



Numero registro generale 11531/2021

Numero sezionale 2393/2023

Numero di raccolta generale 12881/2023

Data pubblicazione 11/05/2023

REPUBBLICA ITALIANA
LA CORTE SUPREMA DI CASSAZIONE
PRIMA SEZIONE CIVILE

Composta dagli Ill.mi Sigg.ri Magistrati:

| | |
|--------------------|------------------|
| FRANCESCO ANTONIO | Presidente |
| GENOVESE | |
| GIULIA IOFRIDA | Consigliere |
| LOREDANA NAZZICONE | Consigliere-Rel. |
| MASSIMO FALABELLA | Consigliere |
| ANDREA FIDANZIA | Consigliere |

Oggetto:

BREVETTO
MARCHIO

Ud.28/04/2023 CC

ha pronunciato la seguente

ORDINANZA

sul ricorso iscritto al n. 11531/2021 R.G. proposto da:

....., in persona del legale rapp.te p.t.,
elettivamente domiciliata in Roma,
presso lo studio dell'avvocato

....., che la rappresenta e difende unitamente
all'avvocato per procura
speciale

-ricorrente-

contro

..... in persona del legale rapp.te p.t., elettivamente
domiciliata in presso lo studio
dell'avvocato che
la rappresenta e difende unitamente agli avvocati



Alba, in Italia, dove lamenta di aver subito un danno, ed essendo stato correttamente adito il giudice, ai sensi dell'art. 120, comma 2, cod. propr. ind.;

b) è provata la commercializzazione sul territorio italiano del prodotto a marchio "Bliki" da parte della originaria convenuta, sia per l'impiego della lingua italiana sull'etichetta apposta, tale da dimostrarne l'univoca destinazione al mercato italiano, sia per la condotta processuale delle parti;

c) non sussiste la nullità dei marchi di forma "Tic Tac", ai sensi dell'art. 9 cod. propr. ind.: in primo luogo, non vi è coincidenza tra brevetti e marchi di forma, in quanto oggetto di brevetto è la specifica soluzione tecnica applicata all'apertura della scatola di confetti, mentre, quanto ai marchi di forma, rilevanza essenziale è data al contenitore rettangolare trasparente sottostante, laddove il meccanismo di apertura viene citato solo per completezza; in secondo luogo, non si ravvisa l'impedimento alla registrazione, di cui all'art. 9, lett. b), con riferimento ai prodotti aventi la cosiddetta forma funzionale, la quale sussiste solo quando la forma di un prodotto si limiti ad incorporare la soluzione tecnica messa a punto dal fabbricante e brevettata, mentre nella specie, al contrario, la forma oggetto dei marchi rappresenta soltanto una delle possibili forme di realizzazione di un contenitore per confetti, laddove solo il meccanismo di chiusura è oggetto dei brevetti; in terzo luogo, neppure è integrata la fattispecie dell'art. 9, lett. c), perché la forma della scatola non è connotata da un valore estetico tale da costituire autonoma ragione di acquisto dei confetti "Tic Tac", e, quindi, tale da attribuire valore sostanziale al prodotto, essendo le motivazioni d'acquisto dei consumatori correlate piuttosto ad altri fattori, quale la notorietà del marchio;

d) neppure sussiste la nullità dei marchi per l'assenza dei requisiti di novità della forma del confetto e di capacità distintiva: sotto il primo profilo, la controversia non ha ad oggetto i confetti,



ma solo la scatola che li contiene; sotto il secondo profilo, sussiste la prova del carattere del marchio "Tic Tac" come immediatamente riconoscibile e riconosciuto sul mercato, avente piena capacità distintiva;

e) è provata, come già ritenuto in primo grado, la contraffazione dei marchi "Tic Tac", atteso l'insieme degli elementi che rendono i segni identici o simili, da ciò derivando il rischio di confusione per il pubblico, con conseguente indebito vantaggio economico cagionato dallo sfruttamento della rinomanza dei marchi ampiamente conosciuti;

f) è provata la concorrenza sleale per imitazione servile e per confusione di prodotti, di cui all'art. 2598, comma 1, n. 1, c.p.c., attesa la presenza dei prodotti confondibili sul territorio italiano, posto che la forma della scatola di titolarità della Ferrero s.p.a. presenta caratteristiche esteriori dotate di efficacia individualizzante, idonee a ricollegare il prodotto all'impresa, tale che un consumatore medio può essere indotto in confusione dai prodotti della controparte;

g) sulla base di tali accertamenti, correttamente il Tribunale ha disposto l'inibitoria, la fissazione di una penale e la pubblicazione del dispositivo della sentenza;

h) l'appello incidentale è del pari infondato, sia quanto alla genericità delle istanze istruttorie ai sensi degli artt. 121, 121-bis c.p.i. e 210 c.p.c. ed alla natura esplorativa della c.t.u., sia con riguardo alla domanda risarcitoria, non essendo stata provata l'esistenza e l'entità di un danno, per l'omessa ricostruzione del tempo e luogo del preteso pregiudizio e della diffusione dei confetti sul mercato italiano.

