ Si noti che le pagine web in cui tali risposte sono inserite recano un banner che consente all'utente di chiedere all'ADUC ulteriori *«consigli online»*; doc. 13 di parte ricorrente.

Amicopolis) non hanno nemmeno risparmiato giudizi, anche severi, nei confronti del *social network* e della sua Società.

Tanto premesso, il lessico utilizzato dall'A.D.U.C. nelle proprie risposte deve ritenersi assolutamente contenuto, oltre che strettamente funzionale rispetto alla chiesta consulenza. La sinteticità delle risposte fornite e l'assenza di approfondimenti, se da un lato appaiono in linea con l'esigenza di offrire risposte celeri e immediatamente comprensibili agli utenti, dall'altro non denotano in sé alcuna violazione del principio della continenza espositiva.

Resta, quindi, da verificare se i giudizi in esame rispettino anche il vincolo di verità, richiesto ai fini della sussistenza dell'eccepito diritto di critica.

Al riguardo la giurisprudenza di legittimità ha precisato che nell'esercizio del diritto di critica il rispetto della verità del fatto assume un rilievo limitato, necessariamente affievolito rispetto alla diversa incidenza sul versante del diritto di cronaca, in quanto la critica, *«quale espressione di opinione meramente soggettiva, ha per sua natura carattere congetturale, che non può, per definizione, pretendersi rigorosamente obiettiva ed asettica»* (ex pluribus, Cass. pen. 2010/4938, nonché la già citata Cass. pen. 31079/2017, che richiama sul punto una pronuncia della Corte Europea dei diritti dell'uomo - Corte EDU, Sez. 2, 27/11/2012, Mengi v. Turkey, p.49 - la quale distingue tra "*giudizi di fatto*" e di "*valore*", precisando che in relazione a quest'ultimo non è possibile fornire alcuna prova, e che conseguentemente la richiesta di dimostrare la verità di un giudizio di valore comporterebbe un effetto dissuasivo sulla libertà di informazione). Addirittura, poiché il diritto di critica non ha ad oggetto la narrazione di fatti, bensì l'espressione di giudizi o, più genericamente, di opinioni (come tali necessariamente soggettive), la veridicità delle proposizioni contestate non verrebbe nemmeno in rilievo, dovendosi valutare, ai fini della sussistenza della scriminante in esame, unicamente la rilevanza sociale dell'argomento trattato e la correttezza delle espressioni utilizzate (cfr. Cass. pen. Sez. V, n. 2247/2004, richiamata da Cass. 31079/2017: *«detto diritto si differenzia da quello*

di cronaca essenzialmente in quanto il primo non si concretizza, come l'altro, nella narrazione di fatti, bensì nell'espressione di un giudizio o, più genericamente, di un'opinione che, come tale, non può pretendersi rigorosamente obiettiva, posto che la critica, per sua natura, non può che essere fondata su un'interpretazione, necessariamente soggettiva, di fatti e di comportamenti. Non si tratta, dunque, di valutare la veridicità di proposizioni assertive, per le quali possa configurarsi un onere di previo riscontro della loro rispondenza al vero, quanto piuttosto di stimare la correttezza delle espressioni usate»; cfr. anche Cass. 4031/2013, che in tema di critica politica ha riconosciuto la scriminante in parola in relazione a valutazioni e commenti tipicamente "di parte", cioè non obiettivi, a condizione non trasmodino in attacchi personali e non sconfinino nella contumelia e nella lesione della reputazione dell'avversario).

Alla luce delle predette considerazioni, i rilievi di parte ricorrente in ordine al contenuto "lapidario" delle risposte fornite e all'assenza di relative spiegazioni, non possono trovare accoglimento, dovendosi unicamente constatare, per un verso, l'evidente interesse sociale per l'argomento trattato e, sotto altro profilo, la continenza espositiva adottata dall'ADUC.

Ad ogni modo, risulterebbe fuorviante valutare le risposte dell'Associazione senza tener conto delle relative domande. Ad esempio la risposta del 25.1.2018 con cui la convenuta qualifica il *social* della ricorrente come una «*evidentissima piramide finanziaria*» prende spunto da un quesito già denso di informazioni sul *network* e sui guadagni "*molto elevati*" (compresi fra il 6 e il 10% al mese, fino a giungere in alcuni casi sino al 15%) che vengono promessi. Raffrontando simili percentuali di guadagno con quelle offerte dagli ordinari strumenti di investimento appare del tutto agevole, anche per chi abbia solo una vaga conoscenza del settore, formulare un giudizio di marcata diffidenza rispetto all'affidabilità del *social*, potendosi altresì ragionevolmente ipotizzare di essere al cospetto di una c.d. "piramide finanziaria", ossia di uno schema finanziario in cui non si effettua alcuna attività economica reale di

investimento, né diretta, né indiretta e in cui i rendimenti promessi nascono solo dall'utilizzo del denaro offerto dall'ingresso nella struttura di nuovi affiliati.

