

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

N. R.G. 2016



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
TRIBUNALE ORDINARIO di GENOVA

Quinta sezione civile CIVILE

Il Tribunale, in composizione collegiale nelle persone dei seguenti magistrati:

dott.	Presidente
dott.	Giudice Relatore
dott.	Giudice

ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa civile di I Grado iscritta al n. r.g. 2016 promossa da:

(C.F.), con il patrocinio dell'avv. e dell'avv.
(elettivamente domiciliato in
presso il difensore avv.

ATTORE/I

contro

(C.F.), con il patrocinio dell'avv. elettivamente
domiciliato in presso il difensore avv.

(C.F.), con il patrocinio dell'avv. elettivamente
domiciliato in presso il difensore avv

(C.F.), con il patrocinio dell'avv. e dell'avv.
; elettivamente domiciliato in
presso il difensore avv.

(C.F.), con il patrocinio dell'avv. e
dell'avv. ()
elettivamente domiciliato in presso il difensore avv.

CONVENUTO/I

CONCLUSIONI

Conclusioni per

Voglia l'Ill.mo Tribunale di Genova, contrariis reiectis, a) accertare l'attività di concorrenza sleale descritta in atto di citazione, posta in essere da tutte le società convenute, in concorso tra loro, ai danni

pagina 1 di 15

Concisa esposizione delle ragioni di fatto e di diritto della decisione

Con atto di citazione _____ esponeva: di essere socia della _____ era titolare in via esclusiva del marchio registrato _____ in forza della licenza d'uso conseguita, _____ concede ai propri soci il marchio _____ in sub licenza; la sub licenza è senza esclusiva a carico di _____, ma prevede un'esclusiva a carico del socio _____, sub licenziatario, nel senso che ogni sub licenziatario è obbligato a contraddistinguere il punto vendita indicato nel contratto di sub licenza solo con l'insegna _____ essendo fatto divieto di utilizzare qualsiasi altro segno distintivo concorrente; ogni sub licenziatario si impegna inoltre a favorire le attività promozionali nazionali definite dalla concedente _____ e ad aderire alle azioni promozionali e ad astenersi da qualsiasi attività o iniziativa che possa comunque arrecare pregiudizio; inoltre vi è l'obbligo per ciascun socio, come da patti parasociali (doc.5), di mantenere il massimo della riservatezza circa le informazioni conosciute, con la previsione di una penale di euro 50.000 per ogni violazione, nonché l'obbligo di contribuire al miglioramento dell'immagine del _____ opera quale centrale unica di selezione e programmazione degli acquisti dei prodotti elettronici, nel senso che tratta le migliori condizioni commerciali con i vari produttori ed organizza le campagne promozionali a carattere nazionale; gli acquisti dei prodotti ai prezzi vantaggiosi contrattati dal _____ con i vari produttori sono poi effettuati direttamente dai soci secondo il fabbisogno di ciascun punto vendita; ogni socio conosce quindi perfettamente in anticipo le condizioni economiche degli acquisti dei prodotti destinati ai soci _____, le future promozioni da lanciare in collaborazione ed il contenuto dei volantini e tutti questi dati costituiscono informazioni riservate; ogni socio assume un peso all'interno dell'organizzazione sulla base del fatturato che riesce ad avere con l'acquisto dei prodotti elettronici; tra i vari soci _____ vi è la _____ la quale, oltre ad essere socia _____ opera con autonomi segni distintivi, mediante propri punti vendita gestiti da società collegate, tra le quali ci sono la _____ con sub licenza d'uso del marchio _____ società di diritto sammarinese, priva di licenza d'uso del marchio _____ e che gestisce nella _____ un punto vendita con tutte le caratteristiche proprie dei punti vendita a marchio _____ e la _____ società affiliata _____ che utilizza il marchio _____ grazie alla sub licenza di

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

Tutte le società convenute, collegate tra loro da rapporti di comune controllo familiare o da un rapporto di collaborazione commerciale, avevano posto in essere:

