

**CORTE DI CASSAZIONE;** sezione I civile; sentenza 11 ottobre 1997, n. 9880; Pres. SENOFONTE, Est. BERRUTI, P.M. LO CASCIO (concl. conf.); Hummel International Sport & Leisure AS (Avv. NAPOLETANO, VITA SAMORY) c. Vialli (Avv. D'IPPOLITO, GATTESCHI). *Conferma App. Milano 7 giugno 1994.*

**Contratto in genere, atto e negozio giuridico — Sponsorizzazione — Nozione** (Cod. civ., art. 1322).

**Contratto in genere, atto e negozio giuridico — Sponsorizzazione — Conclusione in proprio — Soggetti legittimati — Fatti-specie** (Cod. civ., art. 1322).

**Danni in materia civile — Abusivo sfruttamento dell'immagine — Risarcimento — Commisurazione** (Cod. civ., art. 1223).

*Il contratto di sponsorizzazione comprende una serie di ipotesi nelle quali un soggetto si obbliga, dietro corrispettivo, a consentire ad altri, ordinariamente in esclusiva, l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato. (1)*

*Il contratto di sponsorizzazione può essere concluso in proprio, oltre che dal produttore industriale di una determinata merce ovvero dal titolare del diritto di marchio da veicolare, anche da un soggetto che, benché legato da un rapporto commerciale con il produttore, persegua un proprio distinto interesse commerciale (nella specie, è stata confermata la decisione di merito secondo cui nulla osta a che il distributore esclusivo per l'Italia di un determinato prodotto possa concludere per conto proprio un accordo di sponsorizzazione relativo a quel prodotto). (2)*

*Il risarcimento dovuto al soggetto di cui sia stata abusivamente sfruttata l'immagine per promuovere un determinato prodot-*

*to può essere commisurato al compenso ricevuto dal medesimo soggetto per un analogo sfruttamento consentito ad altro produttore nel medesimo periodo. (3)*

**Svolgimento del processo.** — Gian Luca Vialli, con citazione del 10 giugno 1988, conveniva davanti al Tribunale di Milano la s.p.a. Gianni Rivera e la Hummel International Sport e Leisure, società danese, chiedendo che fosse dichiarata l'avvenuta risoluzione volontaria di un rapporto di sponsorizzazione, in base al quale era stato convenuto l'utilizzo del suo nome e della sua immagine per pubblicizzare i prodotti sportivi Hummel. Chiedeva pure che le convenute fossero condannate a risarcirgli i danni che aveva subito a seguito dell'abusivo sfruttamento che era avvenuto successivamente alla risoluzione predetta.

Rimaneva contumace la s.p.a. Rivera. Si costituiva Hummel chiedendo anche in via riconvenzionale che il tribunale accertasse che l'affermata risoluzione del contratto non si era mai verificata rispetto ad essa resistente e che invece il Vialli si era reso inadempiente ai suoi obblighi, consentendo ad altra impresa di utilizzare il suo nome e la sua immagine per pubblicizzare prodotti concorrenti.

Il tribunale accoglieva la domanda dell'attore e condannava le convenute. La corte di Milano rigettava l'impugnazione di Hummel. Il secondo giudice negava che in atti vi fosse la prova della conclusione di un qualunque accordo tra Vialli ed Hummel, oltretutto tra Vialli e Rivera.

Riteneva invece, quanto a tale rapporto, sorto nel 1982, che esso si fosse risolto a seguito della lettera del Rivera a Vialli in data 19 febbraio 1988 e che Hummel pertanto non aveva alcun diritto all'uso commerciale che aveva ritenuto di fare del

(1-2) La figura della sponsorizzazione ha ormai raggiunto un notevole grado di diffusione nella prassi commerciale, estendendo a dismisura il suo ambito applicativo dal punto di vista oggettivo e soggettivo (circa la possibilità per un ente pubblico di stipulare contratti di sponsorizzazione, v. Cons. giust. amm. sic. 4 novembre 1995, n. 336, *Foro it.*, 1996, III, 466, con nota di richiami).

