La condotta tipica di concorrenza sleale per appropriazione dei pregi dei prodotti o dell'impresa altrui

Diritto civile Società

Valerio de Gioia

13 | 07 | 2021

La prima sezione civile della Corte di Cassazione – con ordinanza n. 19954 del 13 luglio 2021 –, ha chiarito che la condotta tipica di concorrenza sleale per appropriazione dei pregi dei prodotti o dell'impresa altrui ricorre quando un imprenditore, in forme pubblicitarie o equivalenti, attribuisce ai propri prodotti od alla propria impresa pregi, quali ad esempio medaglie, riconoscimenti, indicazioni di qualità, requisiti, virtù, da essi non posseduti, ma appartenenti a prodotti od all'impresa di un concorrente, in modo da perturbare la libera scelta dei consumatori (Cass. civ., sez. VI, 7 gennaio 2016, n. 100; Cass. civ., sez. I, 10 novembre 1994, n. 9387).

Gli atti di appropriazione di pregi si distinguono dagli atti di confusione, in quanto l'illecito sviamento della clientela da essi causato si realizza non a seguito della confusione di identità tra prodotti od attività di imprese distinte, bensì esclusivamente ingenerando nel pubblico la convinzione che un prodotto od un'impresa abbiano le stesse qualità e pregi di quella concorrente. Il divieto di appropriazione di pregi, posto dall'art. 2598, comma 1, n. 2, c.c., intende impedire non propriamente l'inganno del consumatore in ordine alla qualità del prodotto o di un'impresa, ma, ancor prima, la decettività del riferimento, il quale suggestivamente mutui, da un'esperienza che il consumatore ha fatto con riguardo ad altro prodotto od altra impresa, un risultato positivo, che, invece, il consumatore deve ancora sperimentare per il nuovo prodotto o impresa.

L'imprenditore concorrente «si appropria di pregi» di un'altra impresa, secondo la fattispecie dell'art. 2598, comma 1, n. 2, c.c., in quanto operi, dunque, in una comunicazione destinata a terzi, una c.d. autoattribuzione di qualità, peculiarità o caratteristiche riconosciute all'altrui impresa; in tal modo, invero, egli riferisce a sé, mediante il mezzo pubblicitario, caratteri di prodotti, di servizi o dell'impresa altrui, ma come se si trattasse di prodotti, servizi o caratteri già facenti parte della propria attività d'impresa, così appropriandosi dell'attività di un terzo e cagionando nella potenziale clientela un indebito accreditamento, rispetto ad attività, servizi o prodotti non corrispondenti all'effettiva attività realizzativa svolta fino a quel momento. Pacifico che il “diritto vivente” abbia inteso in tal modo operare riferimento a ogni indebita appropriazione di qualità altrui, non limitato dunque all'enumerazione meramente esemplificativa ivi operata, occorre osservare ora come l'avere un imprenditore vantato un carnet di clienti con i quali non abbia in passato intrattenuto rapporti professionali, invece in essere con un diverso imprenditore, lasciando però intendere di avere – in particolare, atteso l'oggetto sociale del medesimo - curato per essi le campagne pubblicitarie de quibus, integri la fattispecie della norma predetta, sotto il profilo dell'appropriazione di qualità altrui. Infatti, come esposto, la condotta di "appropriazione di pregi", contemplata dalla norma in esame consiste anche nell'operare vanto a proprio favore con riguardo a caratteristiche dell'impresa, mutuate, però, da quelle di un altro imprenditore, e ciò tutte le volte in cui, secondo la ratio della disposizione, detto vanto abbia l'attitudine di fare indebitamente acquisire meriti non posseduti, realizzando così una concorrenza sleale per appropriazione di pregi (il c.d. agganciamento), che è atto illecito di mero pericolo, ai sensi della norma predetta.

Venendo al caso di specie, secondo la Corte, nel fatto stesso di pubblicizzare, su internet o su altro mezzo di comunicazione, come propri dati clienti reputati di prestigio o, comunque, significativi della qualità del servizio reso ("pregi"), ma in realtà riferibili ad un concorrente, vantando in tal modo una "storia imprenditoriale" che presuppone, contrariamente al vero, un'attività esercitata senza soluzione di continuità con quella di altra impresa concorrente, risiede il compimento di atti di concorrenza sleale per appropriazione di pregi ex art. 2598, n. 2, c.c.

Dunque, conclude la Suprema Corte, perché si ravvisi un'attività non integrante un atto di concorrenza sleale per appropriazione di pregi, ai sensi dell'art. 2598, n. 2, c.c., dovrebbe trattarsi, al più, dell'attribuzione generica ai propri prodotti di pregi insussistenti, in quanto ciò potrebbe, solo allora, risolversi in vantaggi per l'operatore scorretto, senza diretto pregiudizio per la concorrenza.

© Copyright 2026. All Rights Reserved • La Tribuna srl • Largo Erfurt 7 - 29122 Piacenza • Registrazione ROC 24492 • Pagina 1/2

La condotta tipica di concorrenza sleale per appropriazione dei pregi dei prodotti o dell'impresa altrui

Diritto civile Società

Valerio de Gioia

13 | 07 | 2021

Riferimenti Normativi:

- art. 2043 c.c.
- art. 2598 c.c

© Copyright 2026. All Rights Reserved • La Tribuna srl • Largo Erfurt 7 - 29122 Piacenza • Registrazione ROC 24492 • Pagina 2/2