

N. R.G. [REDACTED]



CORTE D'APPELLO DI TORINO
SEZIONE QUINTA CIVILE

in persona dei Magistrati:

dott.ssa Emanuela GERMANO CORTESE

Presidente

dott. Gian Andrea MORBELLI

Consigliere

dott.ssa Maria Gabriella RIGOLETTI

Consigliere rel.

Nel procedimento civile iscritto al n. [REDACTED] promosso da:

la SOCIETA' [REDACTED] (C.F. P.IVA [REDACTED] [REDACTED] in persona
del Presidente del C.d.A. e legale rappresentante pro tempore, sig. [REDACTED]
elettivamente domiciliata in Roma, [REDACTED] presso lo studio degli avv.ti [REDACTED] e
[REDACTED] che la rappresentano e difendono in forza di procura in calce alla comparsa di
costituzione in primo grado

RECLAMANTE

contro

Associazione CODICI – CENTRO PER I DIRITTI DEL CITTADINO (C.F. [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] in persona del Segretario Nazionale e legale rappresentante [REDACTED]
quale associazione maggiormente rappresentativa a livello nazionale degli interessi e dei diritti degli
utenti, iscritta nel registro di cui all'art. 137 D.Lgs. 6 settembre 2005 n. 206 e nell'Elenco Ministero
della Giustizia D.M. 27/2022, rappresentata e difesa dagli avv.ti [REDACTED] Corrado Mattarelli e
[REDACTED]

RECLAMATA E RECLAMANTE INCIDENTALE

e in contraddittorio con

PUBBLICO MINISTERO

Oggetto: Reclamo avverso decreto ex art. 840 sexiesdecies c.p.c. – Azione inibitoria collettiva

letti gli atti ed esaminati i documenti di causa;

a scioglimento della riserva assunta all'udienza del 11/10/2023,

ha pronunciato il seguente

DECRETO

1. Con ricorso depositato in data 19/05/2023 la la SOCIETA' (da ora la SOCIETA' ha proposto reclamo avverso il decreto pronunciato dal Tribunale di Torino – Sezione Specializzata in Materia d'Impresa in data 10/05/2023, comunicato in pari data, con cui, in accoglimento del ricorso proposto dalla Associazione CODICI - Centro per i diritti del cittadino, ai sensi dell'art. 840 sexiesdecies c.p.c. nei confronti della la SOCIETA' ha accertato la illiceità di una serie di condotte tenute dalla la SOCIETA' nella messa in vendita di sigarette elettroniche e contenitori di liquido di ricarica, conseguentemente inibendo tali condotte e condannando la la SOCIETA' alla rimozione delle comunicazioni commerciali illecite indicate in motivazione entro il termine di 30 giorni dalla comunicazione del provvedimento, stabilendo altresì, ai sensi dell'art. 614 bis c.p.c., richiamato dall'art. 840 sexiesdecies, co. 6, c.p.c., una sanzione di euro 500,00 per ogni violazione accertata e per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione di quanto ordinato, con condanna della società resistente alla rifusione delle spese processuali.

Il decreto oggetto di reclamo, dopo avere risolto alcune questioni di carattere preliminare, concernenti la legittimazione attiva della Associazione CODICI - Centro per i Diritti del Cittadino, ha precisato come la disciplina normativa applicabile alla fattispecie sia rappresentata dal D.Lgs. n. 6/2016, avente ad oggetto *"Recepimento della direttiva 2014/40/UE sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati e che abroga la direttiva 2001/37/CE"*, direttiva che disciplina non solo la lavorazione, la presentazione e la vendita dei tradizionali prodotti del tabacco, ma anche quella dei "prodotti correlati", tra cui le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica, stabilendo, in modo particolare, l'art. 20 della direttiva, recepito dall'art. 21 del D.Lgs. n. 6/2016, il divieto di comunicazioni commerciali, che promuovano, direttamente o indirettamente, le sigarette elettroniche e i liquidi di ricarica.