A questa continua espansione non ha fatto peraltro riscontro un'adeguata risposta da parte del legislatore, se si eccettuano le regole dettate dall'art. 8 l. 223/90 (successivamente modificato dalla l. 483/92) con riferimento alle sponsorizzazioni in materia radiotelevisiva (su questo tema, v., da ultimo, A. FRIGNANI-G. ROSSI, *Radiotelevisione*, voce del *Digesto civ.*, Torino, 1997, XVI, 237 ss.; G. V. BRIANTE-G. SAVORANI, *Le sponsorizzazioni, in Radiotelevisione* a cura di R. ZACCARIA, Padova, 1996, 366 ss.; per l'inutilizzabilità ai fini civilistici della definizione contenuta nella c.d. legge Mammi, v. F. PANTALEONI, *Una ipotesi per una configurazione unitaria del contratto di sponsorizzazione*, in *Foro pad.*, 1996, II, 77 ss.).

Per quanto riguarda la sponsorizzazione nel campo dello sport, la Suprema corte se ne era in passato occupata solo occasionalmente o per aspetti marginali. Dopo che, qualche anno addietro, le sezioni unite si erano imbatte nella controversia promossa da un imprenditore nei confronti di una federazione sportiva per insorgere contro il diniego di autorizzazione all'abbinamento di sponsorizzazione, affermando la giurisdizione del giudice amministrativo (Cass. 26 ottobre 1989, n. 4399, *Foro it.*, 1990, I, 899, con osservazioni di G. CATALANO, *Ordinamento sportivo e sindacabilità: le sezioni unite sul «parquet»*, e *Giur. it.*, 1990, I, 1, 1282, con nota di G. CANALE, *L'interesse dello «sponsor» per l'attività agonistica (contratto di sponsorizzazione e apparizione di una nuova figura soggettiva nella federazione sportiva)*), la Cassazione ha recentemente sancito l'assoggettabilità all'imposta sugli spettacoli dei proventi di sponsorizzazione per manifestazioni sportive (si vedano le due pronunce conformi rese in data 19 gennaio 1996, nn. 428 e 429; la prima è riprodotta in *Foro it.*, 1996, I, 498; *Tributi*, 1996, 1003, con nota di C. GRIMALDI; *Bollettino trib.*, 1996, 485, con nota di F. BENINCASA, *Brevi note sull'imponibilità ai fini dell'imposta sugli spettacoli dei corrispettivi derivanti dalla cessione dei diritti di ripresa radiotelevisiva e dalle sponsorizzazioni*; *Riv. dir. trib.*, 1997, II, 64, con nota di S. SIRACUSA, *Il concorso alle spese pubbliche in ragione della «capacità contributiva altrui» nell'imposta sugli spettacoli: a proposito della pretesa di includere nella base imponibile i proventi da sponsorizzazione e da cessione dei diritti di ripresa radiotelevisiva incassati dall'organizzatore*; *Dir. autore*, 1997, 351, con nota di O. CAROSONE, *Spettacoli, imposte, contributi e contribuenti*; la seconda è massimata in *Foro it.*, Rep. 1996, voce *Spettacoli* (imposta), n. 6, ed è riportata per esteso in *Giur. imp.*, 1996, 294, con nota di P. AGNESI-M. SERPIERI, *Base imponibile dell'imposta sugli spettacoli*; *Corriere trib.*, 1996, 720, con nota di F. NAPOLITANO; in argomento, cfr., altresì, *Trib. Roma* 5 luglio 1994, *Foro it.*, Rep. 1996, voce cit., n. 7, e *Riv. dir. sport.*, 1996, 105, con nota di M. ANNECCHINO, nonché lo scritto di G. MARINI-G. PATRIZI, *Imposta sugli spettacoli e proventi da sponsorizzazioni e da*

*cessioni di diritti radiotelevisivi percepiti dalle società sportive di calcio*, in *Fisco*, 1996, 10384).

