

INDICE SOMMARIO

Premessa alla nona edizione v

Parte prima **LA CONCORRENZA SLEALE**

CAPITOLO I

DAGLI INIZI ALLA SITUAZIONE ATTUALE

§	1. Gli inizi	3
§	2. Dalla tutela dei segni distintivi alla lealtà della concorrenza	4
§	3. Dal diritto giurisprudenziale alla legislazione	5
§	4. La situazione legislativa italiana fino agli anni '80	5
§	5. L'evoluzione più recente della disciplina	8
§	6. Concorrenza sleale e illecito aquiliano	11

CAPITOLO II

I SOGGETTI

§	7. I presupposti soggettivi. Il rapporto di concorrenza: profilo merceologico	13
§	8. (<i>Segue</i>): profilo territoriale	15
§	9. La concorrenza fra imprese operanti a livelli diversi	16
§	10. Rapporto di concorrenza e storno di clientela	17
§	11. La qualifica di imprenditore	17
§	12. Atti di terzi imputabili al concorrente	19
§	13. La responsabilità del terzo	20
§	14. La legittimazione delle associazioni professionali	21

CAPITOLO III
CORRETTEZZA PROFESSIONALE E
DANNO CONCORRENZIALE

§	15. Fattispecie nominate e clausola generale nell'art. 2598 c.c.	25
§	16. I « principi della correttezza professionale »	26
§	17. La « oggettivazione » dei principi di correttezza	28
§	18. Il riferimento alla morale corrente	29
§	19. Il giudizio di correttezza	30
§	20. L'idoneità a danneggiare l'altrui azienda	32
§	21. Danno concorrenziale e potenzialità	33

CAPITOLO IV
LA CONCORRENZA PER CONFONDIBILITÀ

§	22. Concorrenza sleale confusoria e Codice della proprietà industriale	35
§	23. Le fattispecie confusorie dell'art. 2598 n. 1 c.c.	35
§	24. Fattispecie confusorie e segni distintivi	36
§	25. L'oggetto dei diritti	37
§	26. La capacità distintiva	38
§	27. La capacità distintiva (<i>segue</i>)	39
§	28. Uso e notorietà "qualificata" del segno	41
§	29. Limiti merceologici e territoriali della tutela	42
§	30. Le connessioni reciproche tra le condizioni di tutelabilità	43
§	31. La novità del segno	45
§	32. La prova dei requisiti di tutelabilità	46
§	33. Confondibilità e confusione	47
§	34. I rapporti con i segni oggetto di specifica disciplina	48
§	35. L'imitazione dell'altrui marchio registrato	49
§	36. L'imitazione dell'altrui ditta	50
§	37. L'imitazione di altri segni distintivi	52
§	38. Adozione dell'altrui segno distintivo come segno diverso	53
§	39. La tutela del marchio di fatto e della ditta irregolare	53
§	40. Altri segni	54
§	41. L'effetto confusorio	55
§	42. L'imitazione servile come fattispecie confusoria	56
§	43. I requisiti della forma tutelabile	59
§	44. Il coordinamento con la disciplina brevettuale. Le forme utili	60
§	45. Le forme funzionali	63
§	46. Le forme « inderogabili »	63

§ 47. Forme inderogabili e concetto innovativo	65
§ 48. Ancora sul coordinamento con la tutela brevettuale . . .	66
§ 49. I disegni e modelli. Il « carattere individuale »	67
§ 50. Le forme « ornamentali »	70
§ 51. Imitazione servile di segni bidimensionali (confezioni) . .	71
§ 52. Gli « altri mezzi » della concorrenza confusoria	72
§ 53. I segni distintivi nel Codice della proprietà industriale . .	73