Avverso la sentenza viene proposto ricorso per cassazione da .., sulla base di sette motivi.

Resiste con controricorso l'intimata, che deposita anche la memoria.



RAGIONI DELLA DECISIONE

1. – I motivi del ricorso principale deducono:

1) omesso esame, ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 5 c.p.c., di un fatto decisivo consistente in tutti i brevetti di $\bar{\quad}$ u., e non dei soli brevetti italiani, dal cui esame sarebbe emersa la coincidenza delle forme tra quanto rivendicato nei brevetti e quanto rappresentato nei marchi di forma, ed avendo inoltre la sentenza impugnata omesso di valutare le conseguenze giuridiche della trasposizione delle medesime forme come brevetto e come marchio: infatti, la sentenza impugnata ha riconosciuto al "contenitore" una tutela concorrenziale perpetua alla stregua di un marchio, mentre l'ordinamento tutela in tal modo la forma del prodotto solo se è elemento distintivo ("forma-segno"), non anche se è parte integrante del prodotto perché da essa dipendono le prestazioni tecniche ("forma-prodotto"), ai sensi dell'art. 9 cod. propr. ind.; onde controparte non avrebbe dovuto godere per il marchio in questione di una tutela concorrenziale contro l'imitazione servile, essendo la forma, nella specie, priva di capacità distintiva ed avendo essa un ruolo meramente funzionale e strutturale; infatti, i brevetti, una volta scaduti, perdono ogni connotato monopolistico e il loro insegnamento può essere liberamente e lecitamente utilizzato ovunque nel mondo, come nella specie avrebbe dovuto concludere la corte territoriale;

2) violazione o falsa applicazione degli artt. 41 Cost., 18, lett. c), r.d. n. 929 del 1942 e 9, lett. b), cod. propr. ind., ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 3 c.p.c., per non avere la sentenza impugnata ravvisato una ragione impediente la tutela del marchio in oggetto, sebbene esso fosse costituito esclusivamente da una forma necessaria per ottenere un risultato tecnico o "forma funzionale", la quale non è solo quella inderogabile per ottenere un risultato tecnico (c.d. forma necessaria), ma anche quella che svolge una funzione utile (c.d. forma utile), e, nella specie, le



caratteristiche essenziali dei marchi tridimensionali di cui è causa

sono tutte esclusivamente funzionali, onde l'impedimento assoluto

operava perché il risultato tecnico poteva ottenersi anche mediante forme alternative; né potendo comunque il *secondary meaning* trovare applicazione in caso di marchi originariamente nulli per sussistenza di impedimenti assoluti, dove la percezione dei consumatori è irrilevante;

3) violazione o falsa applicazione degli artt. 41 Cost., 18, lett. c), r.d. n. 929 del 1942, 9, lett. c), cod. propr. ind., ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 3 c.p.c., perché la sentenza impugnata ha ritenuto che i marchi in oggetto non diano un valore sostanziale al prodotto, quando, invece, è evidente che nel caso di specie il valore sostanziale del contenitore di cui è causa consiste proprio in quelle caratteristiche di utilità, quali la trasparenza, che permette di vedere il prodotto all'interno del contenitore, la maneggevolezza e la praticità, perché consente di essere contenuto e aperto e chiuso con una sola mano;

4) nullità per assenza di motivazione di cui all'art. 132, comma 2, n. 4, c.p.c. ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 4, c.p.c., in quanto la sentenza impugnata ha reputato dimostrata la commercializzazione del prodotto della ricorrente in Italia, ma con motivazione inesistente, in quanto fondata sulla presenza di un'etichetta in italiano sulle confezioni, senza deposito in giudizio di fatture, bolle d'acquisto o scontrini, laddove, invece, la ricorrente aveva contestato la vendita del prodotto in Italia;