Per la prima volta, dunque, i giudici di legittimità sono stati chiamati ad affrontare problemi di chiara impronta civilistica: definizione e natura giuridica del contratto di sponsorizzazione, patrimonialità delle obbligazioni assunte, soggetti che possono assumere la qualità di parte del rapporto (rispetto a tale profilo, determinante ai fini della decisione del caso esaminato dalla sentenza in epigrafe, è stata ipotizzata da G. NANNI, *Osservazioni sul titolo di «sponsor» come valore*, in *Riv. dir. sport.*, 1992, 40, una scissione tra qualità di parte del contratto di sponsorizzazione e titolarità dello status di sponsor). La maggior parte delle risposte fornite dal Supremo collegio, le quali hanno più che altro valore di *obiter dicta*, si rivelano influenzate dalla copiosa elaborazione dottrinale in materia (v., tra i contributi degli ultimi anni, I. PEDRAZZOLI, *Il contratto di sponsorizzazione*, in *Dir. economia*, 1995, 251; R. ROSSOTTO-C. ELESTICI, *I contratti di pubblicità. Il contratto di agenzia. Il contratto di sponsorizzazione*, Milano, 1994; S. PICCININI, *Sponsorizzazione, tra onerosità e gratuità*, in *Rass. dir. civ.*, 1993, 794; G. VIDIRI, *Società sportive e contratti di sponsorizzazione*, in *Giur. it.*, 1993, IV, 419; V. AMATO, *Sponsorizzazione*, voce dell'*Enciclopedia giuridica Treccani*, Roma, 1993, XXX; M. BIANCA, *Sponsorizzazione e diritti della personalità*, in *Riv. dir. sport.*, 1992, 3; R. SIMONE, *Sponsorizzazione e autonomia contrattuale: il lato nascosto di un contratto nuovo*, *ibid.*, 42; P. TESTA, *Obblighi dello «sponsee», diligenza e buona fede*, in *Dir. informazione e informatica*, 1991, 894), ma rivelano comunque un certo disagio nell'accostarsi a fenomeni non compiutamente disciplinati dalla legge (per un approfondimento delle problematiche sottese alla pronuncia qui riportata, si rinvia alle considerazioni espresse a margine di tale decisione da A. MOLITERNI, in *Riv. dir. sport.*, 1997, fasc. 4).

(3) Nel ragionamento della Suprema corte, la quantificazione del risarcimento per la violazione del *right of publicity* (problema che, nella generalità dei casi, si presenta di non agevole risoluzione) trova un valido parametro di riferimento nei valori correnti di mercato, desumibili dalla remunerazione effettivamente conseguita da altro imprenditore come corrispettivo per la concessione dello sfruttamento della propria immagine; secondo App. Milano 10 maggio 1996, *Foro it.*, Rep. 1996, voce *Persona fisica*, n. 44, e *Dir. autore*, 1996, 322, nel caso di sfruttamento dell'immagine di un personaggio noto di là dei termini negozialmente pattuiti, va corrisposto un ulteriore compenso, da determinarsi, oltre che in base a criteri oggettivi, anche tenendo conto della maggiore notorietà acquisita dal personaggio stesso. Per una rassegna della giurisprudenza in materia, v. E. BORRELLI, *La quantificazione del danno per violazione del «right of publicity»*, in *Danno e resp.*, 1996, 166 ss.

Sull'abusivo sfruttamento dell'immagine altrui, cfr., da ultimo, Cass. 10 giugno 1997, n. 5175, *Foro it.*, 1997, I, 2920, con osservazioni di M. CHIAROLLA, e *Danno e resp.*, 1997, 579, con nota di V. CARBONE. Per una panoramica ad ampio raggio sull'argomento, v. L. ALBERTINI, *L'abusivo sfruttamento commerciale (in particolare come marchio) del nome e dell'immagine altrui*, in *Giust. civ.*, 1997, II, 479 ss.

nome e dell'immagine dell'attore. La corte quindi liquidava al Vialli i danni conseguenti a tale abusiva utilizzazione, adoperando come parametro di valutazione i compensi che questi aveva ricevuto nello stesso periodo per lo sfruttamento che aveva consentito ad altra impresa, concorrente di Hummel.

La M.S. af. 20/9 1993 AS, già Hummel International Sport e Leisure ricorre con sei motivi. Resiste con controricorso Vialli.

**Motivi della decisione.** — 1. - Con il primo motivo di ricorso Hummel lamenta la violazione degli art. 1326 *bis* ss. e 1433 c.c. Sostiene che la corte di merito ha negato l'esistenza della prova di un accordo di sponsorizzazione tra essa ricorrente e Vialli, perché, movendo da premesse giuridiche inesatte, non ha rilevato che un tale rapporto può formarsi anche per il tramite di un terzo ausiliario dello *sponsor*, che contratta con lo sponsorizzato. La corte pertanto ha tratto dalla constatazione per la quale i contatti furono sempre tenuti tra Rivera e Vialli, una conclusione errata, la quale, tra l'altro, dimentica che il contenuto dell'accordo non poteva che risalire alla volontà di Hummel.