CAPITOLO V

DENIGRAZIONE E APPROPRIAZIONE DI PREGI

§ 54. Le fattispecie dell'art. 2598 n. 2 c.c.	75
§ 55. La denigrazione	75
§ 56. La diffusione della notizia screditante	76
§ 57. L'oggetto della denigrazione	77
§ 58. Notizie screditanti vere e false	78
§ 59. La comparazione	80
§ 60. La pubblicità comparativa. La Direttiva 2006/114/CE (già 97/55/CE)	81
§ 61. La magnificazione del prodotto proprio	83
§ 62. La diffida	84
§ 63. Diffusione di notizie su procedimenti e provvedimenti giudiziari	86
§ 64. La legittima difesa	87
§ 65. L'identificabilità del soggetto leso	88
§ 66. L'appropriazione di pregi	89
§ 67. Autoattribuzione di pregi specifici	90
§ 68. Autoattribuzione di pregi e mendacio	92
§ 69. L'agganciamento	92
§ 70. L'uso del marchio altrui preceduto dalla parola « tipo » o analoga, e fattispecie simili	94
§ 71. I casi "tipici" di appropriazione dei pregi	96
§ 72. Il destinatario del messaggio appropriativo	98

CAPITOLO VI

LE FATTISPECIE DELL'ART. 2598 N. 3 C.C.

§ 73. Le fattispecie tipizzate	99
§ 74. Le comunicazioni ingannevoli	100
§ 75. L'idoneità a ingannare	102
§ 76. Le menzogne innocue, le iperboli e le mezze verità	104

§ 77. I modi di diffusione del messaggio decettivo	105
§ 78. La liceità dei ribassi di prezzo	105
§ 79. La vendita sottocosto	106
§ 80. La vendita sottocosto come illecito amministrativo . . .	108
§ 81. Il sottocosto delle imprese della mano pubblica	109
§ 82. La violazione di norme di diritto pubblico	110
§ 83. La violazione di norme pubblicistiche come atto di concorrenza sleale	111
§ 84. Lo storno di dipendenti	112
§ 85. Le condizioni di illiceità dello storno	113
§ 86. La sottrazione di segreti commerciali	115
§ 87. Il concorso nell'altrui inadempimento di obbligazioni . .	119
§ 88. La concorrenza dell'ex dipendente	119
§ 89. La concorrenza parassitaria	121
§ 90. Il boicottaggio	122
§ 91. Copia a ricalco o a pantografo	124

CAPITOLO VII

L'AZIONE E LE SANZIONI

§ 92. Rapporti con la disciplina del Codice della proprietà industriale	127
§ 93. Giurisdizione e competenza. Le misure cautelari	128
§ 94. Le sanzioni: l'inibitoria	130
§ 95. Le altre sanzioni	131

CAPITOLO VIII

LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

§ 96. Il consumatore e la concorrenza sleale	133
§ 97. La progressiva valorizzazione della figura del consumatore .	134
§ 98. Le pratiche scorrette	135
§ 99. Scorrettezza, slealtà, diligenza professionale: la clausola generale	136
§ 100. Le pratiche commerciali ingannevoli	137
§ 101. La lista nera (<i>segue</i>)	139
§ 102. Le pratiche commerciali aggressive	140
§ 103. Pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale . . .	140
§ 104. L'idoneità delle pratiche a falsare il comportamento del consumatore	141
§ 105. Il d.lgs. 145/2007	142

Parte seconda
I SEGNI DISTINTIVI

CAPITOLO I

IL MARCHIO: NOZIONE E FUNZIONE

§	1. Segni distintivi e concorrenza	147
§	2. Le fonti legislative	148
§	3. Funzione distintiva e diritto di esclusiva	150
§	4. Funzione distintiva e funzione di indicazione di origine o di provenienza	151
§	5. (<i>Segue</i>): gli interessi coinvolti	152
§	6. Funzione e funzioni del marchio	154
§	7. I divieti di uso ingannevole del marchio. Lo «statuto di non decettività»	156
§	8. Funzione distintiva e tutela contro la confondibilità. Il principio di relatività	158
§	9. La tutela dei valori del marchio in sé	160