Nello specifico il provvedimento reclamato ha quindi individuato ai punti 3.4.1 e 3.4.2 della motivazione le condotte poste in essere da la SOCIETA' ritenute costituenti violazione del divieto posto dall'art. 21, comma 10, lett. a), D.Lgs. n. 6/2016, in quanto da qualificarsi o come comunicazioni commerciali nei servizi della società dell'informazione o come comunicazioni commerciali su pubblicazione stampate.

Il reclamo proposto, che non involge tutte le questioni che hanno formato oggetto di esame nella prima fase del procedimento, incentra le proprie censure sulla ritenuta violazione del divieto posto dall'art. 21, comma 10, lett. a), D.Lgs. n. 6/2016 da parte di alcune presentazioni dei prodotti di la SOCIETA' sostenendo che il Tribunale abbia errato nel valutare quelle condotte come contrastanti con la normativa, che pone il divieto di comunicazioni commerciali finalizzate a promuovere la vendita, trattandosi, invece, di comunicazioni, che hanno una finalità meramente descrittiva ed informativa, sicché l'effetto dell'inibitoria pronunciata sarebbe quello di rendere impossibile alla società reclamante finanche di informare i propri clienti della natura e delle caratteristiche di quanto essa produce e commercializza;

così pure viene censurata l'asserita erronea applicazione del divieto posto dall'art. 14, lett. a) e c), D.Lgs. n. 6/2016, riferito esclusivamente alle *"confezioni unitarie e l'eventuale imballaggio esterno delle sigarette elettroniche e dei contenitori di liquido di ricarica"*, ai contenuti presenti sul sito web della la SOCIETA' così estendendo una limitazione che la norma non prevede espressamente, non essendo vietato – se non attraverso un'interpretazione inammissibilmente estensiva - il richiamo a gusti, odori e particolari aromi dei liquidi di ricarica all'interno del sito web.

Da ultimo si duole la SOCIETA' di una omessa pronuncia da parte del Tribunale, poiché, nel fissare l'importo dovuto in caso di violazione dell'inibitoria, non ha precisato chi sia il soggetto legittimato a ricevere l'importo oggetto della sanzione, dovendosi al riguardo ritenere che tale condanna al pagamento debba essere, secondo quanto era previsto dalla precedente disciplina dell'azione collettiva, in favore del bilancio dello Stato, per essere riassegnato con decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze al fondo da istituire per finanziare iniziative a vantaggio dei consumatori.

2. Si è costituita in giudizio la Associazione Codici - Centro per i Diritti del Cittadino con comparsa depositata in data 20/09/2023, con la quale ha chiesto la reiezione del reclamo e, a sua volta, ha proposto reclamo incidentale, al fine di ottenere la riforma del decreto pronunciato dal Tribunale in punto liquidazione delle spese di lite, osservando come tale liquidazione sia stata operata facendo applicazione della tabella dei compensi previsti per i procedimenti di volontaria giurisdizione, benché la tabella applicabile, secondo quanto previsto dall'art. 4, co. 4 bis, D.M. 147/2022, sia quella relativa ai procedimenti contenziosi, trattandosi di procedimento di volontaria giurisdizione avente natura contenziosa.

All'udienza del 11/10/2023, fissata in camera di consiglio, i procuratori delle parti hanno discusso oralmente la causa, insistendo nelle rispettive conclusioni.

3. Il reclamo principale

I primi due motivi di impugnazione possono essere unitariamente trattati, poiché la società reclamante si duole del fatto che il Tribunale abbia ritenuto in contrasto con il divieto posto dall'art. 21, comma 10, lett. a) D.Lgs. n. 6/2016 le informazioni contenute sui volantini cartacei presenti presso alcuni punti vendita, riproducenti il contenuto di studi scientifici aventi ad oggetto gli effetti della sigaretta elettronica sulla salute umana e il minor rischio rispetto al tradizionale fumo da tabacco, così come alcune informazioni relative alla qualità del prodotto,

Il medesimo contrasto è stato ravvisato dal Tribunale con riferimento alle analoghe informazioni presenti sul sito web [REDACTED] cui rimanda il QR CODE presente sui predetti volantini.

