

PROCURA DELLA REPUBBLICA
PRESSO IL TRIBUNALE DI MILANO
DENUNZIA – QUERELA

Io sottoscritto Dott. Sandro Sassoli, in qualità di Amministratore Unico della Museo del Tempo s.r.l., con sede in Roma, Viale Liegi n. 44, Partita IVA 06201351001,

Espongo

In data 17/01/2017 veniva depositata in cancelleria l'ordinanza di archiviazione (doc. a) del G.I.P. Dott.ssa Ilaria de Magistris in cui veniva espressamente sostenuto quanto segue: *“In materia di truffa il danno deve avere contenuto patrimoniale, deve cioè concretizzarsi in un detrimento del patrimonio (inteso come complesso di diritti, rapporti e situazioni giuridiche a contenuto patrimoniale) del soggetto passivo, e non può essere configurato in presenza della violazione di una mera aspettativa”*. Per il dott. Giuseppe Sala, veniva disposta l'archiviazione.

Si dà atto che il decreto ingiuntivo in cui la EXPO 2015 S.p.A. chiedeva la somma di € 601.119,06 (doc. b) è successivo all'udienza di discussione relativa all'opposizione dell'archiviazione, in cui non era ancora stata richiesta alcuna somma di denaro da parte di EXPO 2015 s.p.a., pertanto, è configurabile la truffa contrattuale che si è consumata e concretizzata con la richiesta di detta somma alla Museo del Tempo s.r.l. da parte di EXPO 2015 S.p.A..

Dalla udienza di discussione dell'opposizione alla richiesta di archiviazione, in data 22/07/2016, al deposito dell'ordinanza (doc. a), in data 17/01/2017, decorrevano circa sei mesi.

Il GIP, che ha emesso l'ordinanza di archiviazione, non poteva conoscere, per quanto sopra specificato, che la EXPO 2015 s.r.l., concretizzava e consumava il fatto di reato nel decreto ingiuntivo in cui chiedeva € 601.119,06 alla Museo del Tempo s.r.l; richiesta fatta in data successiva all'udienza di opposizione della richiesta di archiviazione, dove il Giudice si riservava di decidere e pertanto mai è venuto a conoscenza della richiesta con decreto ingiuntivo di € 601.119,06.

Per quanto, invece, concerne la denuncia querela contro i Sig.ri Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti non risulta alcuna indagine verso costoro, seppur, denunciati e querelati. Ciò appare evidente nella richiesta di archiviazione del Pubblico Ministero (doc. c) e nell'ordinanza di archiviazione (doc. a) che nulla dice per costoro.

Mi riporto, pertanto, integralmente all'atto di denuncia querela depositato in data 12/10/2015 che viene qui trascritto:

“Quale legale rappresentate della Museo del Tempo s.r.l. ho avuto occasione di avere vari contatti con il Dott. Giuseppe Sala ed i suoi collaboratori, per la partecipazione della società da me rappresentata all'EXPO 2015.

Il Dott. Giuseppe Sala mi assicurava e garantiva sui diritti d'uso esclusivo del marchio EXPO 2015 allo scopo di apporlo su monete commemorative e medaglie ufficiali dell'EXPO Milano 2015 che ho inteso realizzare, con costi notevoli, specificatamente per tale evento. Il Dott. Sala mi diceva di dover inserire nel contratto un minimo garantito, così come poi è stato, in quanto con i canali di vendita che avrebbe messo a disposizione ci sarebbe stato un grosso volume di affari e pertanto necessitava inserire la somma del minimo garantito.

Anche l'Avv. Sandra Perilli, per il Dott. Giuseppe Sala, prima di stipulare il contratto mi allettava come da mail che produco: mail del 28/11/2011 (doc. 1) “.....con particolare riferimento all'issue relativa a riservare alla banca che diverrà partner di EXPO l'esclusiva a vendere i prodotti contrattuali, come sapete questa è una posizione molto sentita è molto sostenuta dal nostro direttore marketing.....”; mail del 07/10/2011 (doc. 2) “..... L'obiettivo di Expo con la sottoscrizione del presente non è quello di raggiungere il minimo garantito (che consideriamo un obiettivo minimo), l'obiettivo è di guadagnare molto di più..... ”; mail del 21/07/2011 (doc. 3) “... 3) Come da Lei richiesto è stata prevista la possibilità di ricomprendere anche la mascotte tra le possibili raffigurazione della moneta.....”.

Contando sull'affidabilità e sulle promesse del Dott. Giuseppe Sala e dei suoi collaboratori, stipulavo con lo stesso Dott. Sala, in data 14 dicembre 2011, il contratto (doc. 4) da lui e dalla sua equipe predisposto, che rimarrà in vigore sino al 31 dicembre 2016, contenente anche l'elenco delle categorie degli esercizi commerciali autorizzati per la rivendita dei prodotti commerciali e dei canali di vendita che Expo 2015 avrebbe messo a disposizione della Museo del Tempo s.r.l. - Allegato F (doc. 4A). Con tale contratto, firmato in anticipo di oltre quattro anni dall'evento Expo Milano, Museo del Tempo era – in ordine di tempo – il primo Licenziatario di Expo 2015 SpA.

Nel contratto (doc. 4) il Dott. Giuseppe Sala, per la EXPO s.p.a. , concedeva alla Museo del Tempo s.r.l. l'uso dei marchi e dei segni distintivi di EXPO e per mezzo dello stesso contratto la EXPO s.p.a. concedeva alla Museo del Tempo s.r.l. una licenza esclusiva per il conio, la produzione, la promozione, la distribuzione e/o la vendita di medaglie/monete commemorative dell'EXPO 2015 contrassegnati con il marchio EXPO (denominati Prodotti Contrattuali). Sempre in riferimento al suddetto contratto, l'Allegato F dello stesso, che ne costituisce parte integrante e sostanziale (pagina 2 del contratto), prevedeva un elenco delle categorie degli esercizi commerciali autorizzati

per la rivendita al pubblico dei Prodotti Contrattuali ed un ulteriore elenco dei canali di vendita che Expo 2015 avrebbe messo successivamente a disposizione della Museo del Tempo s.r.l.