CAPITOLO II

IL MARCHIO COME SEGNO E I REQUISITI DI VALIDITÀ

§	10. I segni suscettibili di costituire valido marchio	163
§	11. Il principio della estraneità del marchio al prodotto	165
§	12. Il problema dei marchi di forma e consistenti in caratteristiche particolari del prodotto. Le forme utili	166
§	13. Le forme e caratteristiche che danno un valore sostanziale al prodotto	169
§	14. Le forme imposte dalla natura stessa del prodotto	171
§	15. Colori e suoni. Altri segni	172
§	16. I requisiti di validità del marchio. La capacità distintiva	174
§	17. Segni divenuti di uso comune (<i>segue</i>)	176
§	18. Denominazioni generiche e indicazioni descrittive (<i>segue</i>)	178
§	19. I marchi espressivi	178
§	20. I nomi geografici	181
§	21. La «riabilitazione» del marchio per acquisto di capacità distintiva	183
§	22. La novità del marchio	185
§	23. Preuso e notorietà	187
§	24. Il marchio «notoriamente conosciuto» di cui all'art. 6- <i>bis</i> della Convenzione di Unione	189

§ 25. Il preuso locale	189
§ 26. La coesistenza dell'uso del preutente e del registrante	190
§ 27. Il potere invalidante del preuso di altri segni	192
§ 28. I depositi anteriori	193
§ 29. I marchi anteriori scaduti o decaduti	196
§ 30. La registrazione anteriore del titolare	198
§ 31. I casi di priorità e di preesistenza	199
§ 32. Il potere invalidante dei marchi che godono di rinomanza	201
§ 33. La convalidazione del marchio	203
§ 34. Segni contrari alla legge, all'ordine pubblico e al buon costume	206
§ 35. Stemmi, bandiere e altri emblemi	208
§ 36. Segni decettivi	209

CAPITOLO III

ACQUISTO DEL DIRITTO

§ 37. I soggetti legittimati a registrare un marchio	213
§ 38. I nomi altrui	215
§ 39. La tutela del nome di cui all'art. 7 e.c.	217
§ 40. La <i>ratio</i> dell'art. 8/2 c.p.i.	217
§ 41. La facoltà del titolare del nome di farne comunque uso nella propria ditta	218
§ 42. I ritratti altrui	219
§ 43. I segni « notori »	220
§ 44. Segni il cui uso violerebbe altrui diritti di esclusiva	223
§ 45. La registrazione in mala fede	224
§ 46. Il procedimento di registrazione e l'esame dell'Ufficio	226
§ 47. Registrazione e validità del marchio. Effetti della registrazione	231

CAPITOLO IV

USO DEL MARCHIO

§ 48. Concetto di uso del segno come marchio. I marchi di servizio	233
§ 49. Gli usi vietati al titolare	234
§ 50. Marchi di fabbrica e di commercio, generali e speciali	236

CAPITOLO V
VIOLAZIONE E TUTELA DEL DIRITTO

§ 51. Il consenso del titolare	237
§ 52. Uso di un segno identico per prodotti o servizi identici	238
§ 53. Il rischio di confusione	239
§ 54. Confondibilità reale e virtuale	240
§ 55. Influenza del tempo sulla notorietà e sulla tutela	242
§ 56. Confondibilità in concreto e in astratto	243
§ 57. Il rischio di associazione	246
§ 58. Il giudizio di confondibilità	247
§ 59. I marchi deboli	250
§ 60. I marchi forti	252
§ 61. I marchi difensivi e le traduzioni	255
§ 62. La relatività della tutela e la classificazione dei prodotti o servizi	256
§ 63. La « affinità » fra prodotti o servizi	258
§ 64. Le liste di protezione	260
§ 65. Il marchio che gode di rinomanza	261
§ 66. La contraffazione del marchio	265
§ 67. L'uso del marchio altrui a fini descrittivi	266
§ 68. Le diverse esigenze di identificazione	268
§ 69. Gli usi atipici del marchio altrui	269
§ 70. Ambito temporale e spaziale dell'esclusiva	271
§ 71. Esaurimento dell'esclusiva	271
§ 72. Il giudizio di contraffazione	271

CAPITOLO VI
VICENDE DEL DIRITTO

§ 73. Trasferimento e licenza	273
§ 74. La cessione parziale	274
§ 75. Licenza parziale e licenza non esclusiva	275
§ 76. Reazioni del titolare all'inadempimento del licenziatario	277
§ 77. Il divieto di inganno del pubblico	278
§ 78. La presunzione di trasferimento con l'azienda	280
§ 79. La trascrizione	281