Le indicazioni presenti sul volantino, secondo l'assunto di la SOCIETA' non costituirebbero comunicazioni commerciali aventi lo scopo o l'effetto, diretto o indiretto, di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica, ricadendo infatti nella previsione di cui all'art. 2 D.Lgs. n. 70/2003, secondo cui *"non sono di per sé comunicazioni commerciali"*:

1)...

2) *le comunicazioni relative a beni, servizi o all'immagine di tale impresa, soggetto o organizzazione elaborate in modo indipendente, in particolare senza alcun corrispettivo.*" Analogamente l'avere riportato sui volantini l'informazione secondo cui il liquido contenuto nei contenitori di ricarica è conforme alle previsioni di cui all'art. 21, co. 6, D.Lgs. n. 6/2016, avrebbe una portata meramente ricognitiva dei requisiti di legge ed escluderebbe in radice la natura promozionale delle espressioni utilizzate nel volantino.

Le espressioni utilizzate nel volantino e riportate nel decreto reclamato sono le seguenti:

[REDACTED]

Le informazioni presente nel sito web [REDACTED] doc. 18 fascicolo Associazione Codici della prima fase) riportano gli esiti di ricerche condotte presso [REDACTED] riguardo alla differenza di tossicità tra una sigaretta tradizionale e una sigaretta elettronica, pervenendo nelle conclusioni alla seguente affermazione: [REDACTED]

[REDACTED]

La tesi di la SOCIETA' e le argomentazioni che sorreggono le censure mosse al provvedimento impugnato sono infondate.

La natura pubblicitaria e la forma anzi particolarmente subdola con cui la promozione dei prodotti commercializzati da la SOCIETA' viene effettuata, attraverso le condotte sopra descritte, risulta chiaramente evidente se solo si consideri, da un lato, le modalità attraverso le quali le asserite "informazioni" di carattere scientifico e la "descrizione" della conformità del prodotto vengono veicolate attraverso il volantino (v. doc. 11 fascicolo Associazione Codici della prima fase), mediante la tecnica della comparazione [REDACTED] con l'altro prodotto, la sigaretta tradizionale, finalizzata a far passare il messaggio della sostanziale innocuità della sigaretta elettronica [REDACTED] e, dall'altro, quanto alle asserite informazioni di carattere scientifico, contenute nella

pagina a fianco, come le stesse, nel loro contenuto rassicurante ed illustrativo dei benefici nel passare dalla sigaretta tradizionale alla sigaretta elettronica, siano in stridente contrasto con le avvertenze che la SOCIETA' stessa fornisce sulle proprie confezioni di prodotto [REDACTED] e sul bugiardino che accompagna tali confezioni (v. docc. 9 e 10 fascicolo Associazione Codici della prima fase).

Al riguardo sono sufficienti alcuni esempi.

Nel volantino è riportato, citando quale fonte il direttore dello [REDACTED]

[REDACTED] che: [REDACTED]

[REDACTED] Sulla confezione [REDACTED] è invece indicato, in conformità a quanto previsto dal comma 8 dell'art. 21 D.Lgs. n. 6/2016 (con riferimento alle controindicazioni, alle avvertenze per specifici gruppi a rischio, alle informazioni su eventuali effetti nocivi e alla capacità di indurre dipendenza e tossicità), che si tratta di *"Prodotto contenente nicotina, sostanza che crea una elevata dipendenza. Uso sconsigliato ai non fumatori"*. Tali avvertenze sono ripetute nel foglietto illustrativo contenuto all'interno della confezione, che ribadisce come si tratti di prodotto che, in quanto contenente nicotina, è in grado di creare *"un'elevata dipendenza"*, per cui l'uso è sconsigliato ai giovani e ai non fumatori; sono indicati gli eventuali effetti nocivi e cioè che *"l'inalazione del prodotto può causare tosse, irritazione del cavo orale, cefalea, vertigini, nausea, vomito, diarrea, bruciori di stomaco, dolori addominali, salivazione eccessiva, debolezza"*; che *"l'esposizione ripetuta a nicotina può causare malattie cardiovascolari, ipertensione, ulcera peptica ed effetti sul sistema immunitario"*; che la nicotina è considerata potenzialmente tossica per il feto; inoltre il foglietto illustrativo reca delle avvertenze per specifici gruppi di rischio tra i quali, oltre ai minori e ai soggetti allergici alla nicotina, le donne in gravidanza o allattamento, i soggetti affetti da patologie respiratorie, polmonari e/o cardiovascolari.

