

Concorrenza sleale , imitazione servile e parassitaria , l'imitazione è lecita se non genera confusione a cura di Debora Alberici.

Autore: Redazione

In: Diritto civile e commerciale

inserito in Diritto&Diritti nel aprile 2003

La semplice imitazione di un prodotto, se non genera confusione con altri, non può essere annoverata fra le ipotesi di concorrenza sleale.

Questo principio recentemente affermato dalla Cassazione, sentenza 3721 del 13 marzo 2003, ha ribaltato l'orientamento precedentemente espresso dalla stessa Corte (Cass. 1241/66; Cass. 9387/94).

In particolare la prima sezione ha sostenuto che la concorrenza sleale per imitazione servile di prodotti giustifica l'azione di tutela qualora l'attore non si limiti a provare che il suo prodotto è imitato fedelmente, ma che tale imitazione confonda il pubblico.

Non è necessario, tuttavia, che il nuovo prodotto abbia delle caratteristiche tali da raggiungere il livello di originalità necessario per il brevetto di modello.

È sufficiente, invece, che abbia degli elementi nuovi e che comunque non si confonda con altri prodotti già presenti sul mercato.

La Corte è stata chiamata a pronunciarsi su una controversia scaturita fra due imprese produttrici di divani. Una delle due aveva contestato all'altra di aver realizzato alcuni divani con caratteristiche del tutto simili a quelle dei propri.

Non aveva dimostrato, però, che i due prodotti potessero essere confusi fra il pubblico.

La mancanza di quest'ultimo elemento è stata infatti decisiva per il rifiuto del ricorso da parte della Corte.

La massima

CONCORRENZA - SLEALE - ATTI DI CONCORRENZA - CONFUSIONE DI PRODOTTI E ATTIVITÀ -
IMITAZIONE SERVILE - Elemento costitutivo dell'azione - Originalità del prodotto imitato - Onere della
prova relativo - Oggetto.

In tema di concorrenza sleale per imitazione servile di prodotti, l'originalità del prodotto imitato (nella fattispecie, l'efficacia distintiva degli elementi formali, del prodotto imitato, costituito da un salotto) integra uno degli elementi costitutivi dell'azione, nel senso che l'attore non può limitarsi a provare che il proprio prodotto è imitato "fedelmente" da quello del concorrente, ma deve anche dimostrare che tale imitazione è confusoria, perché investe quegli elementi (nella specie, formali) che servono a distinguere il prodotto sul mercato, così risultando atta ad ingenerare confusione nel pubblico; il suddetto carattere di originalità del prodotto imitato sussiste solo ove esso presenti aspetti formali (ed accidentali) nuovi rispetto al già noto, pur non raggiungendo il livello di originalità che sarebbe necessario per ottenere il brevetto di modello.

Debora Alberici

www.cassazione.it

<https://www.diritto.it/concorrenza-sleale-imitazione-servile-e-parassitaria-limitazione-e-lecita-se-non-genera-confusione-a-cura-di-debora-alberici/>