Concorrenza sleale per agganciamento. Le immagini dei prodotti



La tutela delle immagini dei prodotti di un’impresa operante on-line a fronte della concorrenza sleale per agganciamento.

La competizione tra le imprese, anche di quelle che operano in Internet, richiede l’osservanza delle regole per una sana e corretta competizione, a salvaguardia sia delle imprese sia, di riflesso, dei consumatori. Sono vietati gli atti di concorrenza sleale per agganciamento, da parte di un’impresa, idonei a creare confusione alterando i vantaggi competitivi delle imprese già affermate.

Un’impresa assistita ci pone il seguente quesito: ***“Sono una azienda che fa e-commerce e ho inserito nel mio sito alcune immagini di miei prodotti; ho notato che queste foto sono state prelevate da un’altra azienda per pubblicizzare i propri prodotti. Cosa devo fare per tutelare le mie fotografie?“***

La concorrenza tra imprese, caratteristica di un’economia e di un mercato fondati sul profitto ma anche sulla competizione per migliorare la produzione, trova alcune particolarità in

Internet, tra le quali è la **maggior visibilità** del prodotto che richiede l'**e-commerce**: si ha a che fare infatti con una massa indistinta, non localizzabile e potenzialmente mondiale di clienti consumatori che solo guardano in un monitor per valutare e decidersi sugli acquisti.

Si accentua l'importanza dell'**immagine**, che insieme alle dettagliate caratteristiche del prodotto rende l'idea dello stesso anche senza vederlo dal vero a tre dimensioni in un negozio reale. Quanti di noi hanno consultato, almeno una volta, un catalogo online come quello dell'Ikea o della D-Mail, ad esempio, per la comodità della compravendita online che ormai pressoché tutti questi **negozi virtuali** consentono, insieme con la successiva spedizione al domicilio dell'acquirente [1].

Concorrenza sleale per agganciamento

Le regole per una sana e corretta competizione tra imprese, comprendente anche la pubblicità comparativa con l'osservanza di prestabiliti criteri e limiti, sono stabilite principalmente dal codice civile in una sezione dal titolo significativo "**Concorrenza sleale**": sono regole che valgono anche per l'e-commerce [2].

Il caso che ci viene segnalato, riguardante l'uso indebito delle **fotografie di prodotti** dell'azienda concorrente, costituisce proprio un caso di concorrenza sleale previsto dalla chiamata previsione normativa che vieta gli atti di concorrenza sleale tipici (atti confusori, denigrazione e appropriazione di pregi) e atipici (atti contrari ai princìpi della correttezza professionale e idonei a danneggiare l'altrui azienda), a fronte dei quali si può agire in giudizio sia in sede inibitoria che risarcitoria.

A parte la questione della riproduzione di immagini prelevate in Internet, sulla quale abbiamo già parlato perché può

costituire un caso di violazione della legge sul diritto d'autore [3], si appalesa di per sé il carattere illecito e furtivo nell'appropriarsi, da parte di un imprenditore, delle immagini del concorrente.

Nella prassi giurisprudenziale, tale condotta, consistente nell'**appropriazione di pregi** del concorrente e in un indebito **vantaggio competitivo**, viene definita come **concorrenza sleale per agganciamento**, espressione che rende bene l'idea dello sfruttamento della visibilità sul mercato che ha l'impresa concorrente e più affermata. Si tratta quindi di un atto di concorrenza sleale, idoneo a creare confusione tra prodotti concorrenti, di tipo parassitario, consistente in un indebito arricchimento e in un correlativo danno patrimoniale.

Concorrenza sleale per agganciamento

Da notare che gli atti di concorrenza sleale atipici, previsti dalla disposizione codicistica, costituiscono una serie aperta e in continua evoluzione, così come il criterio di correttezza professionale come regola comportamentale di base: ma tra gli atti più comuni ci sono proprio quelli improntati ad una **concorrenza parassitaria**, che si manifesta in atti ulteriori rispetto alla tipica appropriazione di pregi: basti pensare alla continua e costante imitazione sistematica, ad esempio, delle iniziative pubblicitarie del concorrente, non solo delle sue immagini su Internet e dei suoi prodotti.

La disciplina sanzionatoria della concorrenza sleale prevede la possibilità di ottenere la **tutela inibitoria**, che viene concessa sulla base di dati oggettivi indipendentemente cioè dal dolo o dalla colpa del concorrente scorretto e anche dal danno patrimoniale che possa già aver subìto il soggetto istante.

Anche se non sono espressamente previste forme di **tutela provvisoria cautelare** è ormai prassi consolidata la

concessione dei provvedimenti d'urgenza [4] previsti in linea generale dal codice di procedura civile.

avv. Giovanni Bonomo

---

[1] Sul negozio virtuale online, caratteristica della digitalizzazione e globalizzazione del mercato, rimandiamo a http://business.laleggepertutti.it/1251_come-avviare-unattivita-e-commerce-e-si-apre-un-negozio-online-comodamente-dal-pc

[2] Libro V, Titolo X, Sez. II, art. 2598 – 2601 cod. civ.

[3] http://www.laleggepertutti.it/2558_foto-e-immagini-prelevate-da-internet-guida-operativa-su-come-comportarsi

[4] Infatti, a norma dell'art. 2600 cod. civ., accertati gli atti di concorrenza sleale, la colpa di presume, e nel caso che si accerti dopo la colpa o il dolo, l'autore è tenuto al risarcimento dei danni. Se ne deduce, a contrario, che per l'azione inibitoria basta l'allegazione degli atti concorrenzialmente scorretti.