

Pubblicato il 07/02/2024

N. 01273/2024REG.PROV.COLL.
N. 05907/2022 REG.RIC.



R E P U B B L I C A I T A L I A N A

IN NOME DEL POPOLO ITALIANO

Il Consiglio di Stato

in sede giurisdizionale (Sezione Sesta)

ha pronunciato la presente

SENTENZA

sul ricorso numero di registro generale 5907 del 2022, proposto da

..., in persona del legale rappresentante pro tempore,
rappresentata e difesa dall'avvocato *[nome]*, con domicilio
digitale come da PEC da Registri di Giustizia e domicilio eletto presso il
suo studio in Roma, via Francesco Denza, 3;

contro

Autorita' Garante della Concorrenza e del Mercato, in persona del legale
rappresentante pro tempore, rappresentata e difesa dall'Avvocatura
Generale dello Stato, domiciliataria ex lege in Roma, via dei Portoghesi,
12;

nei confronti

Ministero della Difesa, in persona del legale rappresentante pro tempore,
rappresentato e difeso dall'Avvocatura Generale dello Stato,
domiciliataria ex lege in Roma, via dei Portoghesi, 12;

per la riforma

della sentenza del Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Sezione Prima) n. 08775/2022, resa tra le parti, recante il rigetto del ricorso teso all'annullamento della delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) adottata nell'Adunanza del 14.9.2016 nella parte in cui:

- ha accertato che la pratica commerciale descritta al punto II del provvedimento e posta in essere da [] è scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, co. 1, lett. f), del Codice del consumo;
- ne ha vietato la diffusione o continuazione;
- ha irrogato una sanzione amministrativa pecuniaria di € 5.000,00, nonché, di ogni successivo atto e/o provvedimento, connesso, consequenziale o presupposto e comunque lesivo dell'interesse della ricorrente allo svolgimento dell'attività editoriale.

Visti il ricorso in appello e i relativi allegati;

Visti gli atti di costituzione in giudizio del Ministero della Difesa e dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato;

Visti tutti gli atti della causa;

Relatore nell'udienza pubblica del giorno 31 maggio 2023 il Cons. Ulrike Lobis e uditi per le parti gli avvocati come da verbale;

Ritenuto e considerato in fatto e diritto quanto segue.

FATTO e DIRITTO

1. Con il ricorso in esame la soc. [] ha impugnato la sentenza del Tar Lazio- Sezione Prima Stralcio n. 8775/2022 del 27.6.2022 concernente il rigetto del gravame proposto per ottenere l'annullamento:

- della delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) adottata nell'Adunanza del 14.9.2016 nella parte in cui: (i) ha accertato che la pratica commerciale descritta al punto II del provvedimento posta in essere da ... Srl è scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, co. 1, lett. f), del Codice del consumo; (ii) ne ha vietato la diffusione o continuazione; (iii) ha irrogato una sanzione amministrativa pecuniaria di € 5.000,00.

1.1. In particolare, la pratica commerciale sanzionata è consistita nella promozione, anche attraverso i siti internet www.edizione.it, www.carabinieri.it e www.carabinieri.it de “La ...”, nel corso della quale la ricorrente ha utilizzato riferimenti suscettibili di ingenerare nei consumatori la convinzione di acquistare un prodotto editoriale di diretta emanazione dell’Arma dei Carabinieri o da quest’ultima accreditato, sebbene la ricorrente fosse in realtà una società privata.

1.2. Con il ricorso al Tar l’odierna parte appellante ha proposto i seguenti motivi di impugnazione:

1. Violazione degli artt. 20 e 21 co. 1 lett. f) del Codice del Consumo con riferimento all’art. 21 e 39 Cost. Eccesso di potere per travisamento dei fatti ed erroneità dei presupposti ed insufficiente attività istruttoria.

2. Eccesso di potere per ingiustizia manifesta e per violazione dei principi di affidamento e buona fede e per insussistenza dell’effetto sviante in ragione della consolidata esistenza della rivista.

1.3. All’esito del giudizio di prime cure il Tar ha respinto il ricorso in quanto:

- l’Autorità ha dimostrato, con richiamo a specifiche risultanze istruttorie, che la rivista nella diffusione della quale è consistito l’illecito,

- sebbene abbia ad oggetto temi connessi all'attività dei Carabinieri, non è affatto rivolta “*principalmente al personale militarizzato*”;
- il provvedimento (in particolare punti 21 e 48) ha evidenziato che le stesse pagine internet dedicate alla pubblicità del periodico prevedono diversi tipi di sottoscrizione di abbonamenti (da parte di militari, ma anche di civili), così che resta confermato il fatto che la rivista era rivolta a un pubblico diversificato e non composto esclusivamente di “*addetti ai lavori*”;
 - l'attività promozionale svolta dalla ricorrente mediante i siti internet ad essa riconducibili, essendo diretta ad un pubblico di consumatori indifferenziati, ha effettivamente fornito informazioni non sufficienti, per il consumatore medio, in ordine al prodotto o al servizio oggetto di promozione pubblicitaria, ingenerando, in consumatori non specializzati né particolarmente esperti, l'idea di un carattere istituzionale della rivista e la riconducibilità diretta della stessa all'Arma dei Carabinieri;
 - i riferimenti alla dicitura Unac – Onlus, non solo sono privi (rispetto ad altre parole ed espressioni utilizzate e tali da evocare un collegamento istituzionale con l'Arma dei Carabinieri) di pari evidenza grafica, ma sono anche di minor immediata decifrabilità, tanto più alla luce del fatto che la parola sindacato (che si trova sulla sola copertina) non è affatto collegata alla sigla “*Unac Onlus*”;
 - la sigla “*Unac Onlus*” è sostanzialmente priva di notorietà (e, dunque, di riconoscibilità) e la stessa compare (nella copertina o nella pagina sommario) o priva di esplicitazioni volte a chiarire la natura del soggetto oppure come corrispondente all'espressione “Unione Nazionale Arma Carabinieri”, a sua volta fortemente evocativa di una valenza istituzionale del soggetto, la natura sindacale del quale richiederebbe, da parte del lettore medio, un'indagine extratestuale;

