

Diritto Industriale e del Commercio Internazionale

aa. 2008/2009

Docente: Alessandra Zanardo

DENIGRAZIONE E APPROPRIAZIONE DI PREGI

a) diffusione di notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinarne il discredito o **b)** appropriazione di pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente

IPOTESI DISTINTE E AUTONOME

DENIGRAZIONE

Parlare (o scriver) male della impresa o dei prodotti del concorrente in modo sufficientemente grave e attendibile da dar luogo a un reale effetto screditante sul mercato



La formula va interpretata estensivamente (ad es., quanto a oggetto della notizia e “diffusione” della notizia)

N.B.: liceità concorrenziale della
diffusione di notizie vere (rigorosamente
vere) ed esposte in modo obiettivo

POSSIBILI IPOTESI DI FATTISPECIE DENIGRATORIE

- ① Comparazione (cfr. pubblicità comparativa)?
- ② Magnificazione del proprio prodotto?
(in particolare, magnificazione generica o palesemente iperbolica)
- ③ Diffida?
(inviata alla clientela, invitandola a non acquistare i prodotti di un concorrente)

APPROPRIAZIONE DI PREGI

Allegazione, in una comunicazione destinata a terzi (al mercato), che la propria impresa o i propri prodotti presentano i “pregi” propri dell’impresa o dei prodotti di un concorrente



per **pregi** si intende qualsiasi caratteristica (positiva) dell’impresa o dei prodotti, tale da diventare motivo di preferenza del mercato nei confronti dell’impresa o dei prodotti stessi

N.B.: Si ritiene che costituisca appropriazione di pregi illecita l'autoattribuzione di qualità in realtà inesistenti e presenti invece nei prodotti o nell'impresa di un concorrente

(ad. es., la qualità di concessionario o distributore ufficiale di una celebre marca senza esserlo, indicazione della provenienza del proprio prodotto da una determinata località geografica, mentre lo stesso proviene da una località diversa)

IPOTESI TIPIZZATA DI APPROPRIAZIONE DI PREGI

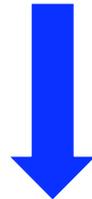
Agganciamento alla notorietà altrui



Proporsi al pubblico equiparandosi esplicitamente ad un concorrente o ai suoi prodotti (ad es. tipo “Rolex”)

Natura parassitaria della fattispecie, di approfittamento del frutto dell'altrui lavoro e dell'altrui investimento

Non ha nessun rilievo che il prodotto messo a traino sia qualitativamente inferiore, equivalente o superiore al prodotto trainante



In tutti i tre casi si avrà un approfittamento della **rinomanza** del prodotto altrui

I PRINCIPI DELLA CORRETTEZZA PROFESSIONALE

3) si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda



clausola generale

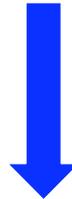
L'art. 2598, n. 3 delinea i parametri per definire la slealtà concorrenziale dei comportamenti non riconducibili alle fattispecie tipiche



Adeguamento della disciplina della
concorrenza all'evoluzione della vita
economica

Presupposti

- principi di correttezza professionale



Nozione di difficile interpretazione

 morale pubblica corrente, espressa dalla collettività dei consociati, di cui il giudice è interprete

- idoneità a produrre un danno concorrenziale all'altra azienda (indipendentemente dal fatto che un danno si sia concretamente verificato)

FATTISPECIE TIPIZZATE DI CONCORRENZA SLEALE ex art. 2598, n. 3

- ① atti di concorrenza sleale che alterano la situazione del mercato, senza specifico riferimento ad un determinato imprenditore (*mendacio concorrenziale, vendita sottocosto, violazione di norme di diritto pubblico*)

- ② atti di concorrenza sleale tipicamente rivolti contro un concorrente determinato
 - Atti che colpiscono l'impresa concorrente nel suo patrimonio organizzativo e tecnico (*storno di dipendenti, sottrazione di segreti aziendali, concorso nell'altrui inadempimento di obbligazioni*)

 - Atti che colpiscono la situazione di mercato di quella impresa (*concorrenza dell'ex dipendente, concorrenza parassitaria, boicottaggio*)

Mendacio concorrenziale

Qualsiasi comunicazione o messaggio rivolto ai potenziali consumatori o fruitori di prodotti o servizi, che non corrisponda a verità e sia idonea/o ad ingannare i suoi destinatari

(modifiche nel comportamento del potenziale consumatore, in particolare inducendolo ad acquisti che altrimenti non avrebbe fatto)

 es. pubblicità menzognera

N.B.: non sono illecite, in quanto inidonee all'inganno, le affermazioni iperboliche, le palesi esagerazioni, le vanterie e le affermazioni generiche, ossia le menzogne innocue, inadatte ad indurre in errore il destinatario (consumatore di media avvedutezza, accortezza, capacità critica per la giurisprudenza, consumatore sprovveduto, per autorevole dottrina)

Ribassi e vendita sottocosto

Secondo l'opinione dominante, l'offerta a prezzi ribassati non dà luogo a concorrenza sleale, perché connaturata al concetto di libera concorrenza, oltreché conforme all'interesse dei consumatori e dell'economia di mercato

Vendita sottocosto: vendita ad un prezzo inferiore, da un lato, al costo del prodotto per l'impresa venditrice, dall'altro, a quello medio per gli altri imprenditori