Mentre un'altra delle fonti citate sul volantino, il prof. [REDACTED] del [REDACTED]

[REDACTED] afferma che: [REDACTED]

[REDACTED] ed ancora sono riportate le dichiarazioni del prof.

[REDACTED] secondo cui [REDACTED]

Analogamente, in termini incoerenti rispetto alle informazioni, avvertenze e controindicazioni espresse nei foglietti illustrativi del prodotto [REDACTED] sopra menzionate, nel sito web, nel riportare i risultati dello studio effettuato presso [REDACTED] proprio sulla sigaretta elettronica [REDACTED] si riferisce - quanto agli effetti del fumo sulla morte delle cellule - che con l'esposizione al fumo di sigaretta tradizionale la vitalità delle cellule scende al 19,8% e la maggior parte delle cellule risulta essere in apoptosi avanzata e necrosi, [REDACTED]

[REDACTED] ancora una volta veicolando il messaggio della totale innocuità del fumo di liquidi per sigaretta elettronica contenenti nicotina.

Pertanto - a prescindere dalla valutazione dell'indipendenza, del pregio ed attendibilità scientifica degli studi citati sul volantino e sul sito web, valutazione che non appartiene al tema del presente procedimento - è chiaro come l'estrapolazione dalle fonti citate di alcune frasi o affermazioni del tutto decontestualizzate, sia volta a presentare i prodotti commercializzati da la SOCIETA' come totalmente innocui e sicuri per la salute, al fine assicurare il consumatore ed incentivarlo all'acquisto, così realizzando proprio quell'effetto di promozione della vendita, che non è consentito dall'art. 21, comma 10, lett. a), D.Lgs. n. 6/2016, il quale vieta *"....le comunicazioni commerciali nei servizi della società dell'informazione, sulla stampa e altre pubblicazioni stampate, aventi lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica, ad eccezione delle pubblicazioni destinate esclusivamente ai professionisti del commercio delle sigarette elettroniche e dei contenitori di liquido di ricarica e delle pubblicazioni stampate e edite in paesi terzi, se tali pubblicazioni non sono destinate principalmente al mercato dell'Unione"*.

E' sin troppo evidente che se la legge impone che il prodotto posto in vendita debba essere accompagnato da determinate avvertenze ed informazioni sui suoi effetti nocivi, quel medesimo prodotto non possa poi essere presentato sui volantini presenti nei punti vendita o sul sito web riconducibile al produttore con modalità dirette a stemperare, o addirittura negare, i rischi e le controindicazioni, che debbono essere fornire al potenziale consumatore, il tutto prospettato sotto forma di informazione medico/scientifica, poiché ciò realizza nella presentazione del prodotto proprio quella finalità promozionale del suo consumo, che è oggetto del divieto posto dall'art. 20 della Direttiva 2014/40/UE e dalla normativa interna che l'ha recepita.

Analoghe considerazioni debbono essere svolte per quanto concerne la presenza sul volantino delle indicazioni relative all'utilizzo nella produzione dei liquidi di ricarica di ingredienti certificati, di purezza farmaceutica, nonché per le indicazioni concernenti il fatto che i liquidi [REDACTED] sono registrati presso l'Istituto Superiore di Sanità.

Sostiene la SOCIETA' che si tratterebbe di indicazioni meramente ricognitive delle previsioni contenute nell'art. 21, comma 2, D.Lgs. n. 6/2016, che impone la notifica al Ministero della Salute del prodotto e che deve contenere tutte le informazioni previste al comma 3 della medesima disposizione, sicché costituirebbero delle informazioni del tutto superflue, avendo una funzione meramente ricognitiva dei requisiti di legge.