Nell'Allegato F (doc. 4A), si legge testualmente: "la Licenziante (EXPO s.p.a. n.d.r.) a seguito della partnership che ha in programma di concludere nei prossimi anni disporrà di ulteriori canali di vendita che metterà a disposizione per la vendita dei prodotti Contrattuali. Tra questi, a titolo esemplificativo: Banche e sportelli bancari, Alberghi di prestigio, Poste Italiane, Website e e.commerce, punti di vendita interni ed esterni ad EXPO".

In data 17 luglio 2015 veniva formalmente contestato alla EXPO s.p.a., dalla Museo del Tempo s.r.l., e per essa dall'Avv Prof. Pieremilio Sammarco (doc 5) di non aver messo a disposizione alcun canale di vendita per la commercializzazione al pubblico dei prodotti contrattuali, con una notevole diminuzione, se non l'assenza, delle previsioni di vendita. La stessa EXPO s.p.a. veniva invitata formalmente a mettere a disposizione i canali di vendita dei prodotti contrattuali, nella specie banche e sportelli bancari, alberghi di prestigio, Poste Italiane, Website e e.commerce, punti di vendita interni ed esterni ad EXPO.

Dopo oltre due mesi, l'Avvocato Sandra Perilli, il 23 settembre 2015, rispondeva con pec (doc. 6) del tutto opposta a quanto invece aveva sostenuto precedentemente (mail del 28/11/2011 (doc. 1), mail del 07/10/2011 (doc. 2) e mail del 21/07/2011 (doc.3)) ed addirittura sostenendo che "... la possibilità di Expo di mettere a disposizione tali canali sconta, da un lato il limite della volontà del partner Intesa San Paolo a commercializzare i Prodotti contrattuali, non avendo EXPO nei suoi confronti alcun potere coercitivo, e dall'altro quello dell'esclusiva di cui gode il partner nel settore merceologico di riferimento.....". In buona sintesi il partner Intesa San Paolo non commercializzerà i Prodotti contrattuali e nessun altro istituto bancario potrà farlo!

Il comportamento del Dott. Giuseppe Sala e della sua equipe per EXPO s.p.a. è assurdo per il fatto che avendo preventivamente stipulato un contratto con la Museo del Tempo s.r.l., in cui si prevedeva che la licenziante (EXPO) avrebbe messo a disposizione per la vendita dei prodotti contrattuali banche e sportelli bancari ed altro (Allegato F - doc. 4A), ed ottenuto da parte mia la sottoscrizione del minimo garantito, ha volutamente mancato di adempiere nei riguardi della Museo del Tempo s.r.l., predisponendo con Banca Intesa, senza impegnarsi con la stessa per la vendita dei prodotti contrattuali che avrebbe fornito la Museo del Tempo s.r.l.. Infatti, successivamente il Dott. Giuseppe Sala e la sua equipe per EXPO s.p.a. segnalava alla Museo del Tempo s.r.l. di prendere contatti autonomamente con Banca Intesa, quest'ultima però non ha fornito nessun mezzo di vendita (mail del 05/07/2013 doc. 7), ed EXPO s.p.a., pur sollecitata più volte, si è rifiutata di adempiere agli obblighi contrattuali presi precedentemente con la Museo del

Tempo s.r.l. (mail del 19/09/2013 doc. 8), ed ha solamente rinviato di mese in mese il problema, con generiche rassicurazioni che si stava ricontattando Banca Intesa.

Expo s.p.a. ha incassato da Banca INTESA la somma di € 23,10 milioni, più € 10,5 milioni in servizi (per un totale, quindi, di € 33,15 milioni). Inoltre Banca Intesa ha concesso ad EXPO un'apertura di credito di 180 milioni (doc. 9, comunicato stampa del 12/10/2012). EXPO s.p.a. non ha inteso rispettare i patti previsti da contratto tra la licenziante e la licenziataria (allegato F), in cui si specificava che EXPO s.p.a. avrebbe messo a disposizione canali di vendita dei prodotti contrattuali come banche e sportelli bancari.

Mi veniva fissato a Milano un incontro, presso la sede EXPO, per il 05/12/2013 con il dott. Piero Galli, Direttore Generale Divisione Gestione Evento di Expo Milano 2015; a detto incontro era presente il Dott. Maurizio Foroni, consulente di Museo del Tempo s.r.l.. Sull'argomento del rifiuto di Banca Intesa di distribuire le coniazioni ufficiali e della grave inadempienza dell'EXPO s.p.a., il Dott. Piero Galli, (Pietro a quanto si apprende dalla stampa - doc. 10 - L'Espresso del 03/09/2015 n. 35, pag. 32 e 33) in maniera arrogante liquidava detto argomento con la frase: ""fateci causa!!!! Preferisco avere un contenzioso con Museo del Tempo piuttosto che con Banca Intesa". La Museo del Tempo s.r.l. è frastornata dal comportamento del Dott. Giuseppe Sala e dalla sua equipe (Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti) e ancor di più dall'articolo dell'Espresso del 03/09/2015 n. 35, pag. 32 e 33 (doc. 10).

Le affermazioni di EXPO s.p.a., tramite Luca Bianchetti, Licensing & Merchandising Manager (mail del 19/09/2013 doc.8), sono insostenibili, specialmente quando afferma che il canale banche non è previsto tra i canali autorizzati, lo stesso si può dire per quanto afferma Banca Intesa (mail del 05/07/2013 doc. 7) quando ritiene di non commercializzare le monete EXPO (prodotti contrattuali) all'interno delle filiali. Dette affermazioni sono nettamente in contrasto con quanto previsto dal contratto stipulato tra EXPO s.p.a. e Museo del Tempo s.r.l., specialmente nella parte prevista dall'allegato F (doc. 4A) dove Expo si impegna di "disporre di ulteriori canali di vendita che metterà a disposizione per la vendita dei prodotti Contrattuali. Tra questi, a titolo esemplificativo: Banche e sportelli bancari, Alberghi di prestigio, Poste Italiane, Website e e.commerce, punti di vendita interni ed esterni ad EXPO".

