

fine XVIII
inizio XIX

Rivoluzione industriale **Liberismo economico**



- Libertà di accesso al mercato
- Regime concorrenziale

GARANTISCONO



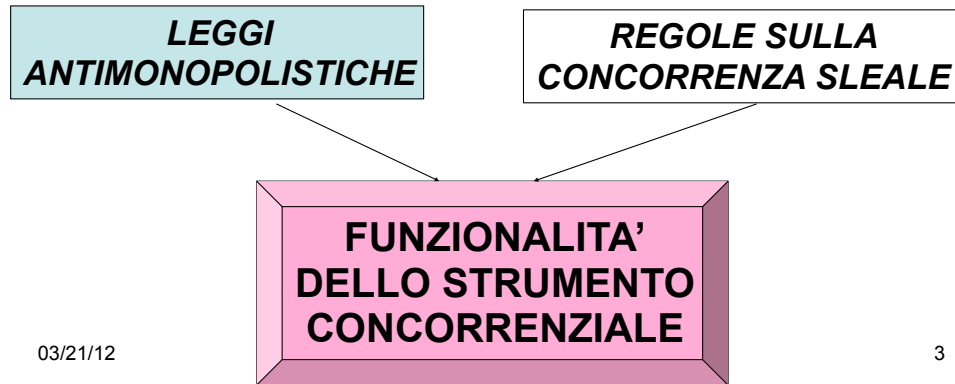
LIVELLI OTTIMALI DI QUALITA' E DI PREZZI

**VALORIZZAZIONE DEGLI
OPERATORI MIGLIORI**

**ESPULSIONE DEGLI
IMPRENDITORI MENO CAPACI**

CONCORRENZA

MEZZO PER LA REALIZZAZIONE DI UN
PUBBLICO INTERESSE



Divieti legali di concorrenza



- corretta esecuzione di obbligazioni contrattuali
- divieto di concorrenza differenziale

Art. 2105

Art. 2557

Art. 2301

Art. 2390

Art. 1743

limitazioni legali della concorrenza

Limiti convenzionali della concorrenza

art. 2596 cod. civ.

Il patto limitativo della concorrenza, da provarsi per iscritto, è valido solo se circoscritto ad una determinata zona o ad una determinata attività, e non può eccedere la durata di cinque anni