5) violazione o falsa applicazione degli artt. 41 Cost. e 20 cod. propr. ind., ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 3 c.p.c., non essendovi nessuna contraffazione dei détti marchi, dal momento che le forme, oggetto dei brevetti, sono cadute in pubblico dominio e quindi sono liberamente appropriabili e riproducibili dai concorrenti, quanto alla trasparenza del contenitore, alla forma a parallelepipedo, alla posizione dell'apertura ed al tappo bianco con



linguetta, tutti elementi, e non solo l'ultimo, di natura funzionale e coperti dai brevetti, mentre non sussiste la non appropriabilità di nessuna caratteristica arbitraria o capricciosa, come tale non ricompresa nei brevetti;

6) violazione o falsa applicazione degli artt. 41 Cost. e 2598 c.c., ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 3 c.p.c., per avere ritenuto la sentenza impugnata sussistere la concorrenza sleale, quando invece essa non poteva esservi, essendo tutte le predette caratteristiche liberamente riproducibili dai concorrenti, non esistendo esclusive illimitate nel tempo sui prodotti, ma solo sui segni distintivi dei prodotti stessi, in quanto l'ordinamento favorisce l'arricchimento del progresso collettivo e quindi il "ritorno" del prodotto all'interno del sistema della libera concorrenza;

7) violazione o falsa applicazione degli artt. 2599 c.c., 120 e 614-*bis* c.p.c., 124 e 126 cod. propr. ind., ai sensi dell'art. 360, comma 1, n. 3 c.p.c., con riguardo alle domande di inibitoria, condanna alla penale e pubblicazione del dispositivo della sentenza, dovendo derivare dall'accoglimento del ricorso la cassazione con rinvio della decisione impugnata, anche nella parte relativa a tali statuizioni.

2. – Il primo motivo è inammissibile.

La controricorrente ha fondatamente eccepito (in senso lato) l'inammissibilità del motivo, ai sensi dell'art. 348-*ter* c.p.c.

I Collegi giudicanti di primo e di secondo grado hanno escluso – all'esito delle valutazioni riservate al prudente apprezzamento del giudice di merito – la nullità dei marchi "*Tic Tac*", dalla controparte invocate.

Ha ritenuto la sentenza impugnata, confermando il convincimento del primo giudice, che le invocate anteriorità brevettuali attenessero soltanto ad alcuni specifici caratteri tecnici: in particolare, la caratteristica chiusura, avente una specifica funzione e pregio tecnico; mentre ha negato, all'esito del suo



esame, che quei brevetti riguardassero anche i profili estetici formali, allo stesso modo del giudice di primo grado. I giudici del merito, in sostanza, hanno ritenuto che i brevetti attengano ai soli meccanismi di apertura del contenitore, e solo il marchio alla sua forma complessiva.

Non può dirsi, dunque, che i presupposti fattuali delle conclusioni raggiunte fossero diverse nelle due decisioni, dovendosi dichiarare pertanto il motivo inammissibile ai sensi della norma ricordata.

Né può sostenersi che la sentenza impugnata abbia mancato di esaminare le rivendicazioni brevettuali, come lamenta la ricorrente, non essendovi nessun elemento per concludere in tal senso (in particolare, quanto ai brevetti indicati come allegati nn. 3, 4, 6, 7 al ricorso, non aventi una portata maggiore di quella del titolo di cui rivendicano la priorità): il rilievo dell'assenza di portata funzionale delle indicazioni sul "contenitore", esposto dalla sentenza impugnata, si palesa invero una risposta esauriente al riguardo.

Ed è un accertamento di fatto avere ritenuto che la forma del contenitore, come tale, non fosse compresa nella tutela brevettuale, dalla sentenza reputata come afferente unicamente alla sua modalità di apertura e di chiusura di esso, indipendentemente dalla descrizione anche di una forma nelle rivendicazioni, la quale però essa ha escluso argomentatamente che costituisse una soluzione tecnica, reputando che la forma, pur indicata nella rivendicazione, non sia anch'essa rivendicata.

Ogni altra deduzione è inammissibilmente volta alla ripetizione del giudizio sul fatto, pur sotto l'egida del mezzo come omesso esame, sollecitandosi invece la Corte di legittimità alla rivalutazione dell'accertamento del fatto compiuto dal giudice del merito ed al riesame delle risultanze istruttorie (Cass., sez. un., 27 dicembre 2019, n. 34476).