CAPITOLO VII

NULLITÀ E ESTINZIONE DEL DIRITTO

§ 80. La nullità del marchio	283
§ 81. La decadenza per non uso	284
§ 82. Casi di esclusione della decadenza per non uso	286
§ 83. Decadenza parziale. Rideposito	288
§ 84. La volgarizzazione	289
§ 85. La decadenza per decettività	291
§ 86. Altre cause di decadenza	294
§ 87. Legittimazione all'azione di nullità e di decadenza	295
§ 88. Il divieto d'uso del marchio dichiarato nullo	296

CAPITOLO VIII

I MARCHI COLLETTIVI E DI CERTIFICAZIONE

§ 89. Nozione e funzione	297
§ 90. I regolamenti	298
§ 91. Marchi collettivi e nomi geografici	300

CAPITOLO IX

LE CONVENZIONI INTERNAZIONALI
E L'ORDINAMENTO COMUNITARIO

§ 92. La priorità unionista	303
§ 93. Il c.d. marchio internazionale	304
§ 94. La classificazione internazionale dei prodotti e servizi	305
§ 95. L'interferenza del Trattato CE (ora Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea) sulla tutela del marchio	306
§ 96. Il principio dell'esaurimento comunitario	307

CAPITOLO X

IL MARCHIO DELL'UNIONE EUROPEA

§ 97. Il marchio dell'Unione Europea. Requisiti	311
§ 98. La registrazione del marchio UE	314
§ 99. Contenuto del diritto sul marchio UE	316
§ 100. Nullità e decadenza del marchio UE. Vicende del diritto	317

CAPITOLO XI
IL MARCHIO NON REGISTRATO

§ 101. Rapporti fra marchio di fatto e marchio registrato	321
§ 102. La disciplina specifica del marchio di fatto. Marchio di fatto e concorrenza sleale	322
§ 103. I requisiti di tutelabilità	324
§ 104. Fattispecie costitutive ed estintive	325
§ 105. Tutela ed estinzione del diritto sul marchio di fatto . . .	326

CAPITOLO XII
LA DITTA E GLI ALTRI SEGNI DISTINTIVI

§ 106. Funzione della ditta	329
§ 107. Ambito di applicazione della disciplina della ditta	330
§ 108. La disciplina specifica della ditta	331
§ 109. Contenuto e requisiti della ditta. La capacità distintiva .	332
§ 110. Novità e liceità	334
§ 111. Fattispecie costitutiva del diritto	335
§ 112. Tutela della ditta	336
§ 113. Il profilo merceologico	337
§ 114. Il profilo territoriale	338
§ 115. La confondibilità e le sanzioni	340
§ 116. Le omonimie	342
§ 117. La sanzione dell'art. 2564 c.c. e quella degli artt. 124 e 131 c.p.i.	343
§ 118. Trasferimento della ditta	343
§ 119. Rapporti fra ditta e marchio	345
§ 120. Ragione e denominazione sociale	347
§ 121. Estinzione del diritto sulla ditta	347
§ 122. La ditta straniera	348
§ 123. L'insegna	349
§ 124. L'emblema e altri segni	351
§ 125. Cenni sui <i>domain names</i> e sull'uso di segni distintivi in <i>Internet</i>	353

CAPITOLO XIII
L'ORIGINE GEOGRAFICA DEI PRODOTTI

§ 126. Generalità	359
-----------------------------	-----

§ 127. L'origine geografica dei prodotti nella Convenzione d'Unione	359
§ 128. L'origine geografica dei prodotti nell'Accordo di Madrid	360
§ 129. L'Accordo di Lisbona	361
§ 130. La nozione di « <i>milieu</i> »	363
§ 131. Le « indicazioni geografiche » nei TRIPs	364
§ 132. I Regolamenti comunitari	366
§ 133. I « disciplinari » nei Regolamenti. Competenza e <i>milieu</i>	368
§ 134. Leggi nazionali e convenzioni internazionali a tutela di specifici prodotti	369
§ 135. La disciplina del Codice della Proprietà industriale	370
§ 136. Le denominazioni e indicazioni geografiche come oggetto di proprietà industriale	371