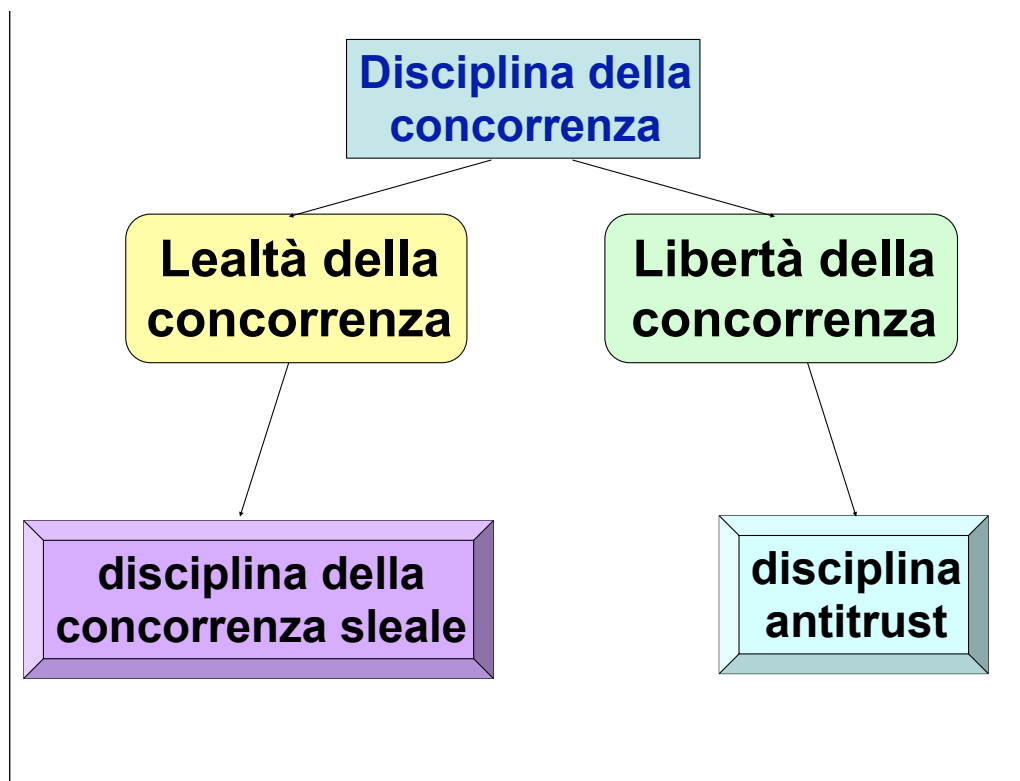
**LIMITATA DISPONIBILITA' DELLA
LIBERTA' DI INIZIATIVA ECONOMICA**

Disciplina della concorrenza

**disciplina della
concorrenza
in senso stretto**

**disciplina
a tutela
dell'innovazione**

- ☐ **mantenimento del regime concorrenziale**
- ☐ **funzionamento della “mano invisibile”**



**TUTELA
DELL'INNOVAZIONE**

**NOMENCLATURA
DELLA REALTA'**



**SEGN
DISTINTIVI**

**PATRIMONIO
TECNOLOGICO**



**INVENZIONI
INDUSTRIALI**

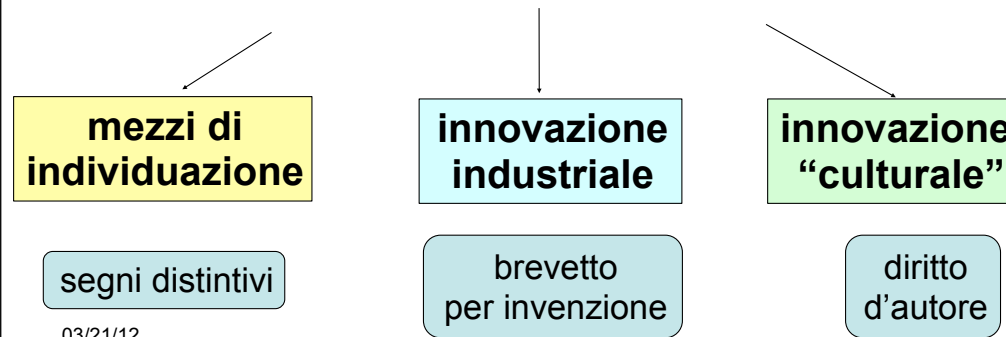
**PATRIMONIO
CULTURALE**



**DIRITTO
D'AUTORE**

Disciplina della concorrenza

- Regole sulla lealtà della concorrenza
- Regole sulla libertà della concorrenza
- Regole sulla differenziazione delle imprese



03/21/12

Disciplina della concorrenza sleale

**art. 10-bis
Convenzione d'Unione di Parigi**

art. 2598 cod. civ.

Convenzione d'Unione di Parigi art. 10-bis

I Paesi dell'Unione sono tenuti ad assicurare ai cittadini dei Paesi dell'Unione una protezione effettiva contro la concorrenza sleale.

Convenzione d'Unione di Parigi art. 10-bis

Costituisce un atto di concorrenza sleale ogni atto di concorrenza **contrario agli usi onesti in materia industriale o commerciale.**

Dovranno particolarmente essere vietati:

- 1) Tutti i fatti di natura tale da ingenerare confusione, qualunque ne sia il mezzo, con lo stabilimento, i prodotti o l'attività industriale o commerciale di un concorrente;
- 2) Le asserzioni false, nell'esercizio del commercio, tali da discreditarlo lo stabilimento, i prodotti o l'attività industriale o commerciale di un concorrente;

Convenzione d'Unione di Parigi art. 10-bis

- 3) Le indicazioni o asserzioni il cui uso, nell'esercizio del commercio, possa trarre in errore il pubblico sulla natura, il modo di fabbricazione, le caratteristiche, l'attitudine all'uso o la qualità delle merci.