3. – Il secondo ed il terzo motivo, che per la loro connessione possono essere congiuntamente trattati, sono infondati.

La corte territoriale ha ritenuto che la forma oggetto dei marchi "Tic Tac" sia soltanto una delle numerose forme che potrebbero avere i contenitori di confetti, in quanto tutti i vari tipi di confezione potrebbero del pari essere muniti della medesima chiusura, brevettata come soluzione tecnica tutelata: ha, quindi, escluso che i brevetti attengano ad una "forma necessaria" o ad una "forma sostanziale".

Si ricorda che per "forma necessaria" si intende quella che sia necessaria per ottenere un risultato tecnico, e, quindi funzionale, perché imposta dall'utilità industriale che persegue, onde, secondo tale principio, quando una determinata forma è "necessaria", cioè inscindibilmente connessa con l'utilità di un trovato, l'imitazione è per ciò stesso lecita, sempre che sussista tale elemento di inscindibilità e quindi di necessarietà. Pertanto, si è affermato che i segni possono costituire oggetto di marchio, in quanto rispondano oggettivamente e preminentemente alla funzione distintiva del prodotto e della sua provenienza, senza esser vincolati dalla destinazione merceologica o dalla forma necessaria del prodotto stesso (Cass. 28 giugno 1980, n. 4090), in quanto *«una forma funzionale, o necessaria, tale cioè da non potere essere evitata senza con ciò compromettere la funzione realizzata dal modello, pone in essere contestualmente un preciso elemento individualizzante nel mercato. Il modello si identifica, segno commerciale a parte, perché la sua forma, dichiarando e rendendo possibile la funzione che costituisce il cuore dell'idea, è, in quanto tale, inconfondibile. Conseguenza che fuori delle ipotesi nelle quali vi è una privativa a tutela di quella funzione e di quella forma, se la funzione è liberamente riproducibile, lo è anche la forma che necessariamente la realizza»* (in motivazione, Cass. 9 marzo 1998, n. 2578).



Dunque, per forma imposta dalla natura stessa del prodotto deve intendersi quella naturale ovvero quella standardizzata del prodotto, noto in tale configurazione, in tal modo restando esclusa la proteggibilità come marchio dalla legge, attesa la mancanza di capacità individualizzante del segno, che si oppone in via di principio ad una monopolizzazione, che penalizzerebbe la concorrenza senza giustificazione (così Cass. 23 novembre 2001, n. 14863; e già Cass. n. 60 del 2001; Cass. n. 6644 del 1996); essa si riscontra quando si tratta di una forma che non è ispirata ad un criterio di fantasia o di differenziazione del prodotto, ma costituisce una forma, utile e conveniente, che esprime esclusivamente il valore, cioè le caratteristiche essenziali del prodotto, racchiudendone in sé tutta e solo la dimensione funzionale (così, in motivazione, Cass. 16 luglio 2004, n. 13159, in relazione al c.d. ovetto Kinder, richiamata da entrambe le parti).

Mentre per "forma sostanziale" si intende quella che dà un valore sostanziale al prodotto, ossia «*il cui pregio modifica l'identità di un prodotto in quanto tale, perché ne aumenta il valore merceologico, senza mutarne la funzione ontologica*» (Cass. 23 novembre 2001, n. 14863).

La giurisprudenza unionale ha più volte ribadito che un segno, il quale rappresenti la forma di un prodotto, rientra tra i segni idonei a costituire un marchio, a condizione che sia, da un lato, riproducibile graficamente e, dall'altro, adatto a distinguere il prodotto o il servizio di un'impresa da quelli di altre imprese (Corte di giustizia UE 10 novembre 2016, C-30/15, *Simba Toys*, punto 37; 29 aprile 2004, *Henkel*, C-456/01, C-457/01, punti 30 e 31; 14 settembre 2010, *Lego Juris*, C-48/09, punto 39), affermando altresì che, più la forma della quale è chiesta la registrazione assomiglia alla forma che con ogni probabilità assumerà il prodotto di cui si tratta, più è verosimile che tale forma sia priva di carattere



distintivo (Corte giustizia Comunità europee 29 aprile 2004, n. 456/01 e 457/01, *Henkel*, cit.).

Proprio per questo, essa ha ritenuto nullo il marchio europeo di forma tridimensionale costituito dal "cubo di Rubik", svolgendo la c.d. struttura a griglia, che compare su ciascuna delle sue facce, dividendola in nove elementi quadrati della stessa dimensione, una funzione tecnica, assicurando la rotazione dei singoli elementi delle bande verticali ed orizzontali del cubo medesimo, sicché tale cubo costituisce un puzzle tridimensionale (Corte giustizia UE 10 novembre 2016, C-30/15 P, cit.).

