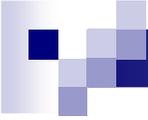


# La concorrenza sleale

di Giulia Serena Paganini

12 marzo 2013





# Profilo privatistico della disciplina sulla concorrenza

- Vengono disciplinate le modalità di svolgimento della gara concorrenziale nell'interesse esclusivo dei soggetti che vi partecipano
  - Interesse dei singoli imprenditori allo svolgimento corretto della gara concorrenziale da parte degli altri soggetti che operano sul mercato
- I precetti sono attivabili ad iniziativa dei soggetti interessati

Il profilo pubblicistico è rappresentato dalle norme in materia di antitrust, ma ci sono comunque comportamenti “plurioffensivi” (ad esempio vendite sottocosto)



# Disciplina codicistica

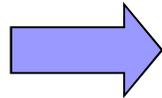
Libro quinto, Capo I, Titolo X, Sezione II  
Artt. 2598/2601 c.c.

- Art. 2598 c.c. → elenco e criterio generale di individuazione delle fattispecie
- Artt. 2599-2600 c.c. → sanzioni e risarcimento del danno
- Art. 2601 c.c. → legittimazione ad agire delle associazioni professionali



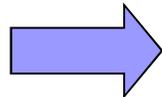
# Antecedenti

Piano nazionale



Elaborazioni  
giurisprudenziali in  
assenza di disciplina  
apposita nel codice  
del 1882

Piano  
sovranazionale

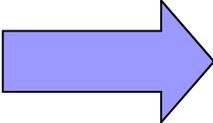


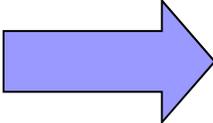
Art. 10bis della  
Convenzione  
dell'Unione di Parigi

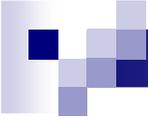


# *Species* di art. 2043 c.c. 1/2

Specie del genus dell'illecito extracontrattuale ex art. 2043 c.c. per tenere conto delle esigenze peculiari degli operatori economici

Profilo soggettivo  Anche assenza di dolo o colpa

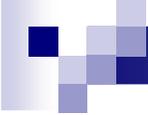
Profilo oggettivo  Anche condotta solo potenzialmente dannosa



# *Species* di art. 2043 c.c.

## 2/2

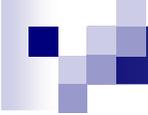
- Possibilità di far riferimento alla disciplina generale per gli aspetti non espressamente normati dagli articoli in materia di concorrenza sleale (ad esempio, termine di prescrizione)



# Problemi di coordinamento

## 1/2

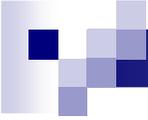
- Problemi di coordinamento con disciplina sulle privative industriali, specie per segni distintivi e tutela delle invenzioni
- Profili di sovrapposizione → ad esempio, atti di confusione posti in essere mediante la contraffazione di marchi
- Disciplina ex artt. 2598 ss. c.c. con funzione a carattere residuale ed integrativa rispetto alla disciplina tipica sulla privativa (dato testuale nell'art. 2598 c.c.)



# Problemi di coordinamento

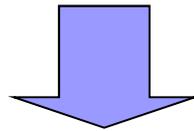
## 2/2

- Incidenza delle norme sulla concorrenza sleale maggiore per diritti titolati e minore per diritti non titolati
- Possibilità di cumulo delle azioni all'interno del medesimo giudizio
  - Concorrenza sleale interferente
  - Azioni di concorrenza sleale attratte nella competenza funzionale delle sezioni specializzate in materia di proprietà intellettuale ed industriale

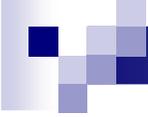


# Legittimazione ad agire

- Imprenditore leso
- NO singoli consumatori o loro associazioni



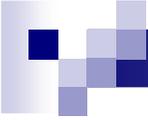
La posizione sostanziale dei consumatori è tutelata solo in via mediata ed indiretta, anche se in alcuni casi opera come metro di giudizio della scorrettezza di un comportamento (ad esempio per valenza confusoria)



# Presupposto soggettivo

## 1/2

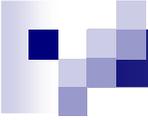
- Norme applicabili a tutti gli imprenditori, indipendentemente dalla natura, dalle dimensioni e dalla titolarità dell'impresa
  - Anche a impresa illecita (illegale e immorale)
- Rapporto di concorrenza tra il soggetto che pone in essere e quello che subisce il comportamento sleale
  - Comunanza anche solo potenziale di clientela tra i soggetti coinvolti
  - Norme azionabili anche nella concorrenza verticale



# Presupposto soggettivo

## 2/2

- Autore materiale del comportamento illecito
  - Riferibilità all'imprenditore degli illeciti concorrenziali commessi nel suo interesse dai dipendenti → lettura ex art. 2598 n.3
  - Se condotta posta in essere da soggetti terzi non legati all'imprenditore, parte della dottrina richiede una compartecipazione dell'imprenditore in termini di istigazione, altra ritiene sufficiente il dato oggettivo della riferibilità della condotta all'interesse dell'imprenditore
  - Oltre all'imprenditore, risponde anche l'autore materiale