- 1) attività di concorrenza sleale in violazione dell'art. 2598 n. 3 c.c., commercializzando prodotti a prezzi sotto costo o comunque ribassati rispetto a quelli conosciuti attraverso l'utilizzo di informazioni riservate carpite da grazie alla sua partecipazione al e con utilizzo anticipato delle informazioni riferite alle future campagne promozionali;
- 2) attività di concorrenza sleale in violazione dell'articolo 2598, numero 1, 2 e 3 c.c. per aver dato luogo ad un'organizzazione di vendita online di prodotti in concorrenza coi prodotti a marchio appropriandosi dei pregi della rete commerciale a marchio della notorietà di tale segno distintivo, senza aver mai ricevuto alcuna licenza d'uso, e creando anche confusione presso il pubblico dei consumatori circa il paese di provenienza dei prodotti commercializzati giocando sull'equivoco dato dal riferimento nei rispettivi siti commerciali a società sub licenziatarie del marchio in modo tale da indurre il pubblico dei consumatori a ritenere che i prodotti provenissero dall'omonima organizzazione e da un paese a tassazione agevolata (San Marino);
- 3) attività di concorrenza sleale in violazione dell'articolo 2598, numero 1 della l. 287/1990 e violazione dell'articolo 2569 c.c. e degli articoli 20, 21, 22,23, 30 del dlvo 30/2005 per avere le società convenute, approfittando della posizione dominante sul mercato dell'elettronica di cui beneficia aganciato ai propri rispettivi siti il marchio sfruttando la notorietà del segno, con conseguente attività confusoria e violazione del marchio; in particolar modo era priva di alcuna licenza, non era socia

Citava quindi al fine di far accertare l'attività di concorrenza sleale descritta nell'atto di citazione e conseguentemente inibire a ciascuna delle società convenute l'utilizzo dei rispettivi siti, fissare una penalità di euro 50.000 per ogni violazione dell'inibitoria contenuta nell'emananda sentenza, condannare le società a risarcire anche in via equitativa a tutti i danni e, in alternativa, condannare le medesime società a corrispondere all'attrice la retroversione degli utili ottenuti e ordinare infine la pubblicazione dell'emananda sentenza

Le concrete censure, con indicazione degli specifici comportamenti di concorrenza sleale, svolte da nei confronti di sono le seguenti:

pagina 5 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

1) _____, unirebbero la piattaforma online _____, generando confusione circa il fatto che essa sia commercialmente riferibile all'una, ovvero all'altra società;

2) _____ sfrutterebbe le informazioni riservate sui prezzi di acquisto e sui prezzi promozionali, anticipando la vendita dei prodotti a migliori condizioni di mercato, compromettendo così irrimediabilmente la complessiva operazione promozionale, come emergente dai seguenti concreti casi: 1. nel luglio del 2016 _____ concordava coi soci una campagna promozionale destinata a uscire nel settembre 2016, tra i prodotti vi era una stampante marca _____ del valore di mercato di € 79,90 da vendere a costo zero in abbinamento a notebook o desktop di marca _____ ma a fine luglio usciva un volantino a marchio free shop in cui si metteva in vendita quel medesimo modello della stampante _____ al prezzo di 49,99, di molto inferiore, neutralizzando così l'iniziativa promozionale del gruppo _____ in uscita a settembre 2016; 2. L'11 luglio del 2016 si dava comunicazione ai soci della prossima promozione inerente la lavatrice marca _____ per il prezzo di euro 399,00, offerta questa da inserire nel volantino _____ di settembre 2016, invece ad agosto usciva un volantino comune a _____ precisamente il 12 agosto 2016, all'interno del quale risultava pubblicizzata la lavatrice al prezzo promozionale di euro 399,00. In questo modo l'anticipata iniziativa promozionale aveva compromesso quella programmata da _____ per il mese di settembre 2000, inoltre, il 16 agosto la stessa lavatrice veniva pubblicizzata sul sito vendita online _____ al prezzo di euro 319,40, prezzo inferiore a quello programmato dal _____ e da _____ al prezzo di € 358,68; 3. Asciugatrice _____ da vendere in via promozionale a settembre 2016 per il prezzo di € 549,00 e a metà agosto proposta sul sito _____ a € 544,90 4. Asciugatrice _____ proposta da _____ per il prezzo di € 499,99 e proposta anche da _____ in anticipo a € 453,84);

3) _____ mediante l'utilizzo del marchio _____ violerebbe l'esclusiva imposta dal contratto di sub licenza.