Infatti, la legge impedisce la valida registrazione di un segno costituito, nelle sue caratteristiche essenziali, da un risultato tecnico, perché vi è un interesse generale all'utilizzo, che preclude situazioni di monopolio di soluzioni tecniche (cfr., fra le altre, Corte giustizia UE 16 settembre 2015, C-215/14, *Nestlé*, punto 38; 18 giugno 2002, C 299/99, *Philips Electronics*, punti 76 ss., sulle tre testine rotanti di un rasoio elettrico; Corte giustizia Comunità europee 8 aprile 2003, C-53/01 a C-55/01, *Linde*, punto 44): così per la forma costituente soluzione di un problema tecnico e di marchi costituiti dalla forma del prodotto.

Mentre si osserva come non si possa escludere che l'aspetto estetico di un marchio che assume una determinata forma possa essere tenuto in considerazione, se richiama l'effetto visivo oggettivo e inusuale del *design* specifico del marchio suddetto (Corte giustizia UE 12 dicembre 2019, *Euipo/Wajos*, C-783/18, p. 32); Tribunale UE, 14 luglio 2021, T-488/20, p. 43 e 44).

Del pari, anche per questa Corte non è suscettibile di registrazione come marchio di forma la forma funzionale di un prodotto, che non presenti, per i consumatori di riferimento, carattere distintivo (Cass. 27 luglio 2015, n. 15681, non massimata, ma edita), come quando la forma sia imposta dalla natura stessa del prodotto, in quanto forma necessaria per



ottenere un risultato tecnico o forma che dà un valore sostanziale al prodotto (Cass. 29 ottobre 2009, n. 22929).

In ogni caso, recepiti dall'ordinamento positivo tali concetti, va altresì precisato che il principio di correttezza, enunciato in senso generale dall'art. 2598, comma 1, n. 3, c.c., costituisce anche il limite della teoria della c.d. forma necessaria e della c.d. forma sostanziale.

Nel caso di specie, la sentenza impugnata ha accertato l'estrinsecità della forma rispetto al prodotto ed ha escluso che la prima sia carattere indefettibile del secondo: essa ha affermato la validità del marchio, perché è dato di distinguere chiaramente tra la forma ed il prodotto come realizzato.

La Corte territoriale ha dunque escluso sia possibile nella specie, in punto di fatto, individuare sia una «*forma del prodotto necessaria per ottenere un risultato tecnico*», sia una «*forma che dà un valore sostanziale al prodotto*», la cui proteggibilità come marchio sia esclusa dall'art. 9, lett. b) e c), cod. propr. ind.

La corte territoriale si è attenuta ai ricordati principî ed ha proceduto quindi, sul piano concreto, ad accertare che, nella specie, la forma del contenitore dei confetti non costituisca una soluzione di carattere tecnico ad un problema di tal fatta, aggiungendo che ciò viene sul piano logico confermato proprio dalla sicura possibilità che il contenitore assuma altre forme, senza pregiudizio funzionale al fine di contenere e distribuire i confetti, proprio perché non è forma che costituisca pura la soluzione ad un problema tecnico.

Non sussistono, pertanto, le lamentate violazioni di legge, giacché la sentenza, che muove da esatti principî giuridici, ha raggiunto la sua statuizione sulla base di un accertamento di fatto incensurabile.



Il riferimento al c.d. *secondary meaning* è invece di per se inammissibile, non trattandosi nella specie di tale istituto, non considerato dalla impugnata decisione.

4. – Il quarto motivo è infondato.

Lamenta la ricorrente il vizio di motivazione omessa, con riguardo al convincimento raggiunto dal giudice circa la dimostrata commercializzazione del prodotto della controricorrente in Italia, fondamento sia della ritenuta giurisdizione italiana, sia della pronuncia nel merito circa la rilevanza della contraffazione e della concorrenza sleale per imitazione servile, con essa realizzata.

Circa il profilo della giurisdizione, deve rilevarsi che la stessa non viene affatto contestata dal motivo, che intende piuttosto confutare l'accertamento compiuto circa il commercio del prodotto nel territorio nazionale.

Quanto alla più generale censura di motivazione omessa, essa non è fondata.