Parte terza

LE INVENZIONI. I MODELLI

CAPITOLO I

FUNZIONE E STRUTTURA DEL BREVETTO

§ 1. L'innovazione nel processo economico. La concorrenza non sul prezzo	375
§ 2. L'esclusiva sull'innovazione: il segreto ed i suoi rischi	376
§ 3. Il brevetto per invenzione e le sue ragioni	377
§ 4. Il brevetto tra monopolio e concorrenza. La funzione di stimolo del progresso tecnico	378
§ 5. Dalle invenzioni della meccanica ai nuovi settori della tecnica	382
§ 6. Il brevetto nei paesi in via di sviluppo	384
§ 7. I dati normativi del sistema brevettuale italiano	384
§ 8. Brevetto europeo e brevetto comunitario	385

CAPITOLO II

LA DEFINIZIONE DELL'INVENZIONE

§ 9. I dati normativi	387
§ 10. L'invenzione come soluzione originale di un problema tecnico: un concetto aperto	387

§ 11. Le realtà che non sono considerate come invenzioni: riflessioni generali	388
§ 12. Le realtà che non sono considerate invenzioni: il catalogo normativo	389
§ 13. Il problema dei programmi per elaboratori	390
§ 14. Metodi chirurgici, terapeutici e diagnostici	393
§ 15. Varietà vegetali, razze animali e procedimenti essenzialmente biologici di produzione di animali o vegetali . . .	395
§ 16. Tipologia delle invenzioni: invenzione di prodotto e invenzione di procedimento	396
§ 17. Le invenzioni derivate	398
§ 18. Le invenzioni dipendenti	398

CAPITOLO III

I REQUISITI DI BREVETTABILITÀ

§ 19. Generalità	401
§ 20. a) l'industrialità	401
§ 21. Il problema dell'utilità	403
§ 22. b) la novità: stato della tecnica e anteriorità opponibili .	404
§ 23. La predivulgazione dell'invenzione	406
§ 24. c) L'originalità	407
§ 25. Gli indizi di evidenza e di non evidenza. Il c.d. <i>Problem and Solution Approach</i>	411
§ 26. d) la liceità	414

CAPITOLO IV

LA PROCEDURA DI BREVETTAZIONE

§ 27. La domanda di brevetto	417
§ 28. Il procedimento di esame. La modifica della domanda .	419
§ 29. Le regole di garanzia dell'unità dell'invenzione	421
§ 30. La procedura di limitazione. La modifica delle rivendicazioni.	422
§ 31. La procedura di brevettazione avanti l'Ufficio Europeo dei Brevetti	423

CAPITOLO V

I DIRITTI NASCENTI DALL'INVENZIONE

§ 32. La struttura dell'attività inventiva e la normativa vigente	425
---	-----

§ 33.	Il diritto ad essere riconosciuto autore	426
§ 34.	Il diritto al rilascio del brevetto. La capacità	426
§ 35.	L'invenzione di gruppo. Legittimazione alla domanda e gestione del brevetto	427

CAPITOLO VI

L'INVENZIONE DEL PRESTATORE DI LAVORO E L'INVENZIONE SU COMMESSA

§ 36.	L'invenzione in pendenza di rapporto di lavoro	431
§ 37.	Le invenzioni del lavoratore subordinato: invenzione di servizio e invenzione d'azienda	431
§ 38.	La terza ipotesi: l'invenzione occasionale	436
§ 39.	Le invenzioni delle Università	437
§ 40.	I contratti di ricerca e le invenzioni su commessa	439
§ 41.	L'attribuzione dei diritti sulle invenzioni nei contratti di ricerca tra privati	440
§ 42.	L'attribuzione dei diritti sulle invenzioni nei contratti di ricerca a committente pubblico	441