- nessun effetto sul procedimento in esame spiega il riconoscimento del marchio da parte del Mise, in quanto, per costante orientamento in materia, l'eventuale conformità di una pratica commerciale a una specifica normativa di settore non esonera il professionista dal porre in essere quegli ulteriori accorgimenti che, sebbene non espressamente prescritti dalla regolazione, derivano da un più generale canone di diligenza professionale o di buona fede;
- la frase *“unico mezzo informativo e libero a disposizione per il proprio lavoro e costante aggiornamento professionale, di tutti i 110 mila uomini operativi dell'Arma dei Carabinieri”* enfatizza, con superiore evidenza rispetto all'utilizzo dell'aggettivo *“libero”*, l'*“unicità”* della rivista quale strumento per il costante aggiornamento dei 110 mila uomini appartenenti all'Arma;
- con riferimento all'invocato *“preuso”*, consolidati principi giurisprudenziali in materia di affidamento rilevano l'insufficienza del mero decorso del termine a legittimare una condotta oggettivamente *contra jus*;
- la giurisprudenza ha ulteriormente precisato, con particolare riferimento alla materia delle pratiche commerciali scorrette, che la violazione del legittimo affidamento potrebbe profilarsi soltanto nel caso (qui non ricorrente) in cui siano state fornite all'interessato assicurazioni precise, incondizionate e concordanti, provenienti da fonti autorizzate ed affidabili dell'amministrazione, e che tali assicurazioni siano state idonee a generare fondate aspettative nel soggetto cui erano rivolte e che siano conformi alla disciplina applicabile.

2. Avverso la sentenza di primo grado parte appellante ha formulato i seguenti motivi:

(1) Error in iudicando nella parte in cui non è stata rinvenuta la violazione degli artt. 20 e 21 co. 1 lett. f) del Codice del Consumo con riferimento all'art. 21 e 39

Cost. e l'eccesso di potere per travisamento dei fatti, erroneità dei presupposti ed insufficiente attività istruttoria.

(2) Error in iudicando nella parte in cui non è stato rilevato l'eccesso di potere per ingiustizia manifesta, per violazione dei principi di affidamento e buona fede e per insussistenza dell'effetto sviante in ragione della consolidata esistenza della rivista.

2.1. Si sono costituiti l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e il Ministero della difesa con atto depositato il 22.07.2022 per resistere all'appello.

2.2. In vista dell'udienza di discussione nel merito entrambe le parti hanno depositato memorie difensive.

In particolare, le amministrazioni appellate, hanno contestato la fondatezza dell'appello in quanto:

- ... non costituirebbe un'associazione legittimata ad operare quale associazione professionale a carattere sindacale tra militari, in quanto non riunirebbe i requisiti previsti dalla sentenza n. 120/2018 della Corte Costituzionale e dalle disposizioni legislative e regolamentari vigenti, in primis la legge 28 aprile 2022, n. 46;
- l'ingannevolezza della condotta posta in essere dal Sindacato ... , che apponendo accanto alla "*fiamma*" la dicitura "SINDACATO CARABINIERI" e presentandosi quale soggetto legittimato a far uso di simboli, emblemi e denominazioni dell'Arma dei Carabinieri, sarebbe in grado di indurre il consumatore a ritenere erroneamente che "*La Rivista dell'Arma*" costituisca una pubblicazione proveniente direttamente dall'Arma dei carabinieri o da quest'ultima accreditata;
- "*La Rivista dell'Arma*", sia nella versione cartacea sia nella versione *online*, riporta sulla propria copertina due fiamme stilizzate, che fuoriescono da una bombarda circolare, del tutto simili alla fiamma stilizzata dei Carabinieri. Il suindicato logo e la denominazione

“*Carabinieri*” e/o “*Carabiniere*” sono inoltre riportati sui siti www.carabinieri.it e www.arma.it. I loghi riportati su “*La Rivista dell’Arma*”, come sopra descritti, risultano sì registrati presso l’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, ma la registrazione sarebbe avvenuta in violazione dell’art. 10 del D.Lgs. n. 30/2005 (cd. “Codice della Proprietà Industriale”), atteso che l’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) non ha mai interessato l’Arma nel corso di tale procedura;

