



L'estratto che stai visualizzando
è tratto da un volume pubblicato su
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)

Sommario

Presentazione del Trattato breve	p.	V
Abbreviazioni	p.	XI
Presentazione del volume	p.	XVII

CAPITOLO I

IL PUNTO DI PARTENZA DELL'INDAGINE PENALISTICA: LA FUNZIONE ECONOMICO-SOCIALE DEL MARCHIO D'IMPRESA E LE SUE DISCIPLINE EXTRAPENALI

1. Il fenomeno ed il diritto extrapenale del marchio nel suo volto attuale: un'indagine preliminare metodologicamente necessaria	p.	3
2. La funzione economico-sociale del marchio oggi: dal <i>Logo</i> al <i>Brand</i>	p.	12
2.1. Il contesto della economia globalizzata	p.	12
2.2. In particolare: l'evoluzione del marchio nella società post-moderna	p.	16
3. Il nuovo diritto industriale dei marchi: la trasformazione economico-sociale diventa diritto	p.	24
3.1. Discipline di età industriale	p.	26
3.2. Le svolte del 1992, il Codice della proprietà industriale ed il Codice del consumo	p.	30
4. Conclusioni: il diritto di esclusiva ed i suoi limiti	p.	43

CAPITOLO II

LA TUTELA PENALE DEL DIRITTO DI ESCLUSIVA NEI REATI DI CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

1. Contraffazione di marchi e pubblica fede	p.	51
1.1. Dalla tutela penale dell'esclusivista a quella del consumatore	p.	51

VIII comitato editoriale, sommario, abbreviazioni, presentazione

1.2.	La cornice storico-temporale di interesse dell'indagine penalistica	p.	55
1.3.	Il 'brodo di coltura' delle prime discipline penali e della codificazione zanardelliana	p.	59
1.4.	Gli slogan e le scelte effettive del codice Zanardelli (artt. 296, 297) tra persistente tutela dell'esclusiva e nuovo interesse dei consumatori	p.	65
1.5.	Gli artt. 473 e 474 del Cod. Rocco	p.	77
1.6.	Gli artt. 473 e 474 Cod. Rocco trapiantati nell'humus costituzionale del 'modello sociale di concorrenza': la (irrisolutiva) parabola ascendente della pubblica fede	p.	82
2.	La tutela penale <i>monoffensiva</i> dell'esclusiva	p.	102
2.1.	Uscire dal labirinto della pubblica fede	p.	102
2.2.	La costruzione normativa della tutela penale della proprietà industriale nella legge n. 99/2009	p.	114
3.	La tutela penale della proprietà industriale dopo la l. n. 99/2009	p.	138
3.1.	Un punto d'approdo	p.	138
3.2.	La tutela penale della proprietà industriale alla prova della condotta tipica: il binomio 'contraffazione - violazione dell'esclusiva'	p.	148
3.3.	L'area ridefinita della contraffazione ed il 'ramo secco' della 'seconda valutazione'	p.	153
4.	Ricadute applicative: il tema dei falsi palesi	p.	169

CAPITOLO III

GUARDANDO OLTRE IL DIRITTO DI ESCLUSIVA: LA TUTELA PENALE DEI CONSUMATORI DALLE ASIMMETRIE INFORMATIVE E DELLA PRODUZIONE MADE IN ITALY DALL'AGGANCIAMENTO PARASSITARIO

1.	La tutela penale degli interessi economici collettivi di consumatori e produttori	p.	183
1.1.	Nessun deficit di tutela penale	p.	183
1.2.	La tutela penale della collettività dei consumatori tramite l'art. 517 c.p. fino alla l. n. 350/2003: i temi centrali	p.	191
1.3.	Diritto penale e produzione decentrata: i percorsi giurisprudenziali sull'art. 517 c.p.	p.	206
2.	La stagione di riforme 2003-2009 nel duello tra legislatore e giurisprudenza: la combattuta fondazione di una tutela penale della struttura produttiva italiana	p.	211

comitato editoriale, sommario, abbreviazioni, presentazione IX

- 2.1. Dalla l. n. 350/2003 ad oggi tra resistenze ed evoluzioni
giurisprudenziali p. 211
- 2.2. Dalla tutela della corretta formazione delle scelte d'acqui-
sto alla protezione della produzione italiana da condotte
parassitarie: prospettive e limiti p. 225

MATERIALI

..... p. 237



L'estratto che stai visualizzando
è tratto da un volume pubblicato su
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)