La tesi non è condivisibile, se la SOCIETA' avesse inteso indicare al pubblico che i prodotti messi in vendita - e non si vede del resto come potrebbe essere altrimenti - sono conformi alle previsioni di legge e sono in possesso delle autorizzazioni prescritte, ben avrebbe potuto utilizzare espressioni molto più neutre, meramente indicative della conformità del prodotto.

Peraltro, per come le caratteristiche sono presentate, sempre con il metodo del raffronto con la sigaretta tradizionale, ed accompagnate dal simbolo del pollice all'insù, è chiaro come siano dirette ad evocare nella percezione del potenziale consumatore degli specifici pregi del prodotto, visto che il consumatore medio non è certo in grado di rendersi conto che quelle che vengono presentate sono le qualità e certificazioni che debbono avere tutti i prodotti di quella tipologia.

Dunque, ancora una volta la finalità è quella di promuovere quello specifico prodotto, attraverso una presentazione diretta ad evidenziare delle particolari qualità del prodotto, al fine di renderlo attrattivo, così da realizzare una comunicazione commerciale finalizzata a promuovere il prodotto.

Tutto ciò contrasta con la disciplina normativa, già sopra richiamata, e la *ratio* ad essa sottesa, che nell'intenzione del legislatore comunitario e del legislatore nazionale, che ne ha recepito integralmente le indicazioni, è quella di realizzare un elevato livello di tutela della salute con un approccio restrittivo verso qualunque forma di pubblicità.

Con un autonomo motivo di censura la SOCIETA' critica poi il decreto reclamato, sostenendo che erroneamente avrebbe ritenuto illecito il richiamo di gusti, odori e aromi dei liquidi di ricarica presenti sul sito [REDACTED]

[REDACTED] tal modo il Tribunale avrebbe infatti esteso le limitazioni previste per l'etichettatura e l'imballaggio esterno delle confezioni al contenuto del sito web, e questo benché l'art. 21 del D.Lgs. n. 6/2016, nel richiamare, al comma 9, l'art. 14, lett. a) e c), faccia riferimento solo alle confezioni singole, così operando un'estensione analogica del divieto in ordine al richiamo a *“un gusto, un odore, un aroma o altri additivi o la loro essenza”*.

Orbene il comma 9 dell'art. 21 D.Lgs. n. 6/2016 disciplina la presentazione delle confezioni delle sigarette elettroniche e dei liquidi di ricarica, richiamando le prescrizioni previste per i prodotti da tabacco dall'art. 14 lettere a) e c) del medesimo decreto. La lettera a) dell'art. 14 stabilisce che l'etichettatura delle confezioni unitarie e dell'eventuale imballaggio esterno e il prodotto del tabacco in sé non devono includere alcun elemento o caratteristica che: *“a) promuova un prodotto o ne incoraggi il consumo dando un'impressione errata quanto alle caratteristiche, agli effetti sulla salute, ai rischi o alle emissioni; le etichette non contengono alcuna informazione riguardo al contenuto di nicotina, catrame o monossido di carbonio del prodotto del tabacco[...] c) richiami un gusto, un odore, un aroma o altri additivi o la loro assenza”*.

Giova osservare come la società reclamante non si dolga della valutazione compiuta dal Tribunale al punto 3.4.2 della motivazione con riferimento alla ritenuta violazione del divieto posto dall'art. 21, comma 10, lett. a), da parte dei cartoncini da vetrina presenti in vari punti vendita, che, con un approccio ammiccante dal punto di vista commerciale, presentano i gusti disponibili [REDACTED]

[REDACTED] [REDACTED] accompagnati da immagini (aerei, mongolfiere, camper, boschi), che evocano viaggi, vacanze e tempo libero (v. doc. 11 fascicolo Associazione Codici della prima fase), il cui contenuto è sostanzialmente coerente con quello del sito (v.

doc. 12 fascicolo Associazione Codici della prima fase), che ripropone un'immagine analoga a quella presente sul cartonato, con le scritte [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] accompagnate dalle immagini di nuvolette e aeroplanini.