- il consumatore/utente medio sarebbe facilmente indotto a ritenere che si tratti di iniziative di diretta derivazione dell’Arma dei Carabinieri, atteso che graficamente i termini “ARMA” e “CARABINIERI” sono spesso riprodotti a caratteri cubitali rispetto alle parole associate, tali da assumere immediata visibilità e preponderanza rispetto alla sigla UNAC, nelle sue varie denominazioni;

- l’Associazione, nelle sue diverse articolazioni, non si limiterebbe a svolgere attività sindacale ma fornirebbe anche servizi di natura commerciale, nonché nel campo sociale e del volontariato; ne deriverebbe che il periodico in esame, quale strumento di propaganda delle attività sopraindicate, è rivolto ad un pubblico diversificato e non composto solo dal personale “*militarizzato*”, come sostenuto dalla parte appellante;

- l’Arma dei carabinieri ha il diritto all’uso esclusivo delle proprie denominazioni, stemmi, emblemi ed ogni altro segno distintivo, tutelato in ambito nazionale dall’art. 300 del D.Lgs. 15 marzo 2010 n. 66 “*Codice dell’Ordinamento Militare*” e dal decreto del Ministro della Difesa 26 luglio 2012, n. 162, che individua dettagliatamente i nomi e i simboli oggetto di tale tutela;

- la rivista dell’Arma denominata “*Il Carabiniere*”, iscritta dal 24.06.1948 al n. 173 del Registro della Stampa del Tribunale di Roma, assolverebbe

una funzione di comunicazione istituzionale attraverso la promozione/diffusione dei valori militari a cui si ispirano l'Arma ed il suo personale. Editto dal 1948, è gestito e prodotto dal 1975 in via esclusiva dall'Ente Editoriale per l'Arma dei Carabinieri, fondazione di natura privata con sede a Roma, istituita con D.P.R. del 10.02.1975 posta sotto l'alta vigilanza del Ministero della Difesa, i cui membri del Consiglio di Amministrazione sono nominati dal Ministro della Difesa su proposta del Comandante Generale e con incarico a titolo gratuito.

Nella memoria difensiva depositata il 15.5.2023, parte appellante si è opposta alla produzione documentale operata in data 9.5.2023 dal Ministero della Difesa, in quanto ritenuta violativa del divieto dei nova in appello e chiedeva che ne sia disposto lo stralcio ai sensi dell'art. 104, co. 2, c.p.a., stante l'assenza di apposita e preventiva richiesta autorizzativa da parte dell'adito Collegio.

2.3. All'udienza del 31.5.2023 la causa è stata trattenuta in decisione.

3. Per quanto riguarda il deposito dei documenti effettuato dal Ministero il 9.5.2023 il Collegio, previo attento controllo dei documenti depositati dal Ministero in primo grado, rileva che, per quanto riguarda gli allegati da 01 a 08, da 14 a 19 e da 22 a 26, essi corrispondono ai documenti depositati dal Ministero già in primo grado il 06.05.2022.

Il documento all. 9, che riguarda la sentenza del Giudice del lavoro di Bari n. 2119/2022 depositata il 8.7.2022, è successivo alla data della sentenza qui impugnata, depositata il 27.06.2022; il doc. all. 11 rappresenta la sentenza del TAR del Lazio n. 8775/2022 di primo grado, qui impugnata e già agli atti, il doc. all. 13 corrisponde al documento alleg. 8 depositato dalla odierna appellante in primo grado il 2.11.2016 (provvedimento del Giudice del Tribunale di Torino del 4.2.2016), il doc.

all. 20 è la delibera AGCM impugnata in questa sede e già depositata in primo grado dall'odierna appellante quale doc. 3 il 19.11.2016.

Non vengono invece ammessi i documenti allegato 10 – denominato unacorganigramma, allegato 12 - denominato modulo iscrizione facebook e il doc. allegato 21 - denominato Albo APCSM (quest'ultimo in quanto non corrispondente al doc. alleg. 1 depositato dal Ministero il 6.5.2022) prodotti dal Ministero della Difesa in data 9.5.2023, in quanto depositati in violazione del disposto dell'art. 104, comma 2, cpa e non avendo il Ministero dimostrato di non aver potuto produrli nel giudizio di primo grado per causa ad esso non imputabile.

3.1. Nel merito l'appello è infondato.

Con il primo motivo (rubricato: *Error in iudicando nella parte in cui non è stata rinvenuta la violazione degli artt. 20 e 21 co. 1 lett. f) del Codice del Consumo con riferimento all'art. 21 e 39 Cost. e l'eccesso di potere per travisamento dei fatti, erroneità dei presupposti ed insufficiente attività istruttoria*), l'appellante sostiene che:

- il TAR avrebbe erroneamente e illogicamente ritenuto del tutto irrilevante il rigetto in data 4.2.2016, da parte del Tribunale civile di Torino, del procedimento cautelare ex art. 700 c.p.c. avviato dal Comando Generale e dal Ministero della Difesa teso all'immediato sequestro ed oscuramento del sito e della rivista e all'inibizione all'uso dei simboli e marchi caratteristici, così come l'avvenuto preuso e riconoscimento Ministeriale del marchio. Secondo l'appellante, il Giudice di prime cure non avrebbe considerato che l'argomentazione è stata spesa dall'appellante non per avvalorare la liceità formale e la legittimazione nell'uso della simbologia evocatoria, bensì per illustrare che, sulla base della disciplina vigente, qualora la stessa avesse avuto un tale effetto, il MISE non avrebbe provveduto ab origine alla

registrazione; i due provvedimenti autorizzativi all'uso della denominazione e della simbologia, ritenuta ingannatoria, priverebbero di anti giuridicità la condotta dell'appellante, essendo palesemente contraddittorio un sistema dove, da un lato, l'utilizzo di una determinata denominazione e simbologia è ammessa e consentita e, dall'altro, diviene -a distanza di anni- vietata, in quanto ritenuta ingannevole;

