



Il Direttore Generale

ENAC

Protocollo del 08/07/2010

0075855/ENAC/DG

All'AERO CLUB d'Italia
Via Cesare Beccaria, n. 35/a
00196 Roma

Oggetto: voli di propaganda.

Con riferimento alla nota dell'E.N.A.C. del 12 gennaio 2010, prot. 1740/CTN/DIRGEN, relativa alla questione dei voli "propaganda", appare opportuno rappresentare alcune considerazioni di carattere giuridico utili a definire il contesto applicativo.

In via preliminare, risulta necessario chiarire che la nota citata non ha una portata innovativa rispetto a quanto già disposto dal quadro normativo di riferimento.

Tale nota, infatti, è stata emessa con il solo intento di rendere noto a tutti i soggetti interessati che le attività di voli propaganda effettuati dietro remunerazione rientrano nel novero delle operazioni commerciali con le necessarie conseguenze applicative.

A tale riguardo, giova rammentare che la raccomandazione della A.N.S.V. 19/163-06/2/A/08, da cui prende le mosse la nota dell'E.N.A.C. del 12 gennaio 2010 sopra citata, fa riferimento ad un'azione di sensibilizzazione "sulle possibili conseguenze (anche di natura giuridica) derivanti dall'offerta continuativa e sistematica di voli turistici dietro pagamento di un corrispettivo in denaro e sui requisiti organizzativi e professionali necessari per effettuare tale tipo di attività".

Orbene, dalla letteralità della raccomandazione predetta è possibile desumere quanto segue.

In primis, la raccomandazione fa riferimento ad un'azione di sensibilizzazione da parte dell'E.N.A.C., escludendo così che si tratti di una posizione innovativa rispetto a quanto già disciplinato.

Ulteriormente, la A.N.S.V. fa riferimento ai requisiti organizzativi e professionali necessari per effettuare tale tipo di attività. Trattandosi per l'appunto di requisiti organizzativi e professionali, appare fuor di dubbio che

Aero Club d'Italia - Roma
Registro di Protocollo

Prot.:00016153 del 08/07/2010

ENTRATA

Titolario: AGP/SR/VA



2010E-00016153

dm. 9/7/10
Copie



lo svolgimento delle attività richiede una struttura organizzata di tipo professionale, che non può che essere garantita dal possesso di un C.O.A. Tanto detto in merito al fatto che lo scenario normativo di riferimento non è mutato a seguito dell'emanazione della nota E.N.A.C. sopra citata, è necessario richiamare, seppur brevemente, la distinzione tra trasporto gratuito e trasporto amichevole posto che, in caso di trasporto a titolo oneroso, la questione di cui trattasi non si pone in ragione dell'univocità interpretativa di tale istituto.

Il trasporto a titolo gratuito è una tipologia di trasporto che si realizza in un contesto contrattuale non necessariamente connesso al contratto di trasporto.

Esso si configura quando è presente un interesse patrimoniale, anche mediato, purché giuridicamente rilevante, di chi trasporta o promette di trasportare.

Esso costituisce un contratto a sé stante, soggetto alla disciplina generale delle obbligazioni nonché, in via analogica o diretta, alle norme sul trasporto oneroso ai sensi dell'articolo 1681, comma 3, c. civ. e 413 del codice della navigazione.

Tipico esempio è il trasporto di impiegati di un'azienda effettuato dal datore di lavoro nel contesto del rapporto di lavoro di impiego.

In coerenza con tale disposizione nazionale, l'art. 1 della Convenzione di Montreal prevede espressamente l'applicabilità della Convenzione stessa al trasporto gratuito.

Il trasporto gratuito si distingue a sua volta dal trasporto di persone a titolo di cortesia (tipico è il caso del c.d. autostop), che dà vita a vincoli non giuridici, in regime dell'art. 2054 c. civ.

Più in particolare, secondo risalente e consolidata giurisprudenza, è ravvisabile trasporto di cortesia solo qualora manchi un interesse giuridicamente apprezzabile del vettore, il quale è mosso unicamente dal desiderio di attuare una disinteressata manifestazione di «amicizia» (sul punto, *ex plurimis*, Cass. Sez. III, 3 Marzo 1998, n. 2331; Cass. Sez. VI, 1° Agosto 1986, n. 4924).