Analoghe considerazioni valgono in relazione alla risposta dell'8.6.2018, il cui riferimento alla "piramide" viene mutuato dal contenuto della lettera dell'utente, il quale a sua volta lo riprende dalla citata risposta del 25.1.2018.

Quanto alle risposte dell'A.D.U.C. ai quesiti del 25.2.2018, del 2.9.2018 e del 16.9.2018, l'evocato intervento della Consob rientra - fermo quanto già detto sulla limitata rilevanza della verità nell'esercizio del diritto di critica - nell'ambito di quella verità "putativa" o "congetturale" che caratterizza il giudizio critico. In altri termini il fatto che l'A.D.U.C. abbia ravvisato nella condotta di Amicopolis un'offerta al pubblico di prodotti finanziari in violazione della disciplina del Testo Unico Finanziario, arrivando persino a presentare un esposto alla Consob - di cui si dà atto agli utenti nella risposta del - vale a giustificare l'affermazione in merito ad un ritenuto ed imminente intervento dell' Autorità Indipendente.

La portata lesiva delle dette opinioni risulta, poi, bilanciata dalla possibilità offerta ai visitatori del sito di esprimere giudizi di segno differente, dando vita in tal modo ad un dibattito (significativo a tal proposito è il titolo indicato per le pagine web in questione: "temi caldi") che certamente arricchisce le informazioni in possesso degli utenti, in modo da favorire il prodursi di scelte consapevoli e oculate.

A fronte di tale finalità, certamente costruttiva e socialmente utile in quanto destinata ad accrescere il livello di tutela per i diritti dei consumatori, prive di pregio devono ritenersi le doglianze della società ricorrente in ordine alla presunta lesione della propria immagine.

Sul punto merita rilievo la circostanza che, a fronte delle critiche sul proprio operato e sulle concrete modalità con cui garantirebbe i prospettati guadagni, la ricorrente non ha inteso offrire, nel sito dell'A.D.U.C., alcuna dettagliata replica idonea a fugare i sospetti gravanti sul proprio network.

Piuttosto si è limitata (come riferito in udienza dallo suo legale rappresentante, Fulvio Amico) ad inserire "*commenti personali [...] relativi a valutazioni espresse su Amicopolis*", che tuttavia non risultano offrire alcuna delucidazione in ordine all'affidabilità e alla sicurezza dei servizi offerti nel social network (si rinvia ai commenti di Amicopolis alla lettera del 25.1.2018; doc. di parte ricorrente). Né vi è prova del fatto che il legale rappresentante della ricorrente abbia invitato ulteriori e più dettagliati commenti sul sito dell'A.D.U.C. e che questi siano stati successivamente cancellati. In definitiva il riferito contegno della ricorrente risulta aver certamente contribuito ad accrescere i sospetti già sollevati (anche dagli stessi utenti del sito www.aduc.it) sul proprio operato, sicché non può in alcun modo dolersi delle ripercussioni che i consigli - e i relativi "titoli" - pubblicati nel sito dell'ADUC hanno determinato alla propria immagine commerciale.

L'insussistenza del *fumus boni iuris* determina in sé l'infondatezza del ricorso cautelare, che andrà dunque rigettato, senza alcuna ulteriore indagine sul *periculum in mora*.

Al rigetto del ricorso segue la condanna alla spese di giudizio ai sensi dell'art. 91 c.p.c., secondo la liquidazione fatta in dispositivo, mentre la complessità delle questioni trattate non consente di ravvisare la sussistenza di una colpa grave della ricorrente, rilevante ai fini della chiesta condanna ex art. 96 c.p.c.

P.Q.M.

Il Giudice designato, rigetta il ricorso e condanna la società ricorrente al pagamento, in favore della resistente, delle spese di lite da questa sostenute e liquidate in complessivi € 2.500,00 per onorari, oltre i.v.a., c.p.a. e spese forfettarie come per legge.

Si comunichi a cura della Cancelleria.

Caltanissetta, 17 febbraio 2019.

Il Giudice

- Dr. Andrea Giuseppe Antonio Gilotta -