



ASSOLOMBARDA

AFFRONTARE I TITOLI DI PROPRIETA' INTELLETTUALE DELLA CONCORRENZA

Speaker

Elena Tiberio

28 novembre 2022

La concorrenza (sleale) - Fonti

Costituzione (art. 41)

Codice civile

Codice della Proprietà Industriale

TFUE (art. 119)

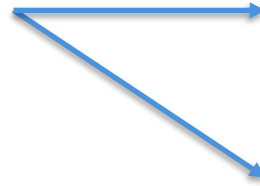
Normativa antitrust (L.287/1990)

Norme sulla pubblicità ingannevole
e comparativa (Dir. 2006/114/CE e D.lgs.
145/2007)



La concorrenza sleale - Presupposti

- Rapporto di concorrenza
- Qualifica di imprenditore
- Danno potenziale



Profilo Merceologico

Profilo Territoriale



Art. 2598 n. 1- Divieto di realizzare atti di concorrenza sleale per confusione

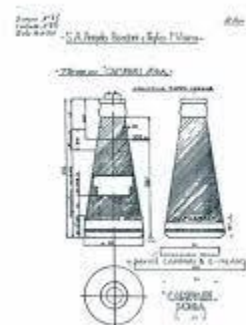
CONDOTTE CONFUSORIE SANZIONATE

Usare nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o i segni distintivi legittimamente usati da altri

Imitazione Servile

Compiere con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti o con l'attività di un concorrente

Caffetteria Napoli



Art. 2598, n. 2 - Divieto di realizzare atti di concorrenza sleale per denigrazione e per vanteria

DENIGRAZIONE



VANTERIA



- Diffondere notizie o apprezzamenti idonei a determinare il discredito dei concorrenti;
- Pubblicità iperbolica

(Pubblicità iperbolica \neq Pubblicità comparativa)

- Pubblicità parassitaria o *ambush marketing*
- Pubblicità per agganciamento



AMBUSH MARKETING

DIRETTO

L'*ambusher* associa in modo parassitario la sua immagine ad un evento sponsorizzato da un suo competitor o ad una campagna pubblicitaria di un concorrente

INDIRETTO

L'*ambusher* sfrutta l'attenzione mediatica attirata dal concorrente attuando strategie promozionali indipendenti, ma con l'obiettivo di spostare l'interesse su di sé





L' Ambush Marketing è buon metodo per far parlare di sé senza un grande investimento economico, stimolando la competizione tra brand.



Un suo uso spregiudicato può danneggiare l'immagine del brand

PUBBLICITA' PER AGGANCIAMENTO

Condotta volta a far ritenere i propri prodotti simili a quelli di un concorrente, magari già molto conosciuto e apprezzato, allo scopo di sfruttarne una risonanza e una rinomanza già consolidate.



Art. 2598, n. 3 – Altre ipotesi di concorrenza sleale

Concorrenza parassitaria

Imitazione continua e sistematica delle iniziative imprenditoriali di un concorrente, attuata senza che si crei confusione tra i prodotti dell'uno e dell'altro imprenditore.

Boicottaggio

Un imprenditore induce altri operatori economici a non stipulare contratti o intraprendere rapporti commerciali con un concorrente.

Storno di dipendenti



Sottrazione di segreti aziendali



Vendite sottocosto

Vendere i propri prodotti a più bassi dei costi che l'impresa sostiene per la loro produzione (o per il loro acquisto dal produttore) realizza un comportamento antieconomico e illegittimo poiché tende a eliminare progressivamente i propri concorrenti dal mercato, falsando, di fatto, il gioco della concorrenza.





ASSOLOMBARDA

www.assolombarda.it
www.genioeimpresa.it
Seguici su