1b. - Con la seconda doglianza, che è connessa alla prima e deve pertanto essere esaminata insieme, la ricorrente lamenta la contraddittorietà della motivazione laddove la corte di merito, dopo avere negato l'accordo tra Hummel e Vialli ha poi ritenuto che Hummel abbia abusivamente sfruttato l'immagine di Vialli solo a decorrere dal momento nel quale Rivera dichiarò di voler uscire dal rapporto, non essendo più rappresentante esclusiva per l'Italia dei prodotti Hummel.

2. - Osserva la corte che il cosiddetto contratto di sponsorizzazione, figura non specificamente disciplinata dalla legge, comprende una serie di ipotesi nelle quali comunque si ha che un soggetto, detto sponsorizzato, ovvero secondo la terminologia anglosassone, *sponsee*, si obbliga a consentire ad altri l'uso della propria immagine pubblica ed il proprio nome per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato, dietro corrispettivo. L'uso di tale immagine pubblica può prevedere che lo *sponsee* tenga anche determinati comportamenti di testimonianza in favore del marchio o del prodotto oggetto della veicolazione commerciale.

La pratica ha evidenziato nel mondo dello sport, in ragione della caratteristica notorietà dei suoi esponenti, una serie di fattispecie che realizzano il predetto schema. Comune a tali ipotesi è l'abbinamento che un campione sportivo, oppure un club sportivo, realizzano legando la propria immagine ad uno specifico produttore o ad uno specifico prodotto.

È opinione pressoché unanime in dottrina, condivisa dal collegio, quella della piena patrimonialità ai sensi dell'art. 1174 c.c., di una tale obbligazione, rectius dell'oggetto di siffatta obbligazione, perché una tale commercializzazione del nome e dell'immagine personale si è affermata nel costume sociale, fino a divenire una possibilità commerciale del tutto normale. Tant'è che, come questa Suprema corte ha avuto modo di precisare, i compensi di tali attività di sponsorizzazione compongono l'imponibile di una società sportiva (Cass. n. 429 del 1996, *Foro it.*, 1996, voce *Spettacoli* (imposte), n. 6). Quale che sia peraltro la natura giuridica del contratto in questione, problema che esula dall'economia del giudizio che ne occupa, nel suo contenuto appare ordinariamente la previsione di un'esclusiva, ovvero dell'obbligo per le parti contraenti di non consentire, anche per un certo tempo dopo della cessazione del rapporto, almeno all'interno del medesimo comparto commerciale, analoga veicolazione.

3. - Osserva ancora la corte che le cennate linee generali non fanno emergere che un contratto di sponsorizzazione debba indefettibilmente essere concluso da uno *sponsor*, il quale sia il produttore industriale di una determinata merce, ovvero dal titolare del diritto di marchio da veicolare, ben potendo il requisito della patrimonialità dell'obbligazione di cui innanzi si è detto sussistere in presenza di un contratto nel quale contraente *sponsor* sia altro soggetto, che tragga utilità dallo sfruttamento dell'immagine in questione effettuata allo scopo di veicolare un certo prodotto, ancorché diverso sia l'organizzatore della relativa produzione. Come accade quando uno *sponsor* è il rappresentante, ovvero il distributore del prodotto, in qual'ambito di mercato nel quale la veicolazione deve agire. Pertanto, mentre è possibile, come ritiene la ricorrente, che un contratto di sponsorizzazione venga concluso tra produttore e soggetto cedente l'uso dell'immagine per il tramite di un ausiliario del primo,

non è tuttavia affatto escluso che il rapporto possa sorgere validamente tra un soggetto che benché legato da un rapporto commerciale con il produttore persegua un proprio distinto interesse commerciale. Cosicché, quando, come nel caso di specie, il distributore esclusivo per l'Italia di un certo prodotto conclude un accordo di sponsorizzazione per quel prodotto, dalla sua relazione di affari con il produttore, e dal fatto che anche questi trae vantaggio dalla maggiore penetrazione presso i consumatori del suo marchio, non può affatto trarsi una qualità di contraente per conto altrui. Questa qualità, se mai, va accertata in fatto. E nel giudizio che ne occupa l'accertamento è stato incensurabilmente compiuto dal giudice del merito, ed il suo risultato è stata l'esclusione di una tale qualità soggettiva del contraente Rivera.