*Lo stesso risultato si è ottenuto con OVS (licenziatario per la vendita del merchandising all'interno di Expo), dove Museo del Tempo s.r.l., **di propria iniziativa e non già con l'appoggio di Expo**, ha stipulato un accordo di distribuzione (con la clausola del "conto vendita con diritto per OVS di reso totale dell'invenduto") ed è stata costretta, pur di sopravvivere, a corrispondere royalties molto elevate, 62% per OVS + 12% per Expo, invece del solo 12% previsto dal contratto firmato dal Dott. Sala, che a sua volta avrebbe dovuto mettere a disposizione come canale di vendita la*

OVS. Infatti a pag. 8 del contratto (doc 4) al punto 14.1 testualmente: “a titolo di corrispettivo della licenza oggetto del presente accordo la licenziataria si obbliga a corrispondere alla licenziante le royalties, da conteggiarsi sul fatturato netto, distinto per tipologia dei Prodotti contrattuali, nella misura del 12% (dodici per cento) per ogni anno contrattuale”.

Adirittura il Dott. Giuseppe Sala ed i suoi collaboratori non si sono peritati di informare la Responsabile delle Vendite all'interno di Expo, Sig.ra Milena Careri, del diritto contrattualmente riconosciuto a Museo del Tempo s.r.l. di vendere i suoi prodotti all'interno del sito (mail Careri dell'8 maggio 2015 – doc. 14).

Tale comportamento omissivo, tenuto oltre che con le aziende partner anche con i collaboratori interni ad Expo 2015 SpA, induce maggiormente a ritenere che tutte le possibilità di vendita promesse ed inserite da Expo in contratto fossero state intenzionalmente utilizzate esclusivamente per indurmi alla firma di un contratto che, altrimenti, non avrei mai sottoscritto.

Inutile dire che ugualmente finalizzate al solo scopo di allettarmi ed indurmi alla firma del contratto appaiono tutte le ulteriori possibilità previste a favore della Museo del Tempo s.r.l. e riportate nelle premesse del contratto di cui trattasi (doc. 4), possibilità che poi, successivamente, sono state tutte negate e mai realizzate.

Tra queste:

- lo studio, lo sviluppo e la realizzazione di una moneta intelligente (c.d. “Expo Smart Coin) da fornire a Expo 2015 per la sua rivendita ai visitatori. (punto “e” delle Premesse) “... **l'Expo Smart Coin verrà realizzato in esclusiva per la Licenziante in occasione dell'Expo Milano 2015**”;

- la vendita dei Prodotti Contrattuali (le coniazioni, n.d.r.) unitamente al biglietto d'ingresso ad Expo.

Medesimo comportamento è stato tenuto dal Dott. Giuseppe Sala e dai suoi collaboratori, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti per quanto riguarda l'utilizzo della Mascotte di Expo sulle coniazioni realizzate da Museo del Tempo s.r.l.:

a) In sede di trattativa (mail Perilli del 21/07/2011 – doc. 3) viene confermato “ **3) Come da Lei richiesto è stata prevista la possibilità di ricomprendere anche la mascotte tra le possibili raffigurazione della moneta...**”

b) In effetti, il contratto sottoscritto recita, all'art. 2 “Definizioni”, punto 2.4 “Marchio” “**Si prevede sin da ora che qualora Expo 2015 adottasse una mascotte e la raffigurazione della medesima fosse ritenuta, da Expo 2015, nella sua ampia discrezionalità, adeguata per una trasposizione sui Prodotti Contrattuali, come di seguito definiti (le coniazioni – n.d.r.) le disposizioni del presente Articolo verranno integrate con specifico Addendum al**

fine di ricomprendere anche il logo/raffigurazione della mascotte eventualmente adottata”.

c) Individuata da Expo 2015 nella “Walt Disney” l’azienda incaricata per la realizzazione della mascotte, il Dott. Giuseppe Sala ed i suoi collaboratori, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti si sono ben guardati dall’indicare l’esistenza del diritto di utilizzo della stessa, già negoziato e riconosciuto contrattualmente alla “Museo del Tempo s.r.l.”. Anzi, alle giuste rimostranze di quest’ultima, rispondevano che l’utilizzo della mascotte non è contrattualmente previsto e che la relativa licenza deve essere negoziata con la Walt Disney (mails Perilli e Bianchetti del 20/01/2014 – doc. 15).

E’ palese, quindi, la responsabilità intenzionale da parte del Dott. Giuseppe Sala e dei suoi collaboratori, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti, ed è altrettanto palese la sussistenza di artifici o raggiri, da parte degli stessi, che mi hanno indotto in errore sin dalla fase precontrattuale e che hanno carpito la mia buona fede. Non solo perché gli stessi avrebbero dovuto prevedere, nella contrattazione con Banca Intesa e OVS che la distribuzione e commercializzazione delle monete EXPO, era condizione necessaria ed imprescindibile, e con la Walt Disney che il diritto di utilizzo della mascotte era già stato negoziato da Expo e riconosciuto alla “Museo del Tempo s.r.l.”, ma anche perché veniva comunicato con lettera del 12/03/2015 (doc. 11) dal Dott. Piero (Pietro) Galli, la decadenza dall’esclusiva per il conio, già concessa alla Museo del Tempo s.r.l., comunicazione totalmente infondata, atteso che, con carteggio scambiato tra la “Museo del Tempo s.r.l.” ed “Expo 2015”, quest’ultima aveva precedentemente già concesso un ridimensionamento degli obiettivi di vendita (poi ampiamente rispettati da Museo del Tempo) ed uno slittamento nel tempo degli stessi. Difatti, ma come poteva raggiungere MdT gli obiettivi di vendita senza i canali di distribuzione che dovevano essere resi disponibili da Expo 2015?