CAPITOLO VII

ESTENSIONE E TUTELA DEL BREVETTO

§ 43.	Il limite temporale del brevetto	443
§ 44.	I certificati complementari	443
§ 45.	Il contenuto del diritto di esclusiva	445
§ 46.	Brevetto di prodotto e pluralità di procedimenti di realizzazione del prodotto	446
§ 47.	Brevetto di prodotto e pluralità di usi del prodotto per le invenzioni della meccanica	447
§ 48.	Brevetto di prodotto e pluralità di usi del prodotto per le invenzioni della chimica	449
§ 49.	Brevetto di prodotto e pluralità di usi del prodotto per le invenzioni biotecnologiche	451
§ 50.	Brevetto di procedimento e protezione del prodotto "direttamente ottenuto"	452
§ 51.	Territorialità e principio di esaurimento	454
§ 52.	Gli usi leciti dell'invenzione altrui	455
§ 53.	Il diritto di preuso	458
§ 54.	Gli usi illeciti. La contraffazione e l'interpretazione del brevetto	459

§ 55. Contraffazione non integrale e contraffazione per equivalenti.	460
§ 56. La contraffazione indiretta	462

CAPITOLO VIII

LA CIRCOLAZIONE DEI DIRITTI AL BREVETTO
E DEI DIRITTI DI BREVETTO

§ 57. Generalità. La circolazione del diritto al rilascio del brevetto	465
§ 58. La cessione del brevetto	466
§ 59. La licenza di brevetto	467
§ 60. I trasferimenti coattivi: esecuzione forzata, espropriazione, licenze obbligatorie speciali	470
§ 61. Le licenze obbligatorie: la disciplina comune	471
§ 62. La licenza obbligatoria per mancata o insufficiente attuazione	473
§ 63. La licenza obbligatoria per le invenzioni dipendenti	474
§ 64. La licenza di diritto	474

CAPITOLO IX

ESTINZIONE E NULLITÀ DEL BREVETTO

§ 65. Scadenza, rinunzia e decadenza	477
§ 66. La conversione del brevetto nullo	478

CAPITOLO X

SETTORI NUOVI E BREVETTI SPECIALI

§ 67. Dalle invenzioni della meccanica ai nuovi settori della tecnica	481
§ 68. <i>a)</i> I brevetti chimici: la domanda di brevetto per formule generali e l'invenzione di selezione	481
§ 69. L'individuazione del composto. I requisiti di novità ed originalità	484
§ 70. L'estensione del brevetto chimico	486
§ 71. <i>b)</i> i brevetti biotecnologici: invenzioni brevettabili e realtà non brevettabili	486
§ 72. Il deposito del materiale biologico. Novità ed originalità dell'invenzione biotecnologica	489
§ 73. L'estensione del brevetto biotecnologico. Il c.d. privilegio dell'agricoltore e dell'allevatore	490

§ 74. La tutela delle nuove varietà vegetali	491
§ 75. c) La registrazione delle topografie di semiconduttori . .	494

CAPITOLO XI

L'INVENZIONE NON BREVETTATA
E LA TUTELA DEL SEGRETO

§ 76. La tutela del segreto	497
§ 77. I contratti di <i>know-how</i> . Gli accordi di riservatezza (N.D.A.)	500

CAPITOLO XII

LE CONVENZIONI INTERNAZIONALI
E L'ORDINAMENTO COMUNITARIO

§ 78. Principio di territorialità e commercio internazionale: de- positi plurimi e brevetti paralleli	503
§ 79. La Convenzione di Unione di Parigi. Priorità internazio- nale e priorità interna	505
§ 80. Le Convenzioni in materia di classificazione dei brevetti .	506
§ 81. La Convenzione di Strasburgo sull'unificazione di alcuni elementi del diritto dei brevetti	507
§ 82. La Convenzione di Monaco sul brevetto europeo (CBE) .	508
§ 83. Il Trattato di cooperazione in materia di brevetti (PCT) .	510
§ 84. L'Accordo TRIPS	511
§ 85. Principio di territorialità e Unione Europea	514
§ 86. Le importazioni parallele ed il principio dell'esaurimento co- munitario. Il problema dell'esaurimento internazionale . . .	515
§ 87. Gli accordi di trasferimento di tecnologia nel diritto del- l'Unione Europea	517
§ 88. I ripetuti tentativi di dar vita ad un brevetto comunita- rio. Il c.d. pacchetto sul brevetto unitario	518
§ 89. La circolazione internazionale delle tecnologie	522
§ 90. I trasferimenti internazionali di tecnologie tra paesi indu- strializzati. Tecnologie strategiche e tecnologie nucleari .	523
§ 91. Il problema dei trasferimenti internazionali di tecnologie a favore dei paesi meno sviluppati	524