4. - La sentenza impugnata ha escluso la sussistenza di un contratto tra Hummel e Vialli. Anzi, essa ha rilevato che Hummel ebbe a contattare Vialli direttamente solo dopo dell'interruzione del rapporto con Rivera il quale rimane, secondo la corte stessa, l'unico dato certo della vicenda. Dal suo canto Hummel oggi non allega la dimenticanza, da parte del giudice del merito, di circostanze di fatto dalle quali si possa dedurre la prova di un qualche ruolo di intermediazione negoziale da parte di Rivera. Hummel piuttosto interpreta le lettere inviate a Vialli diversamente da come le interpreta il giudice del merito, in conseguenza di una sorta di indimostrato postulato per il quale, come si è detto, Rivera, in quanto ausiliario del produttore, non poteva che contrattare per conto di questi. Mentre una tale conclusione andava dimostrata da Hummel medesima. Non vi è pertanto alcuna contraddizione nel fatto che la sentenza impugnata ha ritenuto abusiva la veicolazione del prodotto Hummel attraverso l'immagine di Vialli, a decorrere dall'uscita dal contratto di Rivera, perché solo Rivera era legittimato allo sfruttamento in questione. Il contratto di sponsorizzazione, secondo la ricostruzione della sentenza impugnata, fu concluso tra Vialli e Rivera, ed il vantaggio che ne traeva Hummel era del tutto fisiologico alla commercializzazione che il distributore ne effettuava.

4a) Non sussistono dunque le lamentate violazioni di legge le quali in realtà tendono ad introdurre un riesame dei fatti di causa, il cui accertamento invece in quanto adeguatamente motivato non è censurabile in questa sede.

5. - Il terzo motivo con il quale la ricorrente lamenta che erroneamente la corte di merito ha ritenuto decisiva in ordine alla definizione della struttura del contratto di sponsorizzazione la circostanza della sua stipulazione tra Rivera e Vialli, risulta assorbita dalla trattazione dei due motivi che precedono.

6. - Il quarto e quinto motivo lamentano la violazione della legge, e la mancanza, o la insufficienza, della motivazione in ordine al rigetto della domanda di risarcimento dei danni avanzata da Hummel anche sotto il profilo di una responsabilità precontrattuale di Vialli, il quale avrebbe contrattato con un terzo imprenditore mentre erano in corso trattative con essa Hummel.

I motivi sono infondati. L'affermata responsabilità di Hummel sulla base dell'abusività dello sfruttamento del nome e della immagine di Vialli ha condotto il giudice del merito a ritenere legittimo che Vialli cedesse ad altri i diritti in questione. Il tentativo della ricorrente di far apparire come contrattazione, rispetto alla quale quindi far operare i principi della responsabilità precontrattuale, quella che invece era, nella ricostruzione del giudice del merito di cui si è detto, il primo contatto diretto tra gli odierni contendenti, nel quale Hummel tentava di rivendicare la qualità di diretta contraente di Vialli, e dunque di creditore delle prestazioni che competono al soggetto sponsorizzato, è anch'esso rivolto ad inammissibile riesame del fatto.

7. - Con il sesto motivo Hummel lamenta la violazione dell'art. 1223 c.c., ed ancora la contraddittorietà della sentenza impugnata. Sostiene che erroneamente si è fatto ricorso, per quantificare il danno che Vialli avrebbe ricevuto, al parametro costituito dal compenso ricevuto dal medesimo da altro produttore per analoga obbligazione. In tal modo, la corte di merito avrebbe risarcito un danno inesistente ovvero avrebbe consentito a Vialli di ottenere due compensi per il medesimo sfruttamento.

Il motivo è infondato. Il ricorrente dimentica che lo sfruttamento abusivo in questione costituisce danno di natura extracontrattuale e dunque titolo autonomo rispetto a quello con-

trattuale, che a suo dire sarebbe incompatibile. Viali ha lamentato un danno conseguente all'uso non autorizzato della sua immagine. La corte ha ritenuto di quantificarlo con riferimento al valore di mercato dell'uso stesso, dedotto in concreto da quanto egli potesse percepire per analogo sfruttamento nello stesso periodo. La motivazione sul punto non fa emergere alcun vizio censurabile in questa sede.