Entro il 30 novembre 2015 la Museo del Tempo dovrà corrispondere il minimo garantito pari ad € 500.000,00 (euro cinquecentomila,00), se le royalties già corrisposte non abbiano raggiunto l’importo del minimo garantito e ad oggi detta somma, da corrispondere come minimo garantito, ammonta ad € 452.000,00 (quattrocentocinquantaduemila euro).

*L’insieme dei fatti esposti evidenziano che il contratto stipulato tra EXPO s.p.a e MdT sicuramente renderà alla stessa EXPO almeno € 500.000,00 di minimo garantito. La stessa, successivamente, con contratto con Banca Intesa ha guadagnato cifre enormi (€ 23,10 milioni in contanti, più € 10,5 milioni in servizi, più 180 milioni di apertura credito), ed ulteriori ragguardevoli cifre dalla “Walt Disney” per l’aggiudicazione della mascotte, come sopra esposto e documentato, mettendo così da parte, volutamente, i rapporti con la Museo del Tempo s.r.l. ed addirittura con l’intenzione di voler togliere l’esclusiva, per un suo interesse ed al di fuori degli schemi contrattuali. **Ciò ha***

causato alla Museo del tempo s.r.l. un danno di almeno 25 milioni di euro , tra i soldi spesi per ricerche e studi sulle più avanzate tecnologie per realizzare la “Expo Smart Coin”, per i conii delle monete, per l’acquisto delle materie prime (incluso il metallo prezioso), per l’organizzazione di una struttura idonea a gestire una distribuzione così capillare come paventata da Expo 2015 nel contratto, per oltre tre anni di attività promozionale, per i 500.000,00 euro di minimo garantito e - soprattutto - per il mancato, ragguardevole guadagno.

Infatti, già solo il Gruppo Intesa San Paolo, che “offre i propri servizi a 11,1 milioni di clienti avvalendosi di una rete di circa **4.300 sportelli** presenti su tutto il territorio nazionale con quote di mercato non inferiori al 13% nella maggior parte delle regioni.” (dal sito “Intesa San Paolo”, Chi siamo), vendendo in sei mesi (durata della Expo) un minimo di sole 5 monete a filiale, avrebbe venduto 21.500 monete, il cui guadagno medio è di € 1.000,00 (il prezzo di ogni moneta in metallo prezioso va da 120 euro a 4.100,00 euro) per cui € 1.000,00 x 21.500 = 21,5 milioni di euro, come da B/P (BUSINESS PLANS) scambiati con EXPO s.p.a. e da questa recepiti.

Il comportamento del Dott. Giuseppe Sala e dei suoi collaboratori, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti, ha procurato un enorme danno alla Museo del Tempo s.r.l. rappresentato dalla perdita che ha subito in termini di lavoro, costi sostenuti per l’organizzazione generale del progetto, l’acquisto delle materie prime necessarie per la realizzazione del prodotto finito e in termini di riorganizzazione della linea di produzione, nonché dal lucro cessante quale perdita di quel guadagno che la società Museo del Tempo s.r.l. avrebbe ottenuto se la società EXPO s.p.a. avesse assolto l’obbligo contrattuale di “mettere a disposizione” i canali di vendita dei prodotti finiti oggetto del contratto.

Ulteriore aggravio per l’attività pubblicitaria della Museo del Tempo per gli anni 2012, 2013, 2014 (doc. 12 - Corriere della sera 31/10/2014 e altri quotidiani nazionali tra cui La Stampa, Il Giorno, La Nazione, Il Resto del Carlino) e per quella promozionale sin qui svolta (doc. 13), attività che, poste contrattualmente a carico di Museo del Tempo s.r.l.(art.11, punto11.1 del contratto – doc. 4), hanno comportato costi notevoli.

L’atteggiamento di EXPO s.p.a. è intenzionale, con artifici o raggiri, già prima che venisse concluso il contratto, figuriamoci dopo. Expo invogliava la MdT a firmare il contratto, obbligandosi a disporre le giuste vetrine di vendita dei prodotti commerciali (allegato F), per poi non adempiere allo stesso obbligo al fine di trarne un doppio vantaggio, sia per il minimo garantito di € 500.000,00 ai danni della Museo del Tempo s.r.l., sia per il rapporto con Banca Intesa per € 23,10 milioni in contanti, più € 10,5 milioni in servizi, più 180 milioni di apertura credito, sia per il rapporto con la “Walt Disney” e la OVS.

La cosiddetta truffa contrattuale - che ricorre in tutti i casi nei quali l'agente abbia posto in essere artifici e raggiri (aventi ad oggetto anche aspetti negoziali collaterali, accessori o esecutivi del contratto principale, risultati rilevanti ai fini della prestazione del consenso) al momento della conclusione del negozio giuridico, traendo in inganno il soggetto passivo, indotto a prestare un consenso che altrimenti non avrebbe prestato - è configurabile indipendentemente dallo squilibrio oggettivo delle rispettive controprestazioni, poiché l'ingiusto profitto del deceptor ed il correlativo danno del deceptus consistono essenzialmente nel fatto costituito dalla stipulazione del contratto. (Cass. Civ., Sez. II, sent. n. 18778 del 7 maggio 2014).

Come sopra esposto ciò ha influito sulla mia volontà negoziale, convincendomi alla stipulazione del contratto che in altre circostanze non avrei mai firmato.

Mi ritengo sicuramente ingannato e danneggiato gravemente. Il Dott. Giuseppe Sala ed i suoi collaboratori, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti, hanno fatto apparire vera una situazione che non ha trovato riscontro nei fatti, per di più – successivamente alla firma del contratto – da loro stessi negata.