CAPITOLO XIII

I MODELLI

§ 92. I dati normativi. Modelli di utilità, modelli e disegni . . .	527
§ 93. Il modello di utilità. Modello e invenzione. Modello, marchio di forma e imitazione servile	529
§ 94. I disegni e modelli	531
§ 95. Disegni e modelli: la tutela d'autore. I rapporti con la tutela del marchio e della imitazione servile	532
§ 96. I disegni e modelli comunitari	534

Parte quarta

PROCESSO E SANZIONI

§ 1. Generalità.	539
§ 2. Regole di competenza e regole di rito nei giudizi in materia di proprietà industriale	540
§ 3. Oneri di prova e regole speciali della fase istruttoria . . .	542
§ 4. Oneri di prova nel giudizio di nullità o decadenza di marchi	545
§ 5. Oneri di prova nel giudizio di nullità o decadenza di brevetti	546
§ 6. La rivendica dei titoli di proprietà industriale. La disciplina comune	547
§ 7. La rivendica dei titoli di proprietà industriale. Le regole dei marchi	549
§ 8. La rivendica dei titoli di proprietà industriale. Le regole delle invenzioni	550
§ 9. Il giudizio di nullità o decadenza. La legittimazione attiva. L'arbitrato	551
§ 10. Efficacia della sentenza di nullità o decadenza	553
§ 11. Il giudizio di contraffazione	555
§ 12. Le misure cautelari	556
§ 13. Consulenza tecnica preventiva, descrizione, sequestro e inibitoria	558
§ 14. Le sanzioni civili per la violazione dei diritti di proprietà industriale	559
§ 15. Il risarcimento del danno	561
§ 16. La restituzione degli utili del contraffattore	563
§ 17. La protezione provvisoria della domanda di brevetto o di registrazione	565

§ 18. Le sanzioni penali e amministrative	566
§ 19. La tutela <i>cross-border</i> del brevetto europeo	568
§ 20. Il giudizio in materia di marchi UE e disegni e modelli comunitari	569
§ 21. Processo e sanzioni in materia di concorrenza sleale . . .	571

Parte quinta
DIRITTO ANTITRUST

CAPITOLO I

GLI OBIETTIVI DEL DIRITTO *ANTITRUST*

§ 1. La nascita del diritto <i>antitrust</i>	577
§ 2. I valori della libertà di concorrenza	578
§ 3. Funzione e limiti del diritto <i>antitrust</i>	579
§ 4. L'ambito territoriale di applicazione del diritto <i>antitrust</i>	582
§ 5. Controllo della concorrenza e protezionismo economico	584
§ 6. Soggetti del diritto <i>antitrust</i> : il concetto di impresa. Il problema delle operazioni intragruppo	586
§ 7. L'organo di controllo. Le fattispecie. Il problema delle sanzioni	588

CAPITOLO II

RAPPORTI E COORDINAMENTO
TRA DIRITTO *ANTITRUST* COMUNITARIO
E DIRITTO *ANTITRUST* NAZIONALE

§ 8. Nascita ed evoluzione del diritto <i>antitrust</i> comunitario	593
§ 9. Fonti e struttura del diritto <i>antitrust</i> comunitario	594
§ 10. Derivazione del diritto <i>antitrust</i> italiano dal diritto <i>antitrust</i> comunitario	595
§ 11. Nazionalità delle imprese e mercato rilevante in senso geografico nel diritto <i>antitrust</i> dell'Unione Europea	596
§ 12. Coordinamento tra diritto <i>antitrust</i> italiano e diritto <i>antitrust</i> comunitario. Dalla "barriera unica"...	597
§ 13. ... alla "doppia barriera". L'applicazione decentrata del diritto comunitario	598
§ 14. Settori di mercato con regole concorrenziali speciali. L' <i>antitrust</i> bancario	600