- il messaggio *“unico mezzo informativo e libero a disposizione per il proprio lavoro e costante aggiornamento professionale, di tutti i 110 mila uomini operativi dell'Arma dei Carabinieri”*, ove letto ed interpretato in maniera ragionevole ed obiettiva, rappresenterebbe una chiara presa di distanza dalla visione dei fatti e delle vicende offerta dai canali istituzionali e, quindi, anziché indurre il consumatore a ritenere che la rivista sia di matrice istituzionale, mirerebbe ad offrire al lettore una rivista che non si confonda col pensiero istituzionale dell'Arma ed a tratti se ne discosta. Sarebbe evidente la natura pubblicitaria ed autoreferenziale del messaggio che, dunque, rientrerebbe a pieno titolo nella scriminante di cui all'art. 20, co. 3, D. Lgs. 206/2005, dov'è stato previsto che *“È fatta salva la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera”*;

- la sentenza sarebbe affetta da errata percezione dei fatti in quanto l'esatta dicitura della testata sarebbe *“La Rivista dell'Arma Norme Giurisprudenza e Dottrina”* e non solo *“La Rivista dell'Arma”* che, secondo il TAR, avrebbe natura evocativa;

- non vi sarebbe un solo riferimento istituzionale o ministeriale o al Comando Generale da cui sarebbe possibile trarre il convincimento o, il mero sospetto, che trattasi di rivista ministeriale o del Comando Generale; né il termine *“Arma”*, seppur presente nella stessa pagina di copertina insieme al logo della *“Fiamma”*- sia per la genericità e la

finalità descrittiva degli emblemi, sia per la presenza di altre indicazioni specifiche di segno opposto - sarebbero idonei ed inequivoci a far ritenere la rivista “istituzionalizzata”;

- il provvedimento impugnato costituirebbe una notevole lesione delle prerogative sindacali tutelate anche a livello costituzionale, nonché una indebita limitazione della libertà d’espressione e d’impresa; l’appellante nonostante avesse esercitato l’impresa con l’utilizzo di segni distintivi leciti, legittimi e autorizzati, sarebbe stata costretta a doversi rimodellare, vanificando l’avviamento conquistato nel corso di circa un ventennio.

3.1.1. Le doglianze poste a fondamento del primo motivo di impugnazione sono infondate.

3.1.2. Ai fini di una più corretta disamina della fattispecie, occorre preliminarmente procedere alla ricognizione della disciplina dettata dal Codice del Consumo in merito alle pratiche commerciali scorrette, disciplinate dagli artt. 18-27 dello stesso.

L'art. 20 stabilisce che una pratica è scorretta se ricorrono due condizioni: i) la sua contrarietà alla «diligenza professionale»; ii) la sua idoneità «a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge» (comma 1).

Il codice indica le circostanze generali che conducono a qualificare una pratica come scorretta, distinguendo quelle ingannevoli da quelle aggressive e fornisce una elencazione dettagliata delle condotte che sono «in ogni caso» scorrette.

Ai fini di quanto rileva in questa sede, l'art. 21 dispone che «è considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad

uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso».

A tale definizione segue una elencazione esemplificativa di tipo casistico.

La fattispecie prevista dalla lett. f) dell'art. 21, comma 1, d.lgs. 206/2005 prevede, oltre all'errore che cade sulle qualifiche, l'ipotesi che questo investa anche i *“diritti del professionista... quali l'identità, ...le capacità... e i diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale”*.

3.1.3. Passando all'esame del caso concreto, si ricava dal provvedimento AGCOM impugnato:

(i) per quanto concerne l'illiceità della condotta (punto 42 del provvedimento), che l'Autorità ha ravvisato l'ingannevolezza del comportamento dell'appellante nella condotta posta in essere dalla collocazione della denominazione “La Rivista dell'Arma” in un contesto grafico e visivo nel quale figurano rappresentazioni di carabinieri e segni distintivi simili, anche se non identici (es. la fiamma con il tricolore) a quelli utilizzati per connotare l'Arma dei Carabinieri, riportando, ad esempio all'interno del sito www.armaedit.it in chiara evidenza la dicitura “ARMA” della denominazione in caratteri maiuscoli per qualificare la rivista pubblicizzata, nonché, riproducendo - in un contesto in cui abbondano immagini e riferimenti relativi ai Carabinieri - accanto alla dicitura “Rivista dell'Arma”, a sinistra della lettera "R", il logo di una fiamma che ricorda la granata d'oro infiammata utilizzata sullo stemma dell'Arma dei Carabinieri, simboli che inequivocamente riconducono all'Arma dei Carabinieri;

(ii) per quanto riguarda l'effetto di confusione prodotto nei confronti del consumatore medio, il provvedimento AGCM ha ritenuto idonea a tal fine l'affermazione contenuta in calce ad una delle pagine raggiungibili nel sito dell'Editoriale www.editoriale.it srl, laddove si legge: *“Perché scegliere la rivista*

dell'Arma - Perché è l'unico mezzo informativo e libero a disposizione per il proprio lavoro e il costante aggiornamento professionale di tutti i 110 mila Uomini Operativi dell'Arma dei Carabinieri”, in quanto tale affermazione risulta idonea sia a qualificare la rivista dell'Arma quale riferimento unico dell'Arma dei Carabinieri, sia ad ingenerare la convinzione che la stessa rivista abbia ottenuto un tale riconoscimento dall'Arma dei Carabinieri.