*Le dichiarazioni di EXPO s.p.a. scritte in contratto e firmate dal Dott. Giuseppe Sala che sostenevano di adempiere l'obbligazione fatta durante l'iter formativo del contratto (**Allegato F**: la licenziante (EXPO) disporrà di ulteriori canali di vendita che metterà a disposizione per la vendita dei prodotti Contrattuali, tre questi banche e sportelli bancari...Punti di vendita interni ed esterni ad Expo; **Premesse** La Expo Smart Coin verrà realizzata in esclusiva per la Licenziante; **Articolo 2.4** Si prevede sin da ora che qualora Expo 2015 adottasse una mascotte ...), comprovano l'artificio o il raggiro che mi ha indotto in errore.*

E' ovvio che non avrei mai sottoscritto un contratto con un minimo garantito per EXPO s.p.a. senza che questi mi mettesse a disposizione i canali di vendita come la banca e sportelli bancari, che sin dalle trattative per la formazione del contratto è stato da me indicato, e da Expo 2015 confermato, quale canale vitale per la distribuzione delle coniazioni in metallo prezioso. Né avrei mai giudicato congrue le royalty richieste e l'importo del minimo garantito, senza la possibilità di punti di vendita interni ed esterni ad Expo, senza la possibilità di vendere ad Expo la Expo Smart Coin, senza la possibilità di utilizzo della mascotte, ecc.

Sig. Procuratore della Repubblica oltre alla documentazione che allego sono in possesso di altra copiosa documentazione contenuta nei miei numerosi faldoni di ufficio, riguardanti i rapporti con EXPO s.p.a..

Per quanto sopra esposto io sottoscritto Dott. Sandro Sassoli, in qualità di Amministratore Unico della Museo del Tempo s.r.l., con sede in Roma, Viale Liegi n. 44, Partita IVA 06201351001 sporgo formale denuncia-querela per il reato di cui agli artt. 640 c.p. e 61, n. 7, 9 e 11 c.p. e per

tutti gli altri reati che la S.V. vorrà ravvisare nei riguardi del Dott. Giuseppe Sala, amministratore delegato di EXPO s.p.a., della sua equipe, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti, e della stessa EXPO s.p.a., sede legale in Via Rovello n. 2, 20121 Milano, Partita IVA 06398130960, e di tutti coloro che possano aver agito o partecipato all'evento delittuoso, chiedendone la punizione ai sensi tutti di legge.

Come persona offesa nomino difensore di fiducia l'Avvocato Sergio Orlandi, con studio in Roma, Piazza Buenos Aires, 20, cap. 00198, tel. 068540092 fax 0685302787, pec. sergioorlandi@ordineavvocatiroma.org.

Ai sensi dell'art. 408 e seguenti c.p.p. chiedo di essere informato sulla eventuale archiviazione. Con riserva di costituirmi parte civile.

Allego in copia:

1. mail del 28/11/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
2. mail del 07/10/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
3. mail del 21/07/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
4. contratto di licenza 14/12/2011 tra EXPO s.p.a. e Museo del Tempo s.r.l.;
- 4A. Allegato F al contratto del 14/12/2011;
5. lettera diffida Avv Prof. Pieremilio Sammarco del 17/07/2015;
6. PEC dell'Avv. Sandra Perilli del 23 settembre 2015;
7. mail del 05/07/2013 di Banca Intesa San Paolo;
8. mail del 19/09/2013 di Luca Bianchetti per Expo s.p.a.;
9. comunicato stampa del 12/10/2012;
10. articolo L'Espresso del 03/09/2015 n. 35, pag. 32 e 33;
11. lettera del 12/03/2015 (doc. 11) del Dott. Piero Galli;
12. Attività pubblicitaria - Corriere della sera 31/10/2014 pag. 24;
13. Attività promozionale
14. mail del 08/05/2015 di Milena Careri per Expo;
15. mails di Sandra Perilli e Luca Bianchetti per Expo.

Roma, 08/10/2015

Dott. Sandro Sassoli

Amministratore Unico della Museo Del Tempo s.r.l.

Visto per autentica

Avv. Sergio Orlandi"

Mi riporto integralmente all'atto di opposizione alla richiesta di archiviazione, che viene qui trascritto:

“Il sottoscritto Avvocato Sergio Orlandi (pec. sergioorlandi@ordineavvocatiroma.org) quale difensore del Dott. Sandro Sassoli, Amministratore Unico della Museo del Tempo s.r.l.,

persona offesa dal reato nel procedimento penale sopra indicato, pendente innanzi alla S.V. a carico del Dott. Giuseppe Sala, amministratore delegato di EXPO s.p.a., sottoposto alle indagini per il reato di cui all'art. 640, 61 n. 7, 9 e 11 c.p.

Premesso

Il Sig. Pubblico Ministero Dott.ssa Giulia Perrotti ha richiesto l'archiviazione del procedimento in epigrafe, ricevendo il sottoscritto la notifica della richiesta di archiviazione in data 02 novembre 2015 tramite pec, come da copia che produce e che dimostra la tempestività di detta ferma opposizione, nei termini di legge.

La persona offesa ha fornito tutti gli elementi necessari che hanno permesso di evidenziare condotte e modalità intenzionali.

Il primo e fondamentale elemento evidenziato dal Dott. Sandro Sassoli consiste nel fatto, rappresentato già a pag. 1 della querela, in cui il Dott. Giuseppe Sala diceva, attraverso i suoi collaboratori, di dover inserire nel contratto un minimo garantito, in quanto con i canali di vendita che avrebbe messo a disposizione ci sarebbe stato un grosso volume di affari e pertanto necessitava inserire la somma del minimo garantito, così come poi è stato per € 500.000,00 (euro cinquecentomila - pag. 8 del contratto art. 14.2 - doc. 4 allegato alla denuncia-querela). Detto contratto è stato poi firmato dal Dott. Giuseppe Sala e dal Dott. Sandro Sassoli (pag. 14 del doc. 4 allegato) in data 14.12.2011.