In considerazione di quanto sopra esposto ne consegue che, sotto un profilo giuridico, un contratto di trasporto deve necessariamente essere collocato in una delle fattispecie contrattuali sopra richiamate.

Orbene, per quanto di interesse, nella nota a riscontro si evincono due casi di trasporto.

Da un lato il trasporto amichevole caratterizzato dal trasporto di familiari o amici contraddistinto dallo spirito a fine di cortesia con cui tale volo è condotto.

Ciò esclude che vi possa essere una forma di retribuzione o rimborso formalizzata in un documento quale una fattura ovvero una ricevuta.

L'altro caso è il volo propaganda caratterizzato da una forma di pubblicità, dal versamento di una somma di denaro da parte del passeggero



formalizzata e, soprattutto da un rapporto contrattuale che interessa tre parti: l'Aeroclub, il pilota quale preposto del vettore ed il passeggero.

Tali peculiarità, in sostanza, si concretizzano in un'offerta al pubblico nella quale l'aspetto della cortesia, proprio del trasporto amichevole, appare di difficile individuazione.

Risulta, invece, presente lo scopo pubblicitario, individuabile nell'interesse del soggetto che lo effettua, l'Aeroclub, a promuovere e favorire l'attività aeronautica.

Inoltre, il versamento di una somma di denaro all'Aeroclub, con il rilascio di apposita ricevuta, sebbene corrisposta a titolo di rimborso, si ritiene sia sufficiente a definire il trasporto *de quo* a titolo oneroso.

Infatti, l'aspetto lucrativo, rappresentato dal guadagno, non è un elemento essenziale per qualificare un trasporto quale oneroso.

Ben potrebbe accadere, per diverse ragioni, che a fronte di trasporto oneroso venga corrisposta una somma di denaro che, in alcuni casi, neppure copre i costi del trasporto stesso.

Si pensi ai voli promozione o a tariffe particolarmente basse.

Ebbene, anche in questi casi, si ritiene che ci si muova nel contesto di un contratto a titolo oneroso.

In altri termini, a nulla rileva il fatto che la somma corrisposta dal passeggero copra o meno i costi della operazione di volo.

A tale riguardo, si rammenta che il regolamento (CE) n. 216/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, all'articolo 3, lettera *i*, definisce operazione commerciale "qualsiasi operazione di un aeromobile, dietro compreso o ad altro titolo oneroso, che sia disponibile per il pubblico oppure, se non messa a disposizione del pubblico, sia svolta nel quadro di un contratto fra operatore e un cliente, nella quale quest'ultimo non detiene alcun controllo sull'operatore".

Come si deduce da tale articolo regolamentare per qualificare un'operazione quale commerciale non è necessario un elemento lucrativo essendo sufficiente anche un mero compenso corrisposto dal passeggero.

Nel caso del volo di propaganda, sussiste un rapporto negoziale tra Aeroclub, passeggero e pilota designato dall'Aeroclub e tale circostanza esclude che possa trattarsi di un trasporto amichevole o di cortesia, i cui elementi caratterizzanti sono stati evidenziati in precedenza nel corpo della presente narrativa.

In aggiunta, occorre sottolineare che il rapporto intercorrente tra Aeroclub e pilota, nel caso di specie, è tale da configurare un mandato in capo a quest'ultimo con la conseguenza di incardinare, in capo all'Aeroclub, una responsabilità rispetto all'operato del pilota che è stato assegnato ed individuato per l'espletamento di quel particolare volo.

Ciò, in quanto l'effettuazione del volo da parte del pilota concreta lo svolgimento di un'attività per conto dell'Aeroclub, anche laddove il pilota riceva il vantaggio economico di accumulare ore di volo a costo zero.



In conclusione, per le ragioni sopra delineate, si ritiene che l'esecuzione del volo di propaganda, a fronte di una remunerazione a qualsiasi titolo corrisposta, abbia natura contrattuale, con tutte le conseguenze previste dalle norme vigenti per tale tipologia di attività.

Cordiali saluti

Alessio Quaranta