Si costituivano le convenute, _____ esponevano: le vendite avvenute mediante il sito _____ sono conformi agli accordi con _____ non corrispondendo al vero che il sito _____ sia l'unico sito attraverso il quale possono avvenire le vendite online di prodotti a marchio _____ ciò anche perché non esistono prodotti a marchio _____ inoltre l'attività di vendita tramite il canale e-commerce cd freeshop, è ampiamente conosciuto dal _____ e tollerato (anche perché tali vendite si traducono in un maggior fatturato aggregato per l'intera _____ fatturato in base al quale i fornitori riconoscono alla _____ premi e facilitazioni di acquisto delle quali beneficiano tutti i soci); nel sito _____ non c'è in realtà alcun riferimento al marchio _____ per quanto riguarda le politiche di prezzo praticabile i prezzi di vendita al pubblico

pagina 6 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

indicati da [redacted] erano solo consigliati e non imposti, anche perché altrimenti vi sarebbe stata la violazione della normativa antitrust; non è vero che le convenute abbiano promosso vendite sotto costo in senso tecnico, inoltre si tratta di soli 4 prodotti e le informazioni non sono state carpite in modo fraudolento, ma mediante le informazioni circolarizzate dal [redacted] in particolare, la stampante [redacted] modello mg 4250 in realtà è stata venduta da sola al prezzo di euro 49,99, comunque prezzo superiore a quello promozionale, e inoltre, la campagna promozionale promuoveva l'abbinata tra stampante e notebook ed ancora sono stati venduti solo 13 pezzi di questa stampante da parte di [redacted] per quanto riguarda le due lavatrici [redacted] la circolare [redacted] dell'11 luglio non poneva alcun termine iniziale per la campagna promozionale.

[redacted] costituendosi, esponeva di essere estraneo agli accordi [redacted] perché aveva avuto la concessione della vendita dei prodotti [redacted] dalla [redacted] del quale era affiliato. Non c'era stata nessuna concorrenza sleale, anche perché il sito e-commerce era ormai dismesso dal 2016.

Venivano escussi i testi e, precisate le conclusioni, la causa veniva tenuta a sentenza.

Sulla legittimazione attiva di [redacted]

[redacted] è pacificamente socia del [redacted] e quindi può certamente fare valere in tale sua qualità, a maggior ragione nel momento in cui allega di avere subito un danno dalla condotta concorrenziale, i propri diritti nei confronti delle convenute.

Secondo la prospettazione attorea - che come vedremo in seguito viene in parte riconosciuta in questa sede - le convenute avrebbero posto in essere un'attività confusoria e concorrenziale, compromettendo la promozione di prodotti il cui prezzo era stato concordato tra tutti i soci del [redacted] e agganciato a campagne di vendita temporalmente già programmate. Ne sarebbe derivata una contrazione delle prospettive di vendita per [redacted] e quindi un conseguente danno.

[redacted] appare invece priva di legittimazione per quanto riguarda l'allegata attività concorrenziale di [redacted] nell'utilizzo dell'insegna [redacted]. Ed infatti, in tal caso solo la [redacted] parte del contratto di sub licenza con [redacted] avrebbe potuto far valere la violazione del richiamato diritto di esclusiva, fermo restando che poi nel merito tale censura è apparsa fin da subito infondata: il contratto di sub licenza impone l'utilizzo dell'insegna [redacted] in esclusiva solo per quanto riguarda il singolo negozio (ossia non possono essere affiancate altre insegne ed il punto vendita deve attenersi alle indicazioni del contratto di sub licenza in termini di prodotti, di arredamento e layout dei locali del punto vendita, di eventuali *software* gestionale, di pubblicità etc), senza però impedire l'utilizzo di altre insegne in altri punti vendita, purchè non in commistione con [redacted]