 è ritenuta atto di concorrenza sleale se:

ha l'effetto di turbare il mercato e alterare il fisiologico meccanismo concorrenziale e si presenta sul mercato con caratteri di **sistematicità** (cfr. liceità delle vendite sottocosto per le vendite al pubblico, ove non ricorrano condizioni soggettive particolari, ed entro certi limiti)

Violazione di norme di diritto pubblico

La violazione di norme di diritto pubblico deve consistere, ai fini dell'applicabilità dell'art. 2598, n. 3, in un atto di concorrenza

- 1) Norme che impongono divieti (o limiti) all'esercizio dell'attività imprenditoriale (SI)
- 2) Norme che impongono costi all'esercizio dell'attività imprenditoriale (in linea di principio, NO)
- 3) Norme che impongono oneri all'esercizio dell'attività imprenditoriale (in linea di principio, NO)

Storno di dipendenti

Comportamento consistente nel “portar via” i dipendenti ad un concorrente (normalmente mediante istigazione a dimettersi per poi essere assunti dall’autore dello storno)



Illecito, in presenza di taluni elementi oggettivi, che rivelino un *animus nocendi* nell’autore dello storno (intenzione di danneggiare l’altrui azienda)  ad es. qualificazione tecnica dei dipendenti stornati, il loro numero, il fatto di avvalersi di un “talpa” per realizzare lo storno, concentrazione temporale degli episodi di storno

Sottrazione di segreti aziendali

Condotta illecita sia che venga realizzata con un vero e proprio spionaggio industriale (rara) o attraverso un dipendente infedele (“talpa”)

Segreto aziendale



nozione controversa

Secondo l'opinione dominante, nella nozione rientrano sia i veri e propri segreti industriali e commerciali, sia le notizie che l'imprenditore ritenga di non mettere a conoscenza del pubblico (deve, comunque, trattarsi di notizie di oggettivo rilievo)

Concorso nell'altrui inadempimento di obbligazioni

Comportamento dell'imprenditore che induca il terzo, legato al concorrente da un impegno contrattuale (ad es. fornitura esclusiva), a violarlo o cooperi con il terzo in questa violazione

Concorrenza dell'ex dipendente (l'eventuale illiceità della concorrenza viene ancorata al compimento di atti qualificabili come oggettivamente sleali, a prescindere dalla sua qualità di ex dipendente  ma maggior rigore nella valutazione)

Concorrenza parassitaria  imitazione sistematica delle iniziative imprenditoriali altrui, ove manchi la confondibilità (imitazioni non confusorie); i confini della fattispecie sono stati ristretti nel tempo

Boicottaggio  comportamento di chi, attraverso il rifiuto proprio (boicottaggio primario) o di altri soggetti (boicottaggio secondario) di stipulare contratti e intrattenere rapporti con un determinato terzo, impedisce a quest'ultimo l'accesso o la permanenza sul mercato

SANZIONI (artt. 2599-2600 c.c.)

Salvo quanto previsto dal c.p.i. (codice della proprietà industriale) per le controversie di concorrenza sleale che interferiscono con l'esercizio dei diritti di proprietà industriale, il giudice che accerti atti di concorrenza sleale:

- inibisce la continuazione dell'illecito **(inibitoria)**
- dà gli opportuni provvedimenti affinché ne vengano eliminati gli effetti
- condanna al risarcimento del danno
- ordina la pubblicazione della sentenza

L'inibitoria e l'emanazione degli opportuni provvedimenti per eliminare gli effetti degli atti di concorrenza sleale presuppongono solo l'accertamento della sussistenza degli atti stessi, senza che rilevino né lo stato soggettivo (dolo o colpa) dell'autore, né l'esistenza di un danno effettivo

- l'inibitoria è subordinata al fatto che l'illecito sia tuttora in corso o che sia suscettibile di essere ripreso o ripetuto in futuro
- l'eliminazione degli effetti è diretta a ricostituire la situazione di fatto anteriore all'illecito nell'interesse del soggetto leso e varia, quanto al suo contenuto, a seconda del genere di illecito perpetrato dal concorrente (es. ordine di distruzione o di ritiro dal commercio di prodotti costituenti imitazione servile o di cataloghi che li riproducevano, oppure la pubblicazione di messaggi correttivi)

È ammesso il ricorso alla tutela cautelare ex art. 700 c.p.c. (es. inibitoria provvisoria o sequestro dei beni illecitamente prodotti e/o commercializzati)  misura di frequente applicazione

La condanna al risarcimento del danno può essere pronunciata solo in presenza dei presupposti di cui all'art. 2043 c.c.



- Elemento soggettivo (dolo o colpa dell'autore dell'atto)  la colpa si presume
- Danno effettivo (danno emergente, lucro cessante)
- Nesso causale

L'ordine di pubblicazione della sentenza
non presuppone né la condanna al
risarcimento del danno, né il pericolo di
ripetizione dell'illecito; presuppone, invece, il
dolo o la colpa dell'autore dell'atto di
concorrenza sleale



pubblicità commerciale a spese del
concorrente

N.B.: Quando gli atti di concorrenza sleale pregiudicano gli interessi di una categoria professionale, l'azione per la repressione della concorrenza sleale può essere promossa anche dagli enti che rappresentano la categoria (ad es. camere di commercio, consorzi che sovrintendono all'utilizzazione di marchi di qualità)