CAPITOLO III

IL DIVIETO DELLE INTESE

§ 15. Tre tipi di intese vietate: accordi, deliberazioni, pratiche concordate	603
§ 16. Oggetto o effetto anticoncorrenziale. Clausola generale e ipotesi tipiche di intesa illecita	605
§ 17. Le singole ipotesi tipiche di intesa illecita: le intese sui prezzi e sulle altre condizioni contrattuali	608
§ 18. Contingentamento della produzione, limiti agli sbocchi o agli accessi al mercato, agli investimenti e allo sviluppo	609
§ 19. Ripartizioni di mercati	612
§ 20. Patti di boicottaggio	613
§ 21. Contratti a prestazioni abbinate	614
§ 22. Il mercato rilevante	615
§ 23. L'irrilevanza delle intese minori	617
§ 24. Le deroghe al divieto di intese anticoncorrenziali	618
§ 25. Le esenzioni in tema di intese verticali	620

CAPITOLO IV

GLI ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE

§ 26. Posizioni dominanti esistenti e posizioni dominanti nuove. Controllo delle concentrazioni e divieto degli abusi	623
§ 27. Definizione di posizione dominante. La posizione dominante collettiva	625
§ 28. La posizione dominante delle imprese titolari di un monopolio legale	627
§ 29. Clausola generale e abusi atipici: gli abusi informativi	629
§ 30. Le singole ipotesi tipiche di abuso vietato: l'imposizione di prezzi o condizioni inique	630
§ 31. Limiti alla produzione, agli sbocchi o agli accessi al mercato, o allo sviluppo tecnico	632
§ 32. Comportamenti discriminatori	633
§ 33. Il rifiuto unilaterale di contrattare. La dottrina delle <i>essential facilities</i>	634
§ 34. Contratti a prestazioni abbinate	637
§ 35. Abusi monopolistici e diritti di proprietà intellettuale	637

CAPITOLO V

IL CONTROLLO DELLE CONCENTRAZIONI

§ 36. La valutazione delle concentrazioni	645
§ 37. Le singole operazioni di concentrazione	647
§ 38. L'impresa comune. Le intese accessorie (<i>ancillary restraints</i>)	650
§ 39. Le concentrazioni in diritto comunitario	651
§ 40. Le concentrazioni in diritto italiano	652

CAPITOLO VI

ORGANO DI CONTROLLO,
PROCEDURE AMMINISTRATIVE, GIUDIZI AMMINISTRATIVI
E GIUDIZI ORDINARI

§ 41. L'organo di controllo del diritto antitrust	655
§ 42. Procedure amministrative e giudizi amministrativi . . .	657
§ 43. Il <i>public enforcement</i> . Le sanzioni	660
§ 44. Il <i>private enforcement</i> . Le sanzioni	662
§ 45. Il risarcimento del danno <i>antitrust</i>	664

Parte sesta

LE REGOLE DI TUTELA
DELLA CONCORRENZA
NEL CODICE CIVILE

§ 1. Generalità	669
§ 2. I limiti legali della concorrenza	669
§ 3. Il divieto di concorrenza del lavoratore subordinato: <i>a)</i> il divieto di "trattare affari" in concorrenza con il datore di lavoro	670
§ 4. <i>b)</i> il divieto di divulgare notizie attinenti all'azienda, e di farne uso	672
§ 5. Il patto di non concorrenza per il periodo successivo alla cessazione del rapporto di lavoro	672
§ 6. Gli obblighi di non concorrenza di diritto societario . . .	674
§ 7. L'obbligo di non concorrenza di chi aliena l'azienda . . .	675
§ 8. Gli obblighi di non concorrenza dell'agente	676
§ 9. I limiti contrattuali della concorrenza	677
§ 10. L'obbligo di contrattare del monopolista	678