# Fattispecie

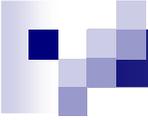
- Genesi giurisprudenziale
- Art. 2598 c.c. “Atti di concorrenza sleale”
  - Due fattispecie tipiche
    - Atti di confusione
    - Atti di denigrazione e appropriazione di pregi
  - Una clausola generale con criteri di discriminazione tra condotte lecite ed illecite
    - Criteri → contrarietà ai principi di correttezza professionale e idoneità a danneggiare l'altrui azienda
    - Analogia con l'art. 10bis della Convenzione dell'Unione di Parigi
  - Nelle fattispecie tipiche, giudizio di slealtà formulato dal legislatore; clausola generale come criterio interpretativo ed integrativo per risolvere lacune e dubbi interpretativi



# Art. 2598 n.1

## 1/3

- Idoneità a produrre confusione sul mercato in merito all'attività o ai prodotti o servizi di un dato imprenditore
- Idoneità confusoria concretamente accertata usando come parametro il giudizio di un consumatore medio
- Tre tipologie di condotte
  - Due condotte tipiche
  - Formula generale di chiusura



# Art. 2598 n.1

## 2/3

1. **Uso di segni distintivi confondibili con quelli legittimamente utilizzati da altri**
  - Tutela integrativa e complementare rispetto a quella dei segni distintivi tipici ed atipici
  - Per avvalersi della tutela confusoria → utilizzo del segno distintivo in maniera legittima, conformemente con principi e regole (requisiti di novità ed originalità del segno)
2. **Imitazione servile**
  - Condotta che attiene alla forma del prodotto consistente nella riproduzione pedissequa della stessa
  - Riferimento agli elementi esteriori di maggior rilievo ed impatto ed ai caratteri individualizzanti e non standardizzati
  - Necessità di coordinamento con le privative industriali → no tutela relativamente ad aspetti proteggibili tramite il sistema brevettuale

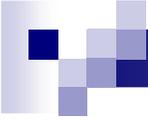


# Art. 2598 n.1

## 3/3

### 3. Clausola generale

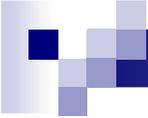
- Casistica giurisprudenziale
  - Imitazione di elementi distintivi secondari
  - Condotte volte ad ingenerare equivoci sull'impresa e sulla sua titolarità
- Ad esempio, imitazione confusoria di materiale pubblicitario



# Art. 2598 n.2

## 1/3

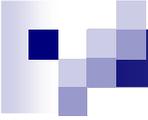
- Atti di denigrazione ed appropriazione di pregi → atti di vanteria
- Introduzione di elementi idonei ad alterare indebitamente il giudizio sulla persona, sui prodotti o, in genere, sull'attività del concorrente da parte dei destinatari (in primis consumatori, ma anche fornitori e prestatori d'opera)



# Art. 2598 n.2

## 2/3

- Denigrazione
  - Diffusione di notizie o apprezzamenti sulla persona, sui prodotti o sull'attività del concorrente in modo da determinarne il discredito
  - Grado di diffusione necessario
    - Pubblicità ingannevole e comparativa → disciplina speciale di matrice comunitaria
    - Anche comunicazione ad un pubblico ristretto ma qualificato di persone qualora la condotta sia comunque idonea a comportare un danno concorrenziale → ad esempio, invio selettivo e diretto di diffide prive di fondamento
  - Questione circa la necessità che le notizie screditanti siano false o se si possa configurare illecito anche con notizie vere
    - Solo notizie false per Convenzione di Parigi (allegations fausses)
    - Secondo la maggior parte degli interpreti, la diffusione di notizie vere può concretare denigrazione quando si ha una comunicazione con modalità tendenziose ed idonee in sé a gettare discredito sul concorrente



# Art. 2598 n.2

## 3/3

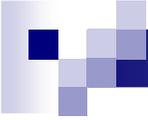
- Appropriazione di pregi
  - Veicolo normalmente attraverso il canale pubblicitario
  - Fattispecie
    - Autoattribuzione di caratteristiche non presenti in propri prodotti ma in quelli di un concorrente (ad esempio pubblicità comparativa)
    - Agganciamento alla notorietà altrui
  - Ad esempio look alike (orologio “modello Rolex”)



# Art. 2598 n.3

## 1/4

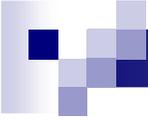
- Clausola generale e di chiusura
- Criteri per discriminare tra condotte lecite ed illecite al di fuori delle (o in aggiunta alle) fattispecie tipiche
- Due elementi che devono concorrere
  1. Contrarietà ai principi di correttezza professionale
  2. Idoneità a danneggiare l'altrui azienda