Sulle attività di concorrenza sleale

pagina 7 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

Parte attrice ha censurato le condotte delle convenute da un duplice punto di vista: per il fatto che sarebbero stati utilizzati siti diversi da quello specifico (ossia _____) in tal modo ingenerando confusione; così come il sito di _____ indirizzerebbe direttamente l'utente nel sito di _____ solo quest'ultimo detentore della licenza _____ facendo quindi presumere all'utente di potere fruire delle facilitazioni economiche date dal regime fiscale di San Marino per l'acquisto dei prodotti circuito _____

Tali censure appaiono infondate.

Nessuno dei contratti stipulati dalle parti in causa impone l'utilizzo del sito trony per la vendita dei prodotti acquistati mediante l'intervento della _____ non potendo quindi imporsi ai diversi soci (o comunque affiliati a soci _____) ciò che non deriva da un vincolo contrattuale. E che nel 2016 non vi fosse alcuna pattuizione contrattuale in tal senso è provata dal fatto che solo dal 1.2.2019 (v. produzioni attoree, peraltro tardive, allegate al foglio di precisazione delle conclusioni), i soci della _____ hanno stabilito che uno solo deve essere il canale telematico digitale di promozione ed acquisto (per l'appunto _____)

Parte attrice, dal canto suo, si è limitata a lamentare l'utilizzo di siti diversi da quelli di _____ indicando che la sub licenza sarebbe valsa solo per le vendite fisiche e non per quelle on line, per le quali era vincolato l'uso del canale online di _____ (pag. 16 atto di citazione): affermazione che non trova però alcun aggancio contrattuale, ma risulta meramente labiale, senza peraltro prospettare neppure larvatamente sotto quali profili tale condotta sarebbe causa di danno.

Deve essere esclusa quindi la concorrenza sleale per confusione di cui al n. 1 dell'art. 2598 c.c., non essendo stato contrattualizzato tra le parti l'utilizzo del solo sito _____ per le vendite online, essendo inoltre ogni punto vendita ed ogni sito ben individuato e non potendo neppure in tesi difensiva comprendersi in quale modo l'eventuale "agganciamento" al sito di _____

creerebbe una concorrenza sleale per confusione, con la lesione dei diritti di _____. Si tenga conto che per quanto riguarda tutti i soggetti convenuti, a parte _____ è documentato che siano titolari delle sub-licenze per l'utilizzo dell'insegna _____ per _____ è dato pacifico e comunque vi è il contratto di sub licenza _____ (v. doc. 5 parte convenuta _____), vi è contratto di sub licenza anche con _____ (v. doc. 7 _____), nonché il contratto di partnership commerciale con _____ che conferisce la possibilità di utilizzare l'insegna _____. Per quanto riguarda _____ non risulta da nessun documento – e la circostanza è specificamente contestata – che sul sito, o nel punto vendita di _____ si facesse riferimento all'insegna _____. Non vi è alcuna illecita confusione, essendo autorizzata e regolamentata dalle parti.

pagina 8 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

Sussiste invece la concorrenza sleale prevista dal n. 3 dell'art. 2598 c.c., ossia l'utilizzo di informazioni riservate e il mancato allineamento sulle modalità concordate in circa le tempistiche di determinate offerte promozionali. Si fa in questo caso riferimento ai quattro episodi indicati dall'attrice nel proprio atto di citazione, ossia relativamente alla stampante, alla lavatrice e ai due modelli di asciugatrice. Secondo la prassi in uso presso la (e in applicazione del contratto di sub licenza d'uso non in esclusiva marchio , v. doc. 4 art. 2h: "la licenziataria si impegna per le attività promozionali nazionali definite dalla concedente a proporre, nella vendita, i prezzi definiti dalla concedente per la vendita al pubblico di volta in volta comunicati e relativi a ciascuna attività promozionale") a livello centrale venivano stabilite le offerte dedicate, offerte che dovevano fare parte di un'unica campagna promozionale, nel caso di specie quella di settembre. Costituiscono prova delle appena esposte circostanze il doc. 24 di parte attrice relativo alla stampante , il cui prezzo consigliato era di € 79,90 in abbinata con notebook e desktop nonché i doc. 42 (in cui viene programmato il numero di pezzi da ritirare e le tempistiche, tutte successive a settembre) e 42 bis (volantino di settembre marchio).