La sentenza impugnata ha provveduto a valutare i fatti di causa e le prove offerte, giungendo al convincimento, adeguatamente motivato, della sussistenza della commercializzazione del prodotto nel territorio nazionale.

Non giova alla ricorrente rimarcare come un argomento ritenuto centrale dalla sentenza impugnata, in una con la condotta processuale delle parti, sia quello della presenza di un'etichetta in italiano sulle confezioni, lamentando che invece non vi sia stato il deposito in giudizio di documenti contabili al riguardo: sul punto, va invero richiamato il principio consolidato, secondo cui il giudice di merito è libero di attingere il proprio convincimento da quelle prove o risultanze di prova che ritenga più attendibili e idonee alla sua formazione, né gli è richiesto di dar conto, nella motivazione, dell'esame di tutte le allegazioni e prospettazioni delle parti e di tutte le prove acquisite al processo, essendo sufficiente che egli esponga, in maniera concisa e logicamente adeguata, gli elementi



in fatto ed in diritto posti a fondamento della sua decisione e le prove ritenute idonee a confortarla, dovendo reputarsi implicitamente disattesi tutti gli argomenti, le tesi e i rilievi che, seppure non espressamente esaminati, siano incompatibili con la soluzione adottata e con l'iter argomentativo svolto (Cass. 9 febbraio 2021, n. 3104; 29 dicembre 2020, n. 29730).

5. - Il quinto ed il sesto motivo possono trattarsi congiuntamente, in quanto impingono nel fatto, esponendosi al medesimo vizio d'invalidità.

Nel lamentare che sia stata ravvisata la contraffazione dei marchi, come pure che sia stata ritenuta sussistente la concorrenza sleale, il ricorso invero finisce per riproporre un giudizio sul fatto, come sopra esposto, tuttavia, certamente estraneo al giudizio di legittimità.

La ricorrente, sotto l'apparente denuncia del vizio di violazione di legge, pretende invero dalla Corte di legittimità una rivisitazione della fattispecie concreta, già scrutinata dai giudici del merito, tramite la lettura degli atti istruttori: ma il vizio di violazione di legge consiste nella deduzione di un'erronea ricognizione, da parte del provvedimento impugnato, della fattispecie astratta recata da una norma di legge e implica necessariamente un problema interpretativo della stessa, laddove l'allegazione di un'erronea ricognizione della fattispecie concreta a mezzo delle risultanze di causa è esterna all'esatta interpretazione della norma e inerisce alla tipica valutazione del giudice di merito, sottratta al sindacato di legittimità (*e multis*, Cass. 15 aprile 2021, n. 10029; Cass. 17 febbraio 2021, n. 4172; Cass. 22 gennaio 2021, n. 1341; Cass. 4 maggio 2020, n. 8444; Cass. 10 marzo 2020, n. 6692; Cass. 6 marzo 2019, n. 6519; Cass. 5 febbraio 2019, n. 3340; Cass. 14 gennaio 2019, n. 640); rimane, pertanto, estranea a tale vizio qualsiasi censura volta a criticare il "convincimento" che il giudice si è formato, in esito all'esame del materiale probatorio mediante la



valutazione della maggiore o minore attendibilità delle fonti di prova, posto che la valutazione degli elementi istruttori costituisce, infatti, un'attività riservata in via esclusiva all'apprezzamento discrezionale del giudice di merito, le cui conclusioni in ordine alla ricostruzione della vicenda fattuale non sono sindacabili in cassazione (Cass. n. 11176/2017; n. 20802/2011; n. 42/2009).

6. – Il settimo motivo è inammissibile, perché costituisce un "non motivo", contenendo solo l'auspicio della riforma del capo sulle pronunce accessorie quale conseguenza dell'accoglimento dei motivi antecedentemente proposti.

7. – Le spese seguono la soccombenza.

P.Q.M.

La Corte rigetta il ricorso e condanna la ricorrente al pagamento delle spese di lite, liquidate in € 8.200,00, di cui € 200,00 per esborsi, oltre alle spese forfetarie nella misura del 15% sui compensi ed agli accessori, come per legge.

Dà atto che sussistono i presupposti per il versamento dell'ulteriore contributo unificato, ai sensi dell'art. 13, comma 1 *quater*, d.P.R. 30 maggio 2002, n. 115, ove dovuto.

Così deciso in Roma, nella camera di consiglio del 28 aprile 2023.

Il Presidente

Francesco Antonio Genovese