Le pagine successive che compaiono nel sito presentano poi le confezioni unitarie su cui sono richiamati i gusti [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] ecc.).

La doglianza di la SOCIETA' risulta pertanto inaccoglibile sia perché ancora una volta il concreto contenuto del sito, non ha una mera finalità informativa, diretta a consentire al consumatore di individuare e scegliere il prodotto da acquistare *online*, fornendo le indicazioni necessarie per la scelta tra i prodotti disponibili, indicandone i gusti e gli aromi, ma utilizza delle immagini e delle frasi di richiamo dal contenuto indubitabilmente pubblicitario, dirette a rendere attrattivo l'acquisto del prodotto, oltre a raffigurare più oltre i [REDACTED] VENDUTI", con un'evidente finalità promozionale; sia perché vorrebbe così sostenere la liceità della presentazione sul sito delle confezioni unitarie, che riportano proprio quelle indicazioni (il richiamo a gusti e sapori), che essa stessa ammette essere vietate sulle confezioni unitarie.

Da ultimo, non può trovare accoglimento la richiesta di integrazione del decreto pronunciato dal Tribunale quanto all'indicazione del soggetto in favore del quale dovrebbe essere pronunciata la condanna al pagamento della sanzione per il caso di violazione dell'inibitoria disposta, sul presupposto che tale soggetto sia lo Stato.

La parte reclamante muove dall'assunto, non solo del tutto indimostrato, ma smentito dal chiaro tenore letterale del comma 6 dell'art. 840 sexiesdecies c.p.c., secondo cui la previsione contenuta al comma 7 dell'art. 140 D.Lgs. n. 206/2005, che disciplinava la procedura prevista per le azioni a tutela di interessi collettivi - poi abrogato dalla L. 31/2019, che ha inserito il titolo VIII bis del Libro IV del codice di procedura civile - e che prevedeva la devoluzione dell'importo fissato per ogni caso di violazione degli obblighi imposti dal giudice ad un fondo speciale del bilancio dello Stato, per essere riassegnate la Ministero dell'Economia e delle Finanze, sarebbe ancora vigente.

Orbene la mancata riproduzione di quella previsione nella disposizione attuale, che ha integralmente sostituito quella previgente abrogata, non consente un'interpretazione siffatta, tenuto conto del carattere speciale della previgente disposizione, nonché del fatto che l'attuale comma 6 dell'art. 840 sexiesdecies c.p.c. espressamente richiama la norma generale in tema di misure di coercizione indiretta, rappresentata dall'art. 614 bis c.p.c.

Pertanto, nel caso di inosservanza dell'obbligo o di ritardo nell'adempimento, il soggetto legittimato ad agire non può che essere la controparte, che ha ottenuto il provvedimento di cui si lamenta la violazione o la mancata osservanza.

Per tutte le ragioni sin qui esposte, il reclamo proposto da la SOCIETA' deve dunque essere integralmente respinto.

4. Il reclamo incidentale

Va anzitutto precisato, pur in assenza di rilievi sul punto da parte della reclamante principale, come la giurisprudenza di legittimità non abbia mai dubitato che sia consentita la proposizione di impugnazioni incidentali, anche tardive (cfr. tra le altre, Cass. 20/01/2006 n. 1176; Cass. SS.UU. 31/07/2012 n. 13617)), nei procedimenti in camera di consiglio disciplinati dal codice di procedura civile, agli artt. 737 ss. c.p.c., la cui disciplina è richiamata dal comma 3 dell'art. 840 sexiesdecies c.p.c.

Ciò posto, il reclamo incidentale proposto dall'Associazione CODICI è fondato.