Le promesse sia precontrattuali che contrattuali sono concrete e non semplici manifestazioni di intenti modalità e obiettivi da raggiungere. Tutto ciò con le rassicurazioni del Dott. Sala e dall'Avv. Perilli, anche per e-mail, hanno determinato il Dott. Sassoli a sottoscrivere il contratto con un minimo garantito di € 500.000,00 (euro cinquecentomila), che come lo stesso Dott. Sassoli dice, non avrebbe mai firmato il contratto senza gli allettamenti del Dott. Sala e dell'Avv. Perilli, come: mail del 28/11/2011 ".....con particolare riferimento all'issue relativa a riservare alla banca che diverrà partner di EXPO l'esclusiva a vendere i prodotti contrattuali, come sapete questa è una posizione molto sentita è molto sostenuta dal nostro direttore marketing....."; mail del 07/10/2011: "..... L'obiettivo di Expo con la sottoscrizione del presente non è quello di raggiungere il minimo garantito (che consideriamo un obiettivo minimo), l'obiettivo è di guadagnare molto di più....." (pag 1 della denuncia-querela e doc. 1 e 2 allegati), oltre altre mail indicate in querela.

Expo ha conseguito un ingiusto profitto (minimo garantito € 500.000,00) e possono essere ravvisabili artifici o raggiri non soltanto nella fase precontrattuale (mail dell'Avv. Perilli e rassicurazioni e promesse del Dott. Sala, tramite i suoi collaboratori, al Dott. Sassoli), ma anche

nell'esecuzione dello stesso contratto (mail Dott. Luca Bianchetti – doc. 8 allegato, mail Avv. Perilli - doc. 14 allegato, e lettera Dott. Galli – doc. 11 allegato).

Indicando l'attesa di EXPO di ottenere un grosso volume di affari, riservando alla banca che diverrà partner di EXPO l'esclusiva a vendere i prodotti contrattuali (mail Avv. Perilli, doc. 2 allegato), assumendosi il rischio di non poter mantenere le promesse contrattuali, così come si è verificato, al fine di ottenere un minimo garantito di mezzo milione di euro, denota la consapevolezza che detti obblighi potevano non essere rispettati.

In materia di truffa contrattuale il mancato rispetto da parte di uno dei contraenti delle modalità di esecuzione del contratto, rispetto a quelle inizialmente concordate con l'altra parte con condotte artificiose idonee a generare un danno con correlativo ingiusto profitto, integra l'elemento degli artifici e raggiri richiesti per la sussistenza del reato di cui all'art 640 c.p. (Cass. 5 ottobre 2004, n. 41073).

*Il Dott. Luca Bianchetti con e-mail (doc. 8 allegato) sostiene: “.....la nostra partnership con Banca Intesa è per noi prioritariaci stiamo adoperando per rilanciare l'iniziativa con Banca Intesa, **ma laddove non vi fosse riscontro si dovrà ritenere chiusa l'opportunità nel canale bancario**”, ciò denota mancato rispetto degli accordi iniziali e contrattuali, tale comportamento ha causato un grave danno alla Museo del Tempo con correlativo ingiusto profitto per EXPO.*

Expo s.p.a. ha incassato da Banca INTESA la somma di € 23,10 milioni, più € 10,5 milioni in servizi (per un totale, quindi, di € 33,15 milioni). Inoltre Banca Intesa ha concesso ad EXPO un'apertura di credito di 180 milioni (doc. 9, comunicato stampa del 12/10/2012). EXPO s.p.a. non ha inteso rispettare i patti previsti da contratto tra la licenziante e la licenziataria (allegato F), in cui si specificava che EXPO s.p.a. avrebbe messo a disposizione canali di vendita dei prodotti contrattuali come banche e sportelli bancari.

*Con particolare riferimento alla possibilità di distribuzione attraverso la Banca, il testo dell'allegato F) (doc. 4 allegato alla denuncia-querela) “disporrà di ulteriori canali di vendita che **metterà** a disposizione..” non può essere interpretato come “... possibili strategie commerciali ...”. E' come dire per assurdo che la denominazione **PAGHERO'** (tempo futuro), che identifica il noto titolo di credito, non rappresenti una promessa incondizionata, ma una possibilità, un “impegno non vincolante”. L'uso del tempo futuro “**metterà**” denota sempre una volontà e dovere.*

*Volendo esprimere impegni non vincolanti o eventuali possibilità, il numeroso team di legali, esperti e Managers EXPO, che hanno partecipato alla formazione del contratto, avrebbe usato diverse formule da quelle sottoscritte, quali “ se disporrà di li metterà a disposizione”, oppure “**potrebbe** disporre di ... che **potrebbe** mettere a disposizione”, invece, viene inserito nel testo dell'allegato F “disporrà di ulteriori canali di vendita che **metterà** a disposizione..”, pertanto non*

sono affatto “... possibili strategie commerciali ...”, ma effettive situazioni che si sono concretizzate nel rapporto di partnership tra EXPO e Banca Intesa.

E' chiaro che, quanto comunicato via mail prima della firma del contratto “...riservare alla **banca che diverrà partner di EXPO** l'esclusiva a vendere i prodotti contrattuali ...”, (doc. 1 allegato alla denuncia querela) poi riportato all'Allegato F “... disporrà di ulteriori canali di vendita che **metterà** a disposizione ... Banche e sportelli bancari ...”, non rappresenta altro che una formale **promessa**, quella con cui – nel Diritto Italiano - un soggetto assicura ad un altro un certo comportamento futuro. E questa promessa è vincolante, perché inserita in un contratto avente valida causa.

La conferma da parte di EXPO della citata **promessa**, nonché la conferma che la stessa EXPO era ben a conoscenza della importanza vitale, per la “Museo del Tempo S.r.l.”, del canale distributivo bancario, sono riportate nell'**ALLEGATO G** al contratto 14/11/2011 - “**Obiettivi Prodotti Contrattuali della Licenziante per gli anni 2012 e 2013**”, laddove – nella consapevolezza che EXPO avrebbe avuto una Banca Partner, ma non potendo prevedere il momento della firma del relativo contratto – è previsto che “ Qualora nel corso dell'Anno Contrattuale 2012, **la Licenziante non comunicasse alla Licenziataria, la banca e/o gli sportelli bancari attraverso i quali la Licenziataria potrà procedere alla commercializzazione dei Prodotti Contrattuali, gli obiettivi di vendita** per l'Anno Contrattuale 2012 da 50.000 (+/-10%) **scenderanno** 30.000 (+/-10%)”.

indicando A fronte delle rassicurazioni espresse a voce e per iscritto **prima della firma del contratto** (particolarmente per l'utilizzo del canale bancario, della mascotte e dei punti vendita interni ed esterni ad EXPO), il Dott. Sandro Sassoli è stato indotto dal Dott. Sala, tramite i suoi collaboratori, e dall'Avv. Perilli, al fine che questi potessero ottenere il minimo garantito per EXPO, a prestare il proprio consenso che risulta perciò viziato nella sua libera determinazione.