Sezione “Della concorrenza sleale”

- L'art. 2598, integrato con gli artt. 2599 e 2600 non si limita a tipizzare gli illeciti di concorrenza sleale, ma fonda un autonomo e perfetto diritto soggettivo alla lealtà della concorrenza la cui titolarità è oggetto di autonoma definizione
- La portata sistematica dell'art. 2598 spiega perché esso abbia del tutto oscurato la norma convenzionale che non ha di fatto più avuto applicazione

Art. 2598, cod. civ.

Atti di concorrenza sleale

Ferme le disposizioni che concernono la tutela dei segni distintivi e dei diritti di brevetto, compie atti di concorrenza sleale chiunque:

- 1) Usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o con i segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente, o compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti e con l'attività di un concorrente

ATTI CONFUSORI

Art. 2598, cod. civ.
Atti di concorrenza sleale

- 2) Diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinarne il discredito **ATTI DI DENIGRAZIONE**
o si appropria dei pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente
ATTI DI SOTTRAZIONE

Presupposti di applicazione

Qualità di imprenditore dei soggetti coinvolti

SPECIALITA' DELLA
DISCIPLINA

Esistenza di un **rapporto
concorrenziale**

T₁

LETTERA DELLA LEGGE

T₂

IDONEITA' DANNOSA DELL'ATTO

Qualità di imprenditore

- E' considerata sufficiente **un'attività economica dotata di stabile organizzazione**

(ad es. la produzione organizzata di un servizio culturale e didattico)

- **Non occorre lo scopo di lucro**
- **Deve trattarsi di attività lecita**

Rapporto di concorrenza

dannosità dell'atto di concorrenza



SVIAMENTO DI CLIENTELA

**I SOGGETTI DELL'ATTO DEVONO AVERE
IN COMUNE LA CLIENTELA, ALMENO
POTENZIALMENTE**

Parametri di misurazione del rapporto concorrenziale

- **Profilo merceologico**

identità o affinità dei prodotti/servizi offerti

identità o affinità dei bisogni che i prodotti/servizi mirano a soddisfare

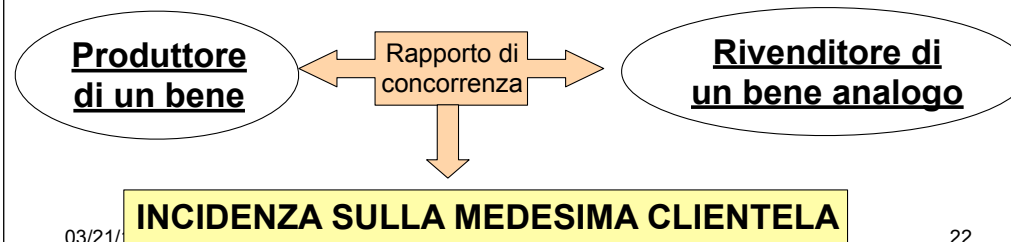
sostituibilità di breve periodo dal lato della domanda

- **Profilo territoriale**

Concorrenza tra imprese operanti a livelli diversi



- Può esservi concorrenza sleale anche tra soggetti posti a livelli diversi della catena produttiva-distributiva



art. 2598 n. 1

- Il diritto ad una leale differenziazione sul mercato è definito in modo autonomo nel n. 1 dell'art. 2598 che individua diverse serie di fatti lesivi: uso di nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con nomi o segni distintivi legittimamente usati da altri, imitazione servile dei prodotti di un concorrente e il compimento, con qualunque altro mezzo, di atti idonei a produrre confusione con i prodotti o con l'attività di un concorrente

Fattispecie di c.s. confusoria

Uso di segni distintivi altrui

**MARCHI
REGISTRATI**

**DITTA
REGOLARE**

**MARCHI
DI FATTO**

**SEGNI DISTINTIVI
ATIPICI**

**DITTA
IRREGOLARE**

Imitazione servile

imitazione degli elementi esterni ed
appariscenti del prodotto del
concorrente



**FORMA O CONFEZIONE
DEL PRODOTTO**

Imitazione servile

- E' uno dei fatti lesivi del diritto ad una leale differenziazione sul mercato.
- Il comportamento di imitazione è preso in considerazione solo se sia idoneo a creare confusione con i prodotti o con l'attività di un concorrente.
- La necessaria natura confusoria dell'imitazione fa sì che le uniche forme a cui può essere riferito il divieto sono quelle esterne del prodotto o del suo packaging