8. - Il ricorso deve essere rigettato.

gnia assicuratrice dell'auto del Santarelli, ed agiva per il ristoro dei propri danni.

Le cause erano riunite, istruite e decise con sentenza depositata il 6 febbraio 1993. Il tribunale, malgrado la riunione, esaminava separatamente le due cause, e quanto alla prima (domanda del Fortuna contro i conducenti delle auto) dichiarava entrambi i conducenti responsabili del sinistro.

Procedeva quindi alla valutazione delle voci di danno in favore del Fortuna, detraeva gli acconti, procedeva alla rivalutazione ed al computo degli interessi. Peraltro, la statuizione di condanna in solido era emessa nei confronti degli originari convenuti e non anche nei confronti dell'assicuratrice, in quanto, all'epoca dei fatti, non era obbligatoriamente coperto il rischio del terzo trasportato.

Quanto alla domanda proposta dal danneggiato Del Bianco, contro il Saltarelli e la Sai, il tribunale, valutate le risultanze probatorie, attribuiva al De Bianco la prevalente responsabilità del sinistro (nella misura dell'ottanta per cento) ed indicava il riparto delle responsabilità nei rapporti interni tra i danneggiati per le somme dovute al Fortuna, liquidava il danno ricevuto dal Del Bianco entro il limite del venti per cento riferibile alla responsabilità del Saltarelli.

La decisione era impugnata dal Fortuna, che assumeva di surrogarsi al Del Bianco, con due motivi di gravame, riguardanti uno l'*an* (con richiesta di esclusione della responsabilità del Saltarelli) e l'altro il *quantum*, con richiesta di rivalutazione del massimale Sai per la *mala gestio* e di computare gli interessi sul massimale rivalutato.

Si costituiva il Del Bianco, facendo proprio l'appello in surrogatoria del Fortuna; detto atto era inteso dai giudici di appello come appello incidentale; il Saltarelli, che aderiva alle richieste del Fortuna di condanna della Sai alla rivalutazione del massimale e delle somme rivalutate per la mala gestione della lite; la Sai che chiedeva il rigetto delle nuove domande e proponeva appello incidentale, nel senso dell'esclusione della responsabilità del proprio assicurato, e sul punto del risarcimento del danno al Fortuna, ritenuto eccessivo.

Con sentenza (depositata il 27 novembre 1995) la Corte di appello di Ancona così decideva:

- 1) dichiara inammissibile l'appello del Fortuna;
- 2) rigetta gli altri appelli, confermando integralmente la sentenza impugnata;
- 3) compensa tra le parti le spese del grado.

Per quanto qui ancora interessa la corte territoriale precisava: 1) che l'appello proposto dal Fortuna era inammissibile in quanto, successivamente il surrogato (Del Bianco) aveva proposto impugnazione incidentale che assorbiva e superava l'impugnazione del surrogante, facendo venir meno la sua legittimazione straordinaria *ad litem*;

2) che per l'*an debeat*, la valutazione della dinamica dei fatti e delle relative condotte dei conducenti, evidenziava la maggiore responsabilità del Del Bianco (pari all'ottanta per cento) e la minore del Santarelli (in eccesso di velocità);

3) che l'appello del Del Bianco e del Saltarelli circa la mancata rivalutazione del massimale Sai ed il computo degli interessi sul totale rivalutato era inammissibile in quanto basato su domande nuove ed anche sul rilievo del giudicato interno, non avendo il Del Bianco appellato l'estromissione della Sai in relazione alle pretese del Fortuna.

Contro la decisione ricorre il Fortuna, in surroga del Santarelli e in surroga del Del Bianco. Resiste la Sai con controricorso. Il Del Bianco ed il Santarelli non hanno svolto difese. La Sai ha prodotto memoria.

*Motivi della decisione.* — Premesso che la riunione dei procedimenti per cause connesse (art. 274 c.p.c.) lascia immutata l'autonomia dei singoli giudizi e la posizione delle parti in ciascuno di essi (conf. Cass. 14 marzo 1992 n. 3164, *Foro it.*, Rep. 1992, voce *Lavoro e previdenza* (controverse), n. 202; 7 settembre 1991, n. 9430, *id.*, Rep. 1991, voce *Procedimento civile*, n. 122, tra le tante), occorre, per chiarezza, esaminare il *petitum* e la *causa petendi* delle due liti riunite, per poi valutare la posizione del Fortuna (danneggiato, terzo trasportato) che ha agito (con citazione 8 novembre 1978) esclusivamente nei confronti dei conducenti proprietari delle auto. La seconda lite ha infatti come attore altro danneggiato (il Del Bianco) che agisce contro il Santarelli e l'assicuratrice del medesimo, società Sai, per il proprio danno. A questa lite il Fortuna è estraneo.