Infatti, nella determinazione della percentuale di royalty da riconoscere ad EXPO (12,00% sull'importo delle vendite) e nella determinazione del minimo garantito da corrispondere (euro 500.000,00), il Dott. Sandro Sassoli ha ben tenuto conto della certezza di accedere ai promessi, e vitali, canali di vendita.

Tenendo presente che le persone denunciate e querelate dal Dott. Sandro Sassoli sono Dott. Giuseppe Sala, Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli e Dr. Luca Bianchetti.

Si chiede un'indagine suppletiva per quanto concerne il **Dott. Giuseppe Sala** per ascoltarlo sulle seguenti circostanze:

- Perché il Dott. Sala, a conoscenza di quanto espresso in sede di formazione del contratto dai suoi collaboratori e riportato nel contratto del 14/12/2011, successivamente, quale firmatario del contratto con Banca Intesa San Paolo, non fece inserire in quest'ultimo la

clausola di mettere a disposizione gli sportelli bancari per la vendita delle Medaglie Commemorative EXPO 2015.

- *Se il Dott. Sala ha stipulato altri contratti con altre imprese prevedendo il minimo garantito per € 500.000,00.*
- *Se il Dott. Sala , avendo messo a disposizione i canali di vendita necessari che sicuramente avrebbero generato un grosso volume di affari nelle vendite delle coniazioni commemorative, indicò necessitato l'inserimento in contratto della somma del minimo garantito.*
- *Se il Dott. Sala specificò che detta somma doveva essere almeno di € 500.000,00.*
- *Se il Dott. Sala delegò i suoi collaboratori per la redazione del contratto.*

*Si chiede un'indagine suppletiva per quanto concerne l'Avv. **Sandra Perilli** per ascoltarla sulle seguenti circostanze:*

- *Se ha preso parte alla stipula di altri contratti, con altre imprese, che prevedevano il minimo garantito per € 500.000,00.*
- *Quale fu il motivo per cui le previsioni e rassicurazioni dell'Avv. Perilli sono nettamente in contrasto con le comunicazioni orali e scritte via pec (doc. 6 allegato) del tutto opposte a quanto invece aveva sostenuto precedentemente (mail del 28/11/2011 (doc. 1), mail del 07/10/2011 (doc. 2) e mail del 21/07/2011 (doc.3)).*
- *Quale fu il motivo per cui l'Avv. Perilli con e-mail del 20/01/2014 (doc. 14 allegato) espresse circostanze opposte a quanto previsto nel contratto (doc. 4 allegato) all'art. 2 "Definizioni", punto 2.4 "Marchio.*

*Si chiede un'indagine suppletiva per quanto concerne il Dott. **Luca Bianchetti** per ascoltarlo sulle seguenti circostanze:*

- *Se il Dott. Bianchetti ha partecipato per altri contratti di Expo con altre imprese in cui si prevedeva il minimo garantito per € 500.000,00.*
- *Quale fu il motivo per cui il Dott. Bianchetti ebbe ad inviare la mail (doc. 8 allegato) nettamente in contrasto con gli accordi contrattuali tra EXPO e Museo del Tempo.*
- *Quale fu il motivo per cui il Dott. Bianchetti con e-mail (doc. 8 e 14 allegati) espresse circostanze opposte a quanto previsto nel contratto (doc. 4 allegato) all'art. 2 "Definizioni", punto 2.4 "Marchio.*

*Si chiede un'indagine suppletiva per quanto concerne il Dott. **Galli** per ascoltarlo sulle seguenti circostanze:*

- *Se il Dott. Galli ha partecipato per altri contratti di Expo, con altre imprese, che prevedevano il minimo garantito per € 500.000,00.*

- *Se è vero che il Dott. Galli ebbe ad affermare nell'incontro con il Dott. Sandro Sassoli ed il consulente della Museo del Tempo Dott. Maurizio Foroni: " fateci causa!!!! Preferisco avere un contenzioso con Museo del Tempo piuttosto che con Banca Intesa".*
- *Inoltre, occorre sentire il Dott. Galli e verificare il nominativo Piero o Pietro, secondo quanto affermato dall'Espresso (doc. 10 allegato della denuncia-querela). Questo è un punto importante nel procedimento in quanto l'atto di revoca dell'esclusiva del marchio EXPO, firmato Piero Galli del 12/03/2015, nel caso in cui fosse Pietro Galli la revoca non è valida. Detta revoca ha comportato ugualmente dei danni e comunque anche il Dott. Sala ed il Dott. Galli dovrebbero essere ascoltati su detto ulteriore elemento.*

*Si chiede un'indagine suppletiva affinché venga ascoltato il consulente della Museo del Tempo **Dott. Maurizio Foroni**, in modo particolare sull'incontro a Milano con il Dott. Galli.*

Tutto ciò premesso, il richiedente,

PROPONE OPPOSIZIONE

contro la richiesta di archiviazione del Pubblico Ministero del procedimento predetto, e pertanto

CHIEDE

che la S.V. voglia disporre la prosecuzione delle indagini preliminari sui fatti e gli elementi di prova meglio indicati in narrativa.

Allega notifica tramite pec del 02/11/2015, relativa alla comunicazione della richiesta di archiviazione e che dimostra la tempestività di detta ferma opposizione, nei termini di legge.

Allega allegato G del contratto del 14/12/2011 (documento 4 allegato alla denuncia-querela).