3.1.4. Sulla base dei predetti accertamenti, i quali sono stati effettuati da AGCM in esito a specifiche risultanze istruttorie dalle quali emergeva che le stesse pagine internet dedicate alla pubblicità del periodico prevedono diversi tipi di sottoscrizione di abbonamenti sia da parte di militari che da civili, il Collegio ritiene confermato il fatto che la rivista era rivolta a un pubblico diversificato e non composto esclusivamente da “*addetti ai lavori*”, circostanza dalla quale si rileva, contrariamente all'assunto della parte appellante, che AGCM ha correttamente riferito la valutazione di ingannevolezza al “*consumatore medio*”, rispetto al quale la significativa somiglianza dei simboli utilizzati con quelli dell'Arma era effettivamente idonea a produrre un effetto decettivo, per cui l'appellante - essendo diretta la sua attività promozionale svolta mediante i siti internet ad essa riconducibili ad un pubblico di consumatori indifferenziati – ha effettivamente fornito informazioni non sufficienti, per il consumatore medio, in ordine al prodotto o al servizio oggetto di promozione pubblicitaria, ingenerando, in consumatori non specializzati né particolarmente esperti, l'idea di un carattere istituzionale della rivista e la riconducibilità diretta della stessa all'Arma dei Carabinieri.

3.1.5. In base a quanto esposto, non hanno alcuna rilevanza per superare l'accertata ingannevolezza del comportamento riferita al “*consumatore medio*” né l'invocato “*rigetto in data 4.2.2016 da parte del Tribunale civile di Torino del procedimento cautelare ex art. 700 c.p.c. avviato dal Comando Generale e*

dal Ministero della Difesa teso all'immediato sequestro ed oscuramento del sito e della rivista e all'inibizione all'uso dei simboli e marchi caratteristici, ne' l'asserito preuso e il riconoscimento Ministeriale del marchio, né la conoscenza o meno, da parte del Ministero della Difesa e del Comando Generale dell'Arma dell'utilizzo della denominazione UNAC e dei relativi simboli da parte dell'appellante.

Infatti, lo stesso provvedimento AGCM qui impugnato rileva al punto 41 che, con riferimento all'invocata registrazione dell'editoriale UNAC srl presso il ROC ed alla registrazione del logo e della denominazione UNAC presso il Ministero dello Sviluppo Economico, *"il presente provvedimento non è volto in alcun modo a contestare tali circostanze così come non è oggetto di contestazione la registrazione de "la Rivista dell'Arma" presso il Tribunale di Bari e l'iscrizione della medesima al Registro della Stampa",* ma che oggetto della valutazione è (punto 40) *"la condotta posta in essere dall'Editoriale UNAC srl consistente nel promuovere, attraverso i siti internet www.editorialeUnac.it, www.carabinieri-unione.it e www.carabinieri.tv "La Rivista dell'Arma" mediante riferimenti suscettibili di ingenerare nei consumatori la convinzione di acquistare un prodotto editoriale di diretta emanazione dell'arma dei Carabinieri o da quest'ultima accreditato".*

Pertanto si ricava facilmente che l'accertata illiceità della condotta posta in essere per l'ingannevolezza della stessa e per l'effetto di confusione prodotto nei confronti del consumatore medio, è stata ravvisata laddove la pubblicizzazione della rivista contiene l'affermazione *"Perché scegliere la rivista dell'Arma--Perché è l'unico mezzo informativo e libero a disposizione per il proprio lavoro e il costante aggiornamento professionale di tutti i 110 mila Uomini Operativi dell'Arma dei Carabinieri"* in quanto, oltre a qualificare la "Rivista dell'Arma" quale riferimento editoriale dell'Arma dei Carabinieri, si

ingenera nel consumatore medio la convinzione che la rivista abbia ottenuto un tale riconoscimento dall'Arma dei Carabinieri.

Pertanto, contrariamente a quanto affermato dall'appellante, il messaggio *“unico mezzo informativo e libero a disposizione per il proprio lavoro e costante aggiornamento professionale, di tutti i 110 mila uomini operativi dell'Arma dei Carabinieri”*, non costituisce una chiara presa di distanza dalla visione dei fatti e delle vicende offerta dai canali istituzionali, ma al contrario, tale frase, come correttamente rilevato dal Giudice di prime cure, enfatizza, con superiore evidenza rispetto all'utilizzo dell'aggettivo *“libero”*, l'*“unicità”* della rivista quale strumento per il costante aggiornamento dei 110 mila uomini appartenenti all'Arma, generando quindi nel consumatore medio l'equivoco in ordine alla riconducibilità della rivista all'Arma dei Carabinieri.