Tale condotta, indipendentemente dal canale promozionale e commerciale sul quale è stata realizzata (ossia se nei punti vendita o sui siti internet o su quelli e-commerce) è da considerarsi quale concorrenza sleale. Si consideri la funzione del come sopra già descritta e gli obblighi derivanti dai patti parasociali, nonché il contratto di sub licenza: il fatto di concordare la con i fornitori prezzi concorrenziali per l'acquisto di rilevanti quantitativi, comunicando ai propri soci le condizioni, concordando le campagne promozionali e quindi il lancio dei prodotti, richiede necessariamente che tutti i soci del si allineino sulle linee unitarie di promozione e vendita, per evitare di svilire la funzione del rendendo l'insegna svuotata di contenuto. Non c'è dubbio che le offerte relative ai quattro prodotti indicati in atto di citazione, per come emergente dalle prove documentali citate nonché dalle stesse dichiarazioni delle convenute (v. pagg. 18 e 19 comparsa costituzione), siano state decise a livello centrale dal a luglio 2016 e che le promozioni delle convenute siano immediatamente successive (ad agosto) e precedenti al lancio promozionale unitario (i volantini prodotti sono infatti tutti di settembre). È l'evidente tempistica a confermare la tesi attorea. Il vantaggio deriva dall'uniformarsi tutti i soci alle campagne promozionali lanciate ed organizzate in maniera unitaria, attribuendo così ai punti vendita a insegna una forza commerciale unica su tutto il territorio nazionale, riconosciuta come tale dal consumatore, per il quale non fa differenza acquistare un prodotto in promozione presso un punto vendita o presso un altro, anche se in città diverse, ma che associa (e deve associare secondo l'intento) quell'acquisto ad un unico canale

pagina 9 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

commerciale: . È evidente che avere da parte dei soci tempistiche diverse, anche di poche settimane e anche di pochi euro, rende più fragile l'intento comune, depotenziandolo enormemente.

Non possono essere invece considerati gli ulteriori tre episodi allegati per la prima volta dall'attrice perché, come ammesso dalla stessa, in parte successivi all'instaurazione della causa (il e il sono stati commercializzati, come affermato dalla stessa attrice e come emerge dai flyer promozionali depositati, doc. 45 e 47, nel 2017; il volantino promozionale della lavatrice samsung è del 2.4.2017) e quindi esulanti dal presente giudizio e comunque sono sformati di prova, non essendo emerso che fossero parte di un'unica campagna promozionale , prestabilita nelle tempistiche e nei prezzi unici.

Una volta raggiunta la prova della condotta di concorrenza sleale, non è necessaria la prova della colpa, in aderenza a quanto disposto dall'art. 2600 c. 3 c.c. e dal relativo accertamento deve conseguire l'inibitoria. È quindi irrilevante, a tal fine, la difesa di nella parte in cui fa leva sulla sua mancata consapevolezza delle campagne promozionali decise dal per escludere la sua responsabilità. Ciò però avrà rilevanza, come vedremo in seguito, per quanto riguarda le spese del giudizio, comprese anche quelle di pubblicazione della presente sentenza.

Essendo stati quindi accertati tali episodi di concorrenza sleale, devono essere inibite tutte le eventuali condotte che possano ripeterne le modalità, e ciò per quanto riguarda i soli siti internet, essendo la richiesta attorea limitata ad essi e ciò al fine di impedire nuove iniziative illecite, indipendentemente dalla loro attualità. Le convenute dovranno quindi osservare le forme di promozione concordate all'interno della , sia per quanto riguarda le tempistiche, sia per quanto riguarda l'allineamento dei prezzi.