Roma, 09/11/2015

Avv. Sergio Orlandi"

Osservo inoltre, che tra i tanti "allettamenti" sia verbali che contrattuali di Expo 2015 s.p.a., c'era stato anche quello indicato nelle premesse del contratto di vendere e offrire la moneta in abbinamento con i biglietti di ingresso (come detto nei punti e) e f) delle premesse contrattuali a pag. 1 (doc. 4), a firma del Dott. Giuseppe Sala). Ovvio che anche tale "possibilità" è stata motivo per firmare l'accordo, sulla previsione di circa 20 milioni di visitatori come l'Expo dichiarava, suffragati anche da previsioni del BIE (Bureau International des Expositions).

Gli elementi costitutivi del reato di truffa sono gli artifici e raggiri, riscontrati nelle numerose e-mail inviate dai collaboratori di EXPO 2015 s.p.a. e nelle premesse del contratto a pag. 1, e un detrimento economico, che sussiste, non solo con il decreto ingiuntivo in favore di EXPO 2015 s.p.a. per oltre € 600.000,00, ma anche per gli ulteriori decreti ingiuntivi emessi in favore di altre società per questioni ed incarichi riguardati la produzione delle monete EXPO.

I danni che la Museo del Tempo s.r.l. ha ricevuto sono davvero tanti che risultano altresì aggravati anche dalle azioni giudiziarie che i presunti creditori hanno iniziato, come: il decreto

ingiuntivo n. 6543/2016 del 09/11/2016 in favore della società LADA s.n.c. di Maniglio Paolo & C per € 53.113,97 oltre interessi e spese ed il decreto ingiuntivo n. 2506/2017 del 23/05/2017 in favore della Gestione Picchiani & Barlacchi S.r.l, per € 82.260,44 oltre interessi e spese di procedura.

“La cosiddetta truffa contrattuale - che ricorre in tutti i casi nei quali l'agente abbia posto in essere artifici e raggiri (aventi ad oggetto anche aspetti negoziali collaterali, accessori o esecutivi del contratto principale, risultati rilevanti ai fini della prestazione del consenso) al momento della conclusione del negozio giuridico, traendo in inganno il soggetto passivo, indotto a prestare un consenso che altrimenti non avrebbe prestato.....(Cass. Civ., Sez. II, sent. n. 18778 del 7 maggio 2014)). Da notare l'allegato F del contratto è da considerarsi aspetto negoziale accessorio del contratto principale, risultato rilevante ai fini della prestazione del consenso. Gli artifici o i raggiri richiesti per la sussistenza del reato di truffa contrattuale possono consistere anche nel silenzio maliziosamente serbato su alcune circostanze da parte di chi abbia il dovere di farle conoscere, indipendentemente dal fatto che dette circostanze siano conoscibili dalla controparte con ordinaria diligenza (Cass. pen., sez. II, 30 ottobre 2009, n. 41717).

“In tema di truffa contrattuale, il mancato rispetto da parte di uno dei contraenti delle modalità di esecuzione del contratto, rispetto a 9 quelle inizialmente concordate con l'altra parte, unite a condotte artificiose idonee a generare un danno con correlativo ingiusto profitto, integra l'elemento degli artifici e raggiri richiesti per la sussistenza del reato di cui all'art. 640 cp.” (Cass. pen., sez. VI, 10.3.2015, n. 10136).

Per quanto sopra esposto e riportato io sottoscritto Dott. Sandro Sassoli, in qualità di Amministratore Unico della Museo del Tempo s.r.l., con sede in Roma, Viale Liegi n. 44, Partita IVA 06201351001 sporgo formale denuncia-querela per il reato di cui agli artt. 640 c.p. e 61, n. 7, 9 e 11 c.p. e per tutti gli altri reati che la S.V. vorrà ravvisare nei riguardi di: Dott. Piero (Pietro) Galli, Avv. Sandra Perilli, Dr. Luca Bianchetti e Dott. Giuseppe Sala, ex amministratore delegato della EXPO 2015 s.p.a., e della stessa EXPO s.p.a., sede legale in Via Rovello n. 2, 20121 Milano, Partita IVA 06398130960, e di tutti coloro che possano aver agito o partecipato all'evento delittuoso, chiedendone la punizione ai sensi tutti di legge.

Come persona offesa nomino difensore di fiducia l'Avvocato Sergio Orlandi, con studio in Roma, Piazza Buenos Aires, 20, cap. 00198, tel. 068540092 fax 0685302787, pec. sergioorlandi@ordineavvocatiroma.org.

Ai sensi dell'art. 408 e seguenti c.p.p. chiedo di essere informato sulla eventuale archiviazione. Con riserva di costituirmi parte civile.

Allego in copia:

- a) Ordinanza di archiviazione;
 - b) Decreto ingiuntivo in favore di EXPO 2015 s.p.a. per € 601.119,06;
 - c) Richiesta di archiviazione;
1. mail del 28/11/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
 2. mail del 07/10/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
 3. mail del 21/07/2011 dell'Avv. Sandra Perilli;
 4. contratto di licenza 14/12/2011 tra EXPO s.p.a. e Museo del Tempo s.r.l.;
 - 4A. Allegato F al contratto del 14/12/2011;
 5. lettera diffida Avv Prof. Pieremilio Sammarco del 17/07/2015;
 6. PEC dell'Avv. Sandra Perilli del 23 settembre 2015;
 7. mail del 05/07/2013 di Banca Intesa San Paolo;
 8. mail del 19/09/2013 di Luca Bianchetti per Expo s.p.a.;
 9. comunicato stampa del 12/10/2012;
 10. articolo L'Espresso del 03/09/2015 n. 35, pag. 32 e 33;
 11. lettera del 12/03/2015 (doc. 11) del Dott. Piero Galli;
 12. Attività pubblicitaria - Corriere della sera 31/10/2014 pag. 24;
 13. Attività promozionale
 14. mail del 08/05/2015 di Milena Careri per Expo;
 15. mails di Sandra Perilli e Luca Bianchetti per Expo.

Roma, 06/07/2018

Dott. Sandro Sassoli
Amministratore Unico della Museo Del Tempo s.r.l.

Visto per autentica

Avv. Sergio Orlandi