# Art. 2598 n.3

## 2/4

- **Idoneità a danneggiare l'altra azienda**
  - **Fattispecie di pericolo**
    - sufficienza della mera potenzialità dannosa della condotta
    - Differenza principale con l'art. 2043 c.c.
    - Tutela ex ante dei soggetti che partecipano alla gara concorrenziale
- **Contrarietà ai principi di correttezza professionale**
  - **Dibattito interpretativo**
    1. Comportamenti normalmente tenuti dal ceto imprenditoriale in un dato contesto
    2. Regole morali, con riferimento alla generalità dei consociati



# Art. 2598 n.3

## 3/4

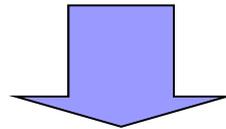
- Tipizzazione di condotte ad opera della giurisprudenza
  - Storno di dipendenti ed agenti
  - Sottrazione di segreti industriali
  - Vendita sottocosto (dumping)
  - Boicottaggio
  - Violazione di norme pubblicitiche
  - Pubblicità menzognera (relativamente ad un numero indifferenziato di soggetti)
  - Concorrenza parassitaria (fattispecie residuale)

# Art. 2598 n.3

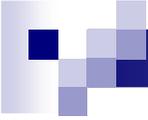
## 4/4

Nei rapporti tra imprese, spesso si hanno

- contestuale ricorrenza di una pluralità di condotte
- reciprocità delle stesse condotte



- Pluralità di fattispecie coinvolte nei giudizi per concorrenza sleale
- Legittima difesa quale elemento scriminante che elude la valenza illecita di un comportamento posto in essere quale reazione
- Area di sovrapposizione con fattispecie tipiche di cui ai nn. 1 e 2 → domanda formulata in via principale ai sensi dei nn. 1 o 2, e in via residuale ai sensi del n.3



# Apparato sanzionatorio

## 1/2

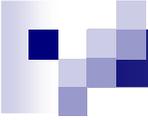
- Artt. 2599 e 2600 c.c.
- Tutela essenzialmente risarcitoria ed operante ex post
- Giurisdizione del giudice ordinario
- Sanzioni tipiche
  - Inibitoria
  - Rimozione degli effetti
- Sufficienza del mero dato oggettivo costituito dalla commissione di un atto di concorrenza sleale
  - No rilievo dell'elemento soggettivo (dolo o colpa)



# Apparato sanzionatorio

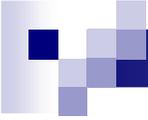
## 2/2

- Condotta dolosa o colposa necessaria per il risarcimento del danno
  - Facilitazione probatoria a favore dell'attore, per cui presunzione relativa sul carattere colposo della condotta una volta accertata sul piano oggettivo la commissione dell'atto di concorrenza sleale
- Possibilità di ottenere la pubblicazione della sentenza
  - Forma di risarcimento in forma specifica tipica per rendere edotto il mercato circa la commissione dell'illecito



# Misure cautelari

- Inibitoria provvisoria, sequestro e pubblicazione del relativo provvedimento
- Strumento generale e residuale ex art. 700 c.p.c. cui si aggiungono le misure proprie del codice di proprietà industriale in caso di concorrenza sleale interferente



# Tutela dell'interesse dei consumatori

- Lacuna nell'impianto codicistico originario, colmata attraverso interventi normativi attuativi di precetti comunitari
- Legislazione speciale in materia di pubblicità → d.lgs. 145/2007 e Codice di autodisciplina degli operatori del comparto pubblicitario
  - Pubblicità ingannevole
  - Pubblicità comparativa
- Codice del consumo → d.lgs. 206/2005

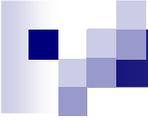


# Legislazione in materia di pubblicità

## 1/2

### ■ Pubblicità ingannevole

- Qualsiasi pubblicità in qualsiasi modo idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che raggiunge e che possa pregiudicare il loro comportamento economico o che sia idonea a ledere un concorrente
- Vietata, in quanto la pubblicità deve essere
  - Palese
  - Veritiera
  - Corretta



# Legislazione in materia di pubblicità

## 2/2

### ■ Pubblicità comparativa

- Qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un altro concorrente
- Articolate condizioni di liceità
  - Ad esempio liceità della comparazione veritiera, con comparazione di carattere tecnico necessaria per posizionare il proprio prodotto sul mercato

### ■ Vigilanza affidata all'AGCM



# Legislazione in materia di pratiche commerciali scorrette

- Comportamenti vietati ai professionisti (imprese e liberi professionisti) nei rapporti con i consumatori
- Codice del consumo
- Pratiche commerciali
  - Ingannevoli
  - Aggressive
- “Black list” di comportamenti vietati nei rapporti con i consumatori
- Competenza dell’AGCM



# Riferimenti

- AA.VV., *Elementi di diritto dell'impresa* → capitolo 8, paragrafi 4 e 5