Tuttavia non può essere concessa la penale richiesta dall'attrice ai sensi degli artt.2599 c.c. e 614 c.p.c.. Invero, le condotte vietate sono state forzatamente identificate in maniera astratta, con riferimento alle future campagne promozionali di GRE e dalla riproposizione, da parte delle convenute, di elementi in qualche modo riconducibile a detta campagna. La fattispecie da sanzionare non si presta quindi ad essere diagnosticata con una rilevazione veramente automatica, come sarebbe necessario per applicare la penale, ma presuppone un ulteriore accertamento in fatto, per riconoscere il valore "anticipatorio" delle condizioni praticate dalle convenute rispetto alla promozione pianificata, e d'altra parte non si presta, sempre per il suo carattere astratto, ad una liquidazione forfettaria del danno conseguente.

Sulla domanda di risarcimento del danno

Deve poi essere rigettata la domanda di risarcimento del danno.

pagina 10 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

L'attrice ha inizialmente allegato il solo danno patrimoniale tacendo riferimento alle royalties che le convenute avrebbero dovuto pagare per l'utilizzo del marchio *online*, quindi al costo degli investimenti pubblicitari per il lancio dei prodotti poi non venduti a causa della concorrenza sleale e in alternativa la retroversione degli utili. Quindi in II memoria istruttoria ha fatto riferimento al fatto che tramite la concorrenza sleale il fatturato di sarebbe cresciuto illegittimamente aumentando la sua partecipazione in a discapito di con una riduzione per quest'ultima del numero di azioni. Ed ancora, in comparsa conclusionale il danno è stato individuato nell'evasione delle imposte che si sarebbe avuta utilizzando la società di e la sede francese () per i pagamenti degli acquisti online delle merci attraverso la sede francese, chiedendo in ogni modo una condanna generica. Infine in memoria di replica è stata allegata la responsabilità aquiliana. Tali diverse e sempre nuove prospettazioni appaiono, oltre ad essere generiche, prima ancora inammissibili e tardive, e dovranno considerarsi solo le richieste svolte tempestivamente con l'introduzione della causa.

La prova dell'avvenuta concorrenza sleale nell'ambito del rapporto contrattuale non è stata però seguita dalla prova del lamentato danno. Invero anche le allegazioni attoree sono risultate generiche, non indicando neppure quale sarebbe stato il fatturato di in relazione ai soli prodotti (perché è pacifico in giudizio che utilizzi presso suoi altri punti vendita anche insegne diverse da) e quale la relativa flessione. Dalla documentazione in atti non è neppure risultata una diminuzione nei quantitativi di prodotti venduti correlata ad un aumento delle vendite delle convenute: dagli estratti delle scritture contabili e fatture delle convenute (v. doc. 26) risultano pochi pezzi venduti delle quattro tipologie oggetto della contestata e accertata attività di concorrenza sleale: 4 stampanti e 7 lavatrici. Tale dato contrasta con le proiezioni attoree d'inventario, pari a 2400 pezzi (v. doc. 55 parte attrice, foglio excell di formazione interna alla società), ma soprattutto trova un dato di evidente e certa sconfessione nei bilanci della stessa per il 2015 (anno precedente alle contestate condotte di concorrenza sleale) sono indicati utili per € 925.982,00 mentre per il 2016 non solo non vi è stata alcuna flessione, ma anzi un evidente e netto aumento degli utili, pari ad € 1.220.979,00 (doc. 49 e 50 parte attrice). Si consideri che anche gli allegati danni in relazione alle asserite inutili spese di pubblicità, delle quali si richiede il ristoro, non sono stati provati, riferendosi i doc. 57 e 58 prodotti da a precedenti esercizi (2014 e 2015) ed essendo inoltre dati aggregati e non relativi ai soli prodotti

Manca quindi la prova del lamentato (e neppure quantificato) danno e non può neppure essere pronunciata, com'è tardivamente richiesto, condanna generica e neppure liquidazione equitativa.