3.1.6. Infine il Collegio reputa priva di fondamento la censura dell'appellante che la sentenza sarebbe affetta da errata percezione dei fatti in quanto l'esatta dicitura della testata sarebbe *“La Rivista dell'Arma Norme Giurisprudenza e Dottrina”* e non solo *“La Rivista dell'Arma”*.

Infatti, la stessa appellante, laddove enfatizza la scelta della propria rivista *“Perché scegliere la Rivista dell'Arma - Perché è l'unico mezzo informativo...(.).”* usa la denominazione *“la Rivista dell'Arma”* senza alcuna ulteriore aggiunta. Inoltre, dalla documentazione depositata da AGCM in merito al collocamento commerciale de *“La Rivista dell'Arma”* ed in particolare dalle denunce ricevute dai diversi Comandi dislocati sul territorio nazionale, documentate con la corrispondenza indirizzata a possibili utenti non appartenenti all'Arma (cfr. ad esempio doc. 1, depositato da AGCM in primo grado il 19.11.2016, allegato 8: fax del 27.7.2006 inviato da UNAC al Centro Leasing Spa; allegato 10: lettera inviata alla Fondazione Banco di Sicilia; allegato 11: fax al Comune di Muzzano),

emerge che il riferimento alla rivista si limita a denominarla “La Rivista dell’Arma”, senza ulteriormente aggiungere la dizione “Norme Giurisprudenza e Dottrina”, sconfessando quindi la fondatezza della censura sull’errata percezione dei fatti da parte del Giudice di prime cure.

3.1.7. Il Collegio non condivide la censura dell’appellante, secondo la quale *“non vi sarebbe un solo riferimento istituzionale o ministeriale o al Comando Generale da cui sarebbe possibile trarre il convincimento o, il mero sospetto, che trattasi di rivista ministeriale o del Comando Generale”*.

Infatti, con riferimento alla commercializzazione della rivista, contrariamente all’assunto della parte appellante, si rileva dall’esame delle lettere/fax indirizzate a soggetti o enti privati (cfr. il citato doc. 1, allegati 8, 10) che le stesse, laddove contengono affermazioni quali *“L’Unione Nazionale Arma Carabinieri, proseguendo nella sua opera di riavvicinamento del Cittadino alle Istituzioni, sta dando vita a molteplici iniziative di comunicazione e informazione su tutto il territorio nazionale, ponendosi come fine la realizzazione degli obiettivi sociali ai quali si ispira. Tra queste in particolare, mi pregio segnalarle, ritenendo di farle cosa gradita, il nostro mezzo ufficiale di informazione “LA RIVISTA DELL’ARMA”, impiegano riferimenti - soprattutto con l’uso delle parole “Istituzioni” e “mezzo ufficiale di informazione” in collegamento con “La Rivista dell’Arma” - che vengono valutati idonei a indurre il consumatore a ritenere erroneamente che si tratta di una pubblicazione proveniente direttamente dall’Arma dei Carabinieri.*

Inoltre, per quanto riguarda il contesto grafico e visivo risultante sia nella versione cartacea sia nella versione *on line*, l’effetto confusorio nel caso concreto, come emerge dalle specifiche risultanze istruttorie di AGCM, è determinato dall’utilizzo - nella copertina della rivista e sui siti utilizzati per la promozione della rivista - di rappresentazioni di carabinieri e di segni distintivi simili a quelli appartenenti all’Arma dei Carabinieri. In

particolare, laddove parte appellante riporta sulla copertina della propria rivista due fiamme stilizzate, che fuoriescono da una bombarda circolare, del tutto simili alla fiamma stilizzata dei Carabinieri e laddove l'appellante usa nel suo logo la denominazione “*Carabinieri*” e/o “*Carabiniere*”, denominazione peraltro regolata con D.Lgs. 15/03/2010, n. 66 “Codice dell’Ordinamento militare”, pubblicato nella Gazz. Uff. 8 maggio 2011 n. 106, ove in particolare l’art. 300 rubricato: “Diritti di proprietà industriale delle Forze armate” prevede che ”1. *Le Forze armate, compresa l’Arma dei carabinieri, hanno il diritto all’uso esclusivo delle proprie denominazioni, dei propri stemmi, degli emblemi e di ogni altro segno distintivo. Il Ministero della difesa, anche avvalendosi della Difesa Servizi s.p.a. di cui all’articolo 535, può consentire l’uso anche temporaneo delle denominazioni, degli stemmi, degli emblemi e dei segni distintivi, in via convenzionale ai sensi dell’articolo 26 del codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163, nel rispetto delle finalità istituzionali e dell’immagine delle Forze armate. Si applicano le disposizioni contenute negli articoli 124, 125 e 126 del codice della proprietà industriale di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni. 2. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque fabbrica, vende, espone, adopera industrialmente ovvero utilizza al fine di trarne profitto le denominazioni, gli stemmi, gli emblemi e i segni distintivi di cui al comma 1 in violazione delle disposizioni di cui al medesimo comma è punito con la multa da euro 1.000,00 a euro 5.000,00*”.