**CORTE DI CASSAZIONE**; sezione III civile; sentenza 7 ottobre 1997, n. 9747; Pres. DUVA, Est. PETTI, P.M. CENICCOLA (concl. conf.); Fortuna (Avv. DEL VECCHIO, GRIFI, GUIDONI) c. Soc. Sai (Avv. VILLA, PACIARONI) e altri. *Dichiara inammissibile ricorso avverso App. Ancona 27 novembre 1995.*

**Surrogatoria (azione) — Ricorso per cassazione — Esercizio da parte del surrogante — Inammissibilità — Fattispecie** (Cod. civ., art. 2900; cod. proc. civ., art. 345).

*È inammissibile il ricorso in Cassazione proposto dal terzo trasportato e danneggiato in surrogazione del proprietario conducente, obbligato solidale al risarcimento, nei confronti della società assicuratrice. (1)*

*Svolgimento del processo.* — Con citazione (8 novembre 1978) Fortuna Luigi, nella veste di terzo trasportato e danneggiato, conveniva, dinanzi al Tribunale di Macerata, Santarelli Alberto, quale proprietario conducente dell'auto su cui viaggiava, e Del Bianco Albino, quale proprietario conducente dell'auto antagonista, e ne chiedeva la condanna in solido al risarcimento dei danni personali e patrimoniali, conseguenti all'incidente avvenuto il 21 dicembre 1973 in Magliano, allorché le due vetture si erano scontrate.

I convenuti si costituivano e contestavano il fondamento delle pretese.

Con successiva citazione (del 27 aprile 1979) Del Bianco Albino, a sua volta danneggiato nell'incidente sopraddetto, conveniva dinanzi al medesimo tribunale il Santarelli e la Sai, compa-

(1) Esattamente in termini, ambedue citate in motivazione, Cass. 14 marzo 1962, n. 505, *Foro it.*, Rep. 1962, voce *Surrogazione del creditore*, n. 4, e *Giust. civ.*, 1962, I, 1292, con nota di G. LAZZARO, *Inammissibilità del ricorso per cassazione proposto da creditore impugnante in surrogazione del proprio debitore*; nonché Cass. 25 giugno 1957, n. 447, *Foro it.*, Rep. 1957, voce *Fallimento*, n. 190.

Nella sentenza in epigrafe, la Cassazione ha ritenuto inammissibile ricorso in Cassazione, proposto dal terzo trasportato e danneggiato in surrogazione del proprietario conducente, obbligato solidale al risarcimento nei confronti della società assicuratrice, così come ha ritenuto inammissibile la reiterazione dell'azione in surroga dell'altro obbligato, quanto successivamente il surrogato aveva proposto impugnazione incidentale, che assorbiva e superava l'impugnazione del surrogante, facendo venire meno la legittimazione straordinaria alla lite.

Il Supremo collegio ha ritenuto non rientrare nei limiti strutturali funzionali del giudizio di cassazione, che, ad eccezione della modifica dell'art. 384 c.p.c. novellato dalla l. 353/90, non dà luogo ad una nuova valutazione del merito, l'accertamento dell'esistenza dei presupposti fatto che legittimano la sostituzione del creditore nei diritti e nelle azioni del proprio debitore, non esaurendosi la surrogazione nella mera sostituzione processuale, ex art. 81 c.p.c.

Da ultimo, v., sull'esercizio ex art. 2900 c.c. dell'azione nascente dal contratto preliminare, Cass. 8 gennaio 1996, n. 51, *id.*, 1996, I, 880, n. nota di G. LA ROCCA, *L'esercizio in via surrogatoria del diritto scende da contratto preliminare: profili problematici.*

V., altresì, Corte cost. 24 ottobre 1995, n. 446, *ibid.*, 21, con nota F. CARINGELLA, *Criterio di sussidiarietà e legittimazione surrogatoria nell'esercizio dell'«actio de in rem verso» nei confronti della pubblica amministrazione.*