pagina 11 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

Per quanto riguarda la condanna generica essa è stata proposta tardivamente, conclusionale, e, come affermato più volte dalla giurisprudenza di legittimità, “in tema di risarcimento del danno, nel regime delle preclusioni introdotte con la l. n. 353 del 1990, è inammissibile il mutamento di una domanda di condanna specifica in domanda di condanna generica, a nulla rilevando che il convenuto vi abbia prestato acquiescenza; pertanto il giudice, in ossequio al principio di corrispondenza tra il chiesto e il pronunciato, deve liquidare il danno in base agli elementi acquisiti al processo oppure deve rigettare la domanda per difetto di prova, restando altresì esclusa la possibilità di procedere a liquidazione equitativa, che è consentita solo ove il danno non possa essere provato nel suo preciso ammontare e non anche allorché manchi la prova della sua entità”. (Sez. 6 - 3, Ordinanza n. 19893 del 09/08/2017). E deve considerarsi che il danno “cagionato dal compimento di atti di concorrenza sleale non è qualificabile “in re ipsa” ma, essendo conseguenza diversa e ulteriore rispetto alla distorsione delle regole della concorrenza richiede, in ogni caso, di essere autonomamente provato secondo i principi generali che regolano il risarcimento da fatto illecito, con la conseguenza che solo la dimostrazione dell'esistenza del danno consente il ricorso al criterio equitativo ai fini della liquidazione”. (Cassazione civile, sez. I, 23/12/2015, n. 25921).

Non può neppure essere riconosciuta la «reversione [o retroversione, o restituzione] degli utili» di cui all'art. 125, comma 3, c.p.i. non vertendo la presente causa in materia di tutela della proprietà industriale, e quindi di brevetto e diritto d'autore.

Non può quindi essere riconosciuto alcun risarcimento.

La pubblicazione della sentenza

Deve quindi essere disposta la pubblicazione dell'estratto della presente sentenza (intestazione, parti, difensori, dispositivo, data – omissi il nome ed il cognome dei giudici) a cura e spese, in solido, di _____ – per due volte, a caratteri doppi del normale, sia nella versione cartacea, sia nella versione online – su “Corriere della Sera” e “Il Resto del Carlino”.

Sulla posizione di _____

Anche _____ fa parte della rete distributiva _____ e ne fa parte in forza del contratto di partnership commerciale stipulato con _____ (v. doc. 2).

_____ come da contratto sub doc 4 di parte attrice, può concedere in sub licenza l'uso del marchio _____ “alla tassativa condizione che il sublicenziatario sottoscriva convenzione in tutto e per tutto rispondente agli obblighi ed impegni risultanti dal presente atto” (art. 14 contratto, doc. 4), tra i quali obblighi vi è quello sancito dall'art. 2h: “la licenziataria si impegna per le attività promozionali

pagina 12 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

nazionali definite dalla concedente a proporre, nella vendita, i prezzi definiti dalla concedente per la vendita al pubblico di volta in volta comunicati e relativi a ciascuna attività promozionale”.

Dei quattro episodi sopra citati di concorrenza sleale due sono attribuibili a quello relativo alla commercializzazione ad agosto, invece che a settembre, della lavatrice marca per il prezzo di € 319,40 in luogo di 399,00, come consigliato dal (v. doc. 29 parte attrice) e quello relativo all’asciugatrice venduto da in anticipo rispetto al volantino programmato e per il prezzo di € 453,84 in luogo di € 499,99. Sono tutte condotte di concorrenza sleale per i motivi sopra indicati. E nel momento in cui ne viene accertata l’illiceità, come in questa sede avvenuto, secondo quanto disposto dall’art. 2600 c.c., “la colpa si presume”. Non ha quindi rilevanza, per la configurabilità della condotta, il fatto che la conoscesse o meno gli accordi all’interno del e i diversi obblighi, mentre tale aspetto rileva per quanto riguarda la domanda di manleva svolta da nella propria comparsa di costituzione nei confronti di Rileva perché avrebbe dovuto essere a rendere partecipe dei diversi obblighi contrattuali derivanti dall’utilizzare il circuito obblighi contrattuali che si estendono a chiunque ne faccia uso, proprio in forza dell’art. 14 del contratto di sub licenza più volte citato; non avendolo fatto (tale circostanza non è neppure stata allegata da e peraltro gli atti di concorrenza sleale sono stati comuni a tutte le convenute) dovrà manlevare dalle conseguenze pregiudizievoli del presente giudizio, ossia dalla condanna alle spese legali, anche di pubblicazione della sentenza, che necessariamente, secondo il principio della soccombenza, anche deve rifondere all’attrice.