Inoltre, l’uso del termine “Arma” nell’elemento contestuale caratterizzato da immagini di Carabinieri e da un logo molto simile a quello dell’Arma dei Carabinieri, come effettuato nel concreto dall’appellante, si reputa idoneo a creare un effetto confusorio nel consumatore, soprattutto ove si osserva la relazione tra le dimensioni di tali segni e delle denominazioni Arma e Carabinieri e le dimensioni usate

dall'appellante nelle indicazioni, testuali o grafiche, per identificare l'editore, il cui nome, peraltro, non compare nella denominazione della rivista, nonché per rendere evidente la natura sindacale dell' (dimensioni molto più ridotte della parola sindacato e della sigla rispetto alla denominazione Carabinieri e alle dimensioni delle due fiamme stilizzate, che fuoriescono da una bombarda circolare, usate nel logo in alto alla sinistra della copertina, cfr. doc.13 della ricorrente in primo grado). Infatti, tali dimensioni usate sono insufficienti - con riferimento alla capacità percettiva e di valutazione del consumatore non specializzato né particolarmente esperto nel settore dell'Arma - a evidenziare la circostanza che la rivista è in realtà riconducibile a una semplice sigla sindacale e non a un'organizzazione collegata all'Arma dei Carabinieri.

3.1.8 Pertanto, a causa della rilevata confondibilità sono prive di fondamento le argomentazioni dell'appellante laddove sostiene che gli emblemi - sia per l'asserita genericità e la finalità descrittiva degli stessi, sia per la presenza di altre indicazioni specifiche di segno opposto - non sarebbero idonei ed equivoci a far ritenere la rivista "istituzionalizzata".

3.1.9. Infine, essendo la pubblicizzazione della rivista, come sopra evidenziato al punto 3.1.4. diretta ad un pubblico di consumatori indifferenziati e non composto esclusivamente da "*addetti ai lavori*" ed essendo le espressioni utilizzate, come rilevato al precedente punto 3.1.7, da ritenere tali da ingenerare nei destinatari del prodotto la convinzione che esso fosse riconducibile all'Arma dei Carabinieri, sono pure infondate le affermazioni che il provvedimento impugnato costituirebbe una notevole lesione delle prerogative sindacali e una indebita limitazione della libertà d'espressione e d'impresa.

3.2. Con il secondo motivo di impugnazione (rubricato: *Error in iudicando nella parte in cui non è stato rilevato l'eccesso di potere per ingiustizia manifesta, per violazione dei principi di affidamento e buona fede e per insussistenza dell'effetto sviante in ragione della consolidata esistenza della rivista*), l'appellante sostiene che:

- la sanzione e soprattutto l'ordine di mutare gli elementi grafici che sarebbero stati per diciotto anni rappresentativi della rivista, rappresenterebbero un'ipotesi d'ingiustizia manifesta in capo alla casa editrice e all'Associazione sindacale, rappresentando un vero e proprio "attentato" all'avviamento e alla riconoscibilità della rivista, con indebito vantaggio concorrenziale dell'unica altra pubblicazione del settore che l'Arma ritiene essere la propria rivista "istituzionale";
- AGCM avrebbe dovuto riconoscere il preuso e l'immune utilizzo per ben diciotto anni dei simboli e dei caratteri contestati. La presenza della rivista sul mercato con quella simbologia e marchi distintivi da 18 anni, l'avrebbe resa oramai trasparente a tutti i potenziali fruitori, essendo rivolta ad un'utenza specializzata e la presenza di divise, fiamme, etc. si giustificerebbe col fatto che la rivista tratta di argomenti d'interesse dei carabinieri ed è rivolta in prevalenza a costoro, i quali (così come chiunque) sarebbero perfettamente in grado di comprendere la matrice sindacale della stessa e, dunque, l'assenza di alcuna pretesa "istituzionalità" dell'organo di informazione;
- il TAR sarebbe rimasto sostanzialmente silente in ordine all'eccepiata ingiustizia manifesta ritenendo invece, in maniera disancorata dalla realtà, l'insussistenza di atti e provvedimenti provenienti da fonti autorizzate ed affidabili dell'amministrazione; secondo l'appellante tali fonti sarebbero il MISE - Ufficio brevetti, il Tribunale di Torino, il Tribunale civile e penale di Bari, grazie ai quali l'appellante avrebbe usato, senza

contestazione alcuna, la simbologia contestata, per cui il rischio di eventuali fraintendimenti circa la natura sindacale ed antagonista della rivista, attesa la natura ristretta e specializzata del pubblico a cui è rivolta, sarebbe stato pressoché nullo.

3.2.1. Anche il secondo motivo di impugnazione è infondato.

Nel caso di specie le censure di parte appellante non possono essere favorevolmente apprezzate, né superano l'iter logico-giuridico, qui condiviso, seguito da AGCM e dal Giudice di prime cure, posto che l'Autorità, in seguito alla segnalazione del 2014, ha fondatamente accertato che la promozione della rivista non è rivolta esclusivamente ad un pubblico specializzato il quale - di fronte all'uso dei termini "Arma" e "Carabinieri", spesso riprodotti a caratteri cubitali rispetto alle parole associate e all'inserimento del termine "Arma" nel contesto caratterizzato da immagini di Carabinieri, nonché all'uso del logo molto simile a quello dell'Arma dei Carabinieri - non è in grado di comprendere la matrice sindacale della stessa e, quindi, di riconoscere senza alcun dubbio l'assenza di alcuna pretesa "istituzionalità" della rivista, con conseguente corretto accertamento della sussistenza di una condotta che integra una pratica commerciale scorretta.