Il D.M. 13/08/2022 n. 147, all'art. 2, ha infatti introdotto modifiche all'art. 4 del D.M. 55/2014, prevedendo che, dopo il comma 4, sia inserito il comma 4 bis, del seguente tenore: *"I parametri previsti dalla allegata tabella n. 7 per i procedimenti di volontaria giurisdizione si applicano esclusivamente a quelli non aventi natura contenziosa."*

Nessun dubbio può sussistere - ed infatti non vi è contestazione sul punto - sulla natura contenziosa del presente procedimento, in cui una parte agisce a tutela di interessi collettivi, che assume violati dalle condotte tenute dal soggetto convenuto, sicché erroneamente il Tribunale ha fatto riferimento espresso alla tabella n. 7 (v. pag. 13 decreto impugnato) nella liquidazione dei compensi in favore della parte vittoriosa.

La liquidazione dei compensi deve quindi avvenire in base alla tabella n. 2 del D.M. 55/2014, come aggiornata dal D.M. 127/2022, per cui - tenuto conto del pregio dell'attività svolta, del numero e della natura delle questioni trattate, sia di carattere preliminare, che di merito - i compensi debbono essere quantificati (avuto riguardo allo scaglione di valore di riferimento, e cioè cause di valore indeterminabile) in misura prossima ai medi, e così € 2.552,00 per la fase di studio, € 1.628,00 per la fase introduttiva e € 3.900,00 per la fase decisionale, pari a complessivi € 8.080,00, oltre rimborso spese forfettario ed accessori.

5. Le spese del presente procedimento

Tenuto conto dell'integrale soccombenza di la SOCIETA' questa deve essere condannata a rifondere all'Associazione CODICI le spese del presente reclamo, con liquidazione dei compensi in misura compresa tra i minimi ed i medi dello scaglione di valore di riferimento, atteso il limitato numero di questioni trattate nella presente fase, e quindi:

€ 2.400,00 per la fase di studio.

€ 1.700,00 per la fase introduttiva,

€ 2.552,00 per la fase decisionale, e quindi complessivamente € 6.652,00, oltre rimborso spese forfettario del 15%, ed accessori.

Stante la natura impugnatoria del reclamo, deve darsi atto, ai sensi dell'art. 13, comma 1, quater, del DPR 30.5.2002, n. 115, così come novellato dalla l. 24.12.2012, n. 228, della sussistenza dei presupposti

per il versamento da parte del reclamante di un ulteriore importo a titolo di contributo unificato, pari a quello già versato all'atto dell'iscrizione a ruolo.

P.Q.M.

La Corte d'Appello di Torino – Sezione Quinta Civile,
visti gli artt. 739 e 840 sexiesdecies c.p.c.,

respinge il reclamo proposto da la SOCIETA' [REDACTED] nei confronti del decreto emesso in data 10/05/2023 dal Tribunale di Torino – Sezione Specializzata in Materia d'Impresa; in accoglimento del reclamo incidentale proposto dall'Associazione CODICI – Centro Diritti per il Cittadino, ed in riforma del decreto emesso dal Tribunale di Torino, liquida in € 8.080,00, oltre rimborso forfettario del 15%, C.P.A., IVA, i compensi che la SOCIETA' [REDACTED] è tenuta a rifondere all'Associazione CODICI per la prima fase del procedimento; condanna la SOCIETA' [REDACTED] a rifondere all'Associazione CODICI – Centro Diritti per il Cittadino le spese della presente fase di reclamo, che si liquidano in € 6.652,00 per compensi, oltre rimborso forfettario del 15%, C.P.A., IVA, se dovuta, e successive occorrendo; dà atto della sussistenza dell'obbligo, ai sensi dell'art. 13, comma 1, quater, del DPR 30.5.2002, n. 115, così come novellato dalla l. 24.12.2012, n. 228, a carico della reclamante principale, la SOCIETA' [REDACTED] del versamento di un ulteriore importo a titolo di contributo unificato pari a quello già versato all'atto dell'iscrizione a ruolo.

Si comunichi

Così deciso in Torino nella camera di consiglio del 11/10/2023

Il Consigliere est.

dott.ssa Maria Gabriella Rigoletti

Il Presidente

dott.ssa Emanuela Germano Cortese