Le spese di pubblicazione della sentenza, per gli stessi motivi, non devono essere poste in capo a Cecchini.

Le spese di lite

In considerazione del fatto che non tutte le domande attoree sono state accolte (l’inibitoria tout court dell’utilizzo dei siti internet, la richiesta di risarcimento dei danni, l’accertamento della concorrenza sleale per confusione) sussistono motivi per disporre la compensazione delle spese di lite nella misura della $\frac{1}{2}$, mentre per la restante $\frac{1}{2}$ seguono la soccombenza e sono liquidate come da dispositivo e da seguente tabella. Nel caso di specie in difetto di prova di pattuizioni intercorse tra la parte vittoriosa ed il suo difensore; della nota spese depositata da parte attrice (con una richiesta finale di € 9.000,00), tenuto conto del valore determinabile del decisum e degli effetti della decisione; della complessità della controversia, del numero e dell’importanza delle questioni trattate, nonché del pregio dell’opera prestata e dei complessivi risultati dei giudizi, le spese del giudizio vengono liquidate come da Tabella.

pagina 13 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

Valore della Causa: Indeterminabile - complessità media

Fase	Compenso
Fase di studio della controversia:	€ 1.500,00
Fase introduttiva del giudizio:	€ 2.000,00
Fase istruttoria e/o di trattazione:	€ 3.000,00
Fase decisionale:	€ 2.500,00
Compenso tabellare	€ 9.000,00

PROSPETTO FINALE

Compenso tabellare € 9.000,

Eurocom è poi tenuta, per i motivi sopra indicati, a rimborsare _____ dalle somme che quest'ultima sarà tenuta eventualmente a versare a titolo di condanna alle spese, anche di pubblicazione della sentenza, nei confronti dell'attrice.

Pqm

Il Tribunale, in composizione collegiale, definitivamente pronunciando, così provvede:

1. accerta che _____ con le condotte descritte in motivazione, hanno posto in essere attività di concorrenza sleale ex art. 2598 n. 3 c.c. ai danni della parte attrice
2. inibisce alle convenute di proporre, sui propri siti internet _____ e su qualunque altro sito internet, offerte promozionali che anticipino le campagne pianificate da _____ per il periodo successivo, delle quali Eurocom abbia avuto notizia quale socia di _____
3. respinge, salvo quanto statuito al punto precedente, la domanda di inibitoria all'uso dei siti _____
4. respinge le domande di risarcimento;
5. ordina la pubblicazione dell'estratto della presente sentenza (intestazione, parti, difensori, dispositivo, data – omissi il nome ed il cognome dei giudici) a cura e spese,

pagina 14 di 15

Sentenza n. 375/2021 pubbl. il 16/02/2021

in solido, di

per due volte, a caratteri doppi del normale, sia nella versione cartacea, sia nella versione online – su “Corriere della Sera” e “Il Resto del Carlino”;

6. compensa tra le parti le spese di lite nella misura della $\frac{1}{2}$ e condanna le convenute, in solido tra di loro, a rifondere all’attrice le spese di giudizio che liquida nella relativa parte, in € 4.500,00 per compensi, € 518,00 per esborsi, oltre 15% spese generali, IVA e CPA
7. condanna a rifondere a le somme che lo stesso dovrà eventualmente versare all’attrice in forza del capo sub 5 e 6

Genova, deciso in Camera di Consiglio il 1.2.2021

Il Giudice Relatore

Il Presidente

pagina 15 di 15