Pertanto, essendo il soggetto tutelato dalle norme in materia di pratiche commerciali ingannevoli il consumatore, danneggiato dall'effetto confusorio della pratica in quanto non posto in condizione di effettuare una scelta consapevole, è infondata la censura dell'appellante in quanto il professionista, il quale sarebbe tenuto ad assicurare, fin dal primo contatto con il consumatore, una corretta e trasparente informazione sul prodotto, tale da permettere all'utente di effettuare liberamente le sue scelte, non ha dimostrato tale comportamento richiestogli.

3.2.2. Siccome nel caso concreto il giudizio dell'Autorità sul comportamento della parte appellante è frutto di una corretta e completa acquisizione degli elementi di fatto rilevanti in relazione alla pratica contestata, si rivelano infondate le doglianze circa l'asserita ingiustizia della sanzione irrogata e dell'ordine di mutare gli elementi grafici.

3.2.3. Il Collegio condivide le conclusioni del Giudice di prime cure sull'asserito "*preuso*", rilevando che, secondo consolidati principi giurisprudenziali in materia di affidamento, è insufficiente il mero decorso del termine a legittimare una condotta oggettivamente *contra jus*. Per cui nel caso concreto è irrilevante se e per quanto tempo la parte appellante abbia usato i simboli e i caratteri contestati.

3.2.4. Infine, per quanto riguarda l'asserito legittimo affidamento nella correttezza dell'uso dei simboli e delle denominazioni, fondato secondo l'appellante sul provvedimento del MISE e sulle decisioni dei Tribunali di Torino e Bari, il Collegio osserva l'infondatezza e l'irrilevanza di tale doglianza, in quanto, come ravvisato al precedente punto 3.1.5., lo stesso provvedimento rileva al punto 41 che, con riferimento all'invocata registrazione dell'editoriale UNAC srl presso il ROC ed alla registrazione del logo e della denominazione UNAC presso il Ministero dello Sviluppo Economico, "*il presente provvedimento non è volto in alcun modo a contestare tali circostanze*" "*così come non è oggetto di contestazione la registrazione de "la Rivista dell'Arma" presso il Tribunale di Bari e l'iscrizione della medesima al Registro della Stampa*", ma che oggetto della valutazione (punto 40) "*è la condotta posta in essere dall'Editoriale Unac srl consistente nel promuovere, attraverso i siti internet www.editorialeUnac.it, www.carabinieri-unione.it e www.carabinieri.tv, "La Rivista dell'Arma" mediante riferimenti suscettibili di ingenerare nei consumatori la convinzione di acquistare un prodotto*

editoriale di diretta emanazione dell'arma dei Carabinieri o da quest'ultima accreditato''.

Pertanto non hanno alcuna rilevanza, per superare l'accertata ingannevolezza del comportamento riferita al “*consumatore medio*”, né le invocate decisioni dei Tribunali di Torino e di Bari, né l'asserito preuso e il riconoscimento Ministeriale del marchio, né la conoscenza o meno, da parte del Ministero della Difesa e del Comando Generale dell'Arma, dell'utilizzo della denominazione e dei relativi simboli da parte dell'appellante.

3.2.5. Per quanto esposto e ritenendo assorbiti tutti gli ulteriori argomenti di doglianza non espressamente esaminati, che il Collegio ha ritenuto irrilevanti ai fini della decisione o comunque inidonei a supportare una conclusione di tipo diverso da quella assunta, dalla reiezione dei motivi di impugnazione deriva la conferma dell'infondatezza degli originari motivi dedotti con il ricorso di primo grado.

4. Le spese del presente grado di giudizio seguono la soccombenza, in virtù del principio di cui all'art. 91 c.p.c., per come richiamato espressamente dall'art. 26, comma 1, c.p.a.; di talché l'appellante va condannata al rimborso delle spese di lite in favore delle amministrazioni resistenti, liquidate per il presente grado in € 3.000,00 (tremila/00) oltre accessori come per legge, da suddividere in parti eguali tra le stesse.

P.Q.M.

Il Consiglio di Stato in sede giurisdizionale (Sezione Sesta), definitivamente pronunciando sull'appello, come in epigrafe proposto, lo respinge.

Condanna l'appellante a rifondere all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e al Ministero della difesa le spese del

presente grado, liquidate in complessivi € 3.000,00 (tremila/00), oltre accessori di legge, da suddividere in parti eguali tra le stesse amministrazioni.

Ordina che la presente sentenza sia eseguita dall'autorità amministrativa.

Così deciso in Roma nella camera di consiglio del giorno 31 maggio 2023 con l'intervento dei magistrati:

Carmine Volpe, Presidente

Roberto Caponigro, Consigliere

Giovanni Gallone, Consigliere

Marco Poppi, Consigliere

Ulrike Lobis, Consigliere, Estensore

L'ESTENSORE

Ulrike Lobis

IL PRESIDENTE

Carmine Volpe

IL SEGRETARIO