Denigrazione e comparazione

fattispecie collegate alla pubblicità
comparativa



la valutazione negativa del
prodotto, in termini impliciti o
espliciti, è strumentale
all'esaltazione del prodotto
proprio

ammissibilità della comparazione

T₁ Solo se effettuata in modo obiettivo, in sede tecnico-scientifica:

RECLAME SUPERLATIVA



**MAGNIFICAZIONE DEI PREGI
DEL PROPRIO PRODOTTO
EFFETTUATA IN MANIERA GENERICA
E SENZA INSTAURARE COLLEGAMENTI**

ammissibilità della comparazione diretta

T₂ Legittimo interesse dell'imprenditore a confrontare il proprio prodotto con quelli dei concorrenti, soprattutto nei casi di posizionamento di un prodotto nuovo

interesse dei consumatori ad una maggiore informazione



EFFICACIA SCRIMINANTE DELLA *EXCEPTIO VERITATIS*

Regole sulla comunicazione pubblicitaria

La pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta

art. 1 d. lgs. 145/2007

pubblicità ingannevole

VIETATA

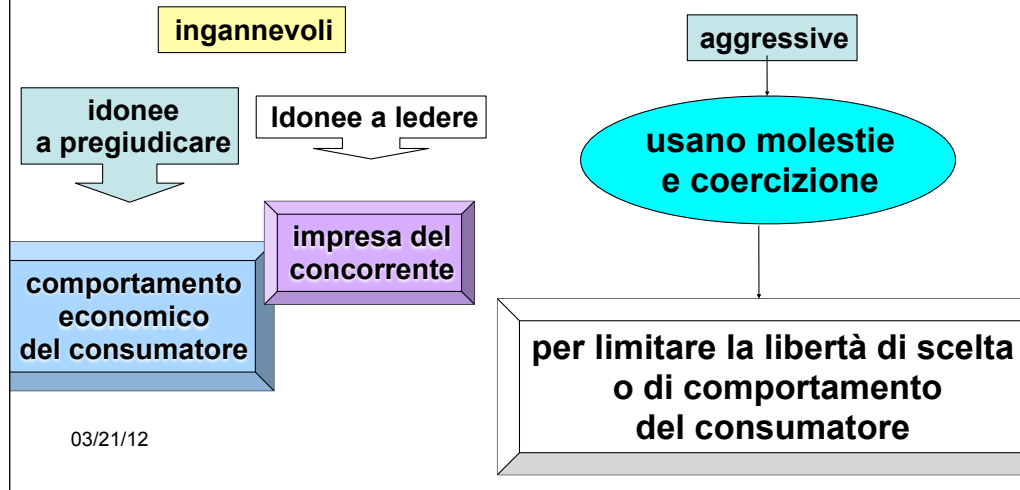
pubblicità comparativa

**AMMESSA
A CERTE CONDIZIONI**

Pubblicità ingannevole

artt. 20 ss. Codice del consumo
(d. lgs. 6/9/2005 n. 206)

Pratiche commerciali scorrette



Pubblicità comparativa

art. 4 d.lgs. 145/2007

Pubblicità comparativa

comunicazione pubblicitaria che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente

Bilanciamento di interessi

del pubblico
e
dei concorrenti

oggettiva

non
denigratoria

non
parassitaria

03/21/12

30

Art. 2598, cod. civ.
Atti di concorrenza sleale

- 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

COMUNICAZIONI INGANNEVOLI

VIOLAZIONE DI NORME PUBBLICISTICHE

VENDITA SOTTOCOSTO

STORNO DI DIPENDENTI

SOTTRAZIONE DI SEGRETI AZIENDALI

ART. 2598, N. 3. C.C.