

## SOMMARIO

*Prefazione* di VINCENZO MELI VII

### CAPITOLO PRIMO

#### DIRITTO INDUSTRIALE, DIRITTO DELLA CONCORRENZA, DIRITTO DELL'INIZIATIVA ECONOMICA

1. Il problema dell'oggetto del diritto industriale	3
2. La concezione originaria della disciplina	3
3. La tradizione didattica del diritto industriale	4
4. Il diritto industriale nella problematica dell'autonomia dei diritti speciali	6
5. La crisi della concezione originaria del diritto industriale	8
6. La concezione del diritto industriale come diritto dell'azienda o dei beni immateriali	9
7. La concezione del diritto industriale come diritto della concorrenza	11
8. Autonomia didattica e specializzazione della ricerca nel momento attuale	12
9. L'esigenza di una trattazione interdisciplinare delle norme giuridiche regolanti il mercato	16
10. Diritto commerciale e diritto industriale	18

### CAPITOLO SECONDO

#### POLITICA E DIRITTO DELLA CONCORRENZA DAL CAPITALISMO CLASSICO AL NEOCAPITALISMO

1. I vari modelli di organizzazione del mercato	23
---	----

#### Sezione I

##### *Funzione e disciplina del mercato nelle economie precapitalistiche*

2. Il mercato nelle economie precapitalistiche	24
2.1. L'organizzazione corporativa della produzione: gli elementi di contraddizione insiti nell'attività mercantile	25
2.2. Gli elementi di contraddizione insiti nell'attività mercantile	27

## Sezione II

*Il capitalismo concorrenziale:  
ideologie, strutture economiche, istituti giuridici*

3. La rivoluzione industriale	31
3.1. L'ideologia liberale	33
3.2. Il liberismo economico	37
3.3. Le strutture fondamentali dell'economia di mercato	40
4. Gli istituti classici del diritto della concorrenza	42
4.1. I segni distintivi dell'attività d'impresa	43
4.2. La concorrenza sleale	45
4.3. I brevetti per invenzione	48
4.4. Il diritto d'autore e l'industria culturale	50
4.5. L'intervento statale nei meccanismi di mercato	51

## Sezione III

*Stato, imprese e mercato nei sistemi neocapitalistici*

5. Le trasformazioni del capitalismo	54
5.1. Il mercato del lavoro	55
5.2. Il mercato del credito	56
5.3. Libertà economica e concorrenza	58
5.4. Organizzazione dell'impresa	62
5.5. Sovranità del consumatore	65
6. Politiche e ideologie economiche del neocapitalismo	68
6.1. Il tramonto del liberismo e la politica economica keynesiana	69
6.2. La prospettiva socialista	71
6.3. Il problema dei limiti allo sviluppo economico	74
6.4. Conclusioni sul valore attuale del principio di concorrenza	76

## Sezione IV

*I problemi attuali del diritto della concorrenza*

7. L'intervento pubblico e i meccanismi del mercato	79
8. La legislazione antimonopolistica	82
8.1. Problemi tecnici e limiti operativi dell' <i>antitrust</i>	84
8.2. La valutazione politica dell' <i>antitrust</i>	91
9. La trasformazione degli istituti tradizionali del diritto industriale	94
9.1. Segni distintivi	94
9.2. Brevetti	96
9.3. Concorrenza sleale	98
9.4. Il problema della tutela dei consumatori	102

## CAPITOLO TERZO

PROFILI DELLA DISCIPLINA PUBBLICISTICA  
DEL MERCATO

1. Piano dell'esposizione	109
---------------------------	-----

## Sezione I

*I principi costituzionali*

2. La costituzione economica italiana e il sistema di economia mista	110
3. Il concetto di «iniziativa economica privata» e l'ambito della protezione costituzionale	112
3.1. Iniziativa economica e lavoro	112
3.2. I vari momenti dell'iniziativa economica	113
4. I limiti alla libertà di iniziativa economica	121
4.1. La diversità dei limiti previsti dal 2° e dal 3° comma dell'art. 41	121
4.2. Le diverse interpretazioni del 2° comma dell'art. 41	123
4.3. L'utilità sociale come limite all'iniziativa economica	132
4.4. Sicurezza, libertà e dignità umana come limite all'iniziativa economica	135
5. La programmazione economica pubblica	137
5.1. Il concetto di programmazione	137
5.2. Libertà economica e programmazione	138
5.3. Gli obiettivi della programmazione pubblica e la riserva di legge dell'art. 41, 3° comma, Cost.	139
5.4. Gli strumenti della programmazione economica pubblica	141

## Sezione II

*Le modalità dell'intervento pubblicistico nel mercato*

## A. I limiti all'accesso al mercato

6.1. Divieti di svolgimento di determinate attività economiche	147
6.2. Divieti soggettivi (incompatibilità)	149
6.3. Monopoli legali	151
6.4. Consorzi obbligatori	159
6.5. Concessioni amministrative	160
6.6. Autorizzazioni amministrative	163

## B. L'intervento pubblico sulla gestione delle imprese

7. Caratteri generali	176
8. Gli strumenti della contrattazione programmata	179
8.1. Le premesse della contrattazione programmata	179
8.2. Obiettivi e strumenti della programmazione nelle leggi sull'intervento straordinario nel Mezzogiorno	181

9. Il controllo amministrativo sulle modalità dell'offerta di beni o servizi da parte delle imprese	187
9.1. Caratteri generali	187
9.2. I controlli amministrativi posti a tutela del consumatore	188
9.3. Il controllo pubblico dei prezzi	191

## PARTE SECONDA

### *Disciplina privatistica della concorrenza*

Piano dell'esposizione	203
------------------------	-----

#### CAPITOLO QUARTO

##### GLI OBBLIGHI DI CONTRATTARE

1. L'obbligo legale di contrarre posto a carico di determinati imprenditori. Ragioni della disciplina	207
2. I destinatari dell'obbligo di contrarre	208
2.1. Il concetto di «monopolio legale» nell'art. 2597 c.c.	210
3. Il contenuto dell'obbligo di contrarre	212
3.1. Il divieto di discriminazione	213
3.2. I doveri preparatori	215
3.3. Il conflitto fra più richieste incompatibili	217
4. Sanzioni in caso di rifiuto illegittimo di contrattare	218
5. Il problema dell'applicazione analogica delle norme sull'obbligo di contrarre	219

#### CAPITOLO QUINTO

##### I DIVIETI DI CONCORRENZA

1. I c.d. divieti legali di concorrenza	225
2. Il divieto di concorrenza del lavoratore subordinato	227
2.1. Il patto di non concorrenza <i>ex art.</i> 2125 c.c.	229
3. Il divieto di concorrenza del socio di società di persone e dell'amministratore di società di capitali	231
4. Il divieto di concorrenza dell'alienante di azienda	234
4.1. Casistica giurisprudenziale	235

#### CAPITOLO SESTO

##### LIMITI CONVENZIONALI ALLA CONCORRENZA

5. Le intese restrittive della concorrenza nel diritto interno	241
5.1. Inammissibilità di servitù di non concorrenza	241
5.2. Il controllo della causa degli accordi anti concorrenziali	242

5.2.1. Applicazioni in tema di accordi orizzontali	245
5.2.2. Applicazioni in tema di accordi verticali	247
5.3. La disciplina dell'art. 2596 c.c.	252
5.4. L'ambito di applicazione dell'art. 2596 c.c.	254
6. Cenni sui consorzi. Diverse funzioni del contratto	258
6.1. Disciplina generale dei consorzi	260
6.2. Consorzi con attività esterna	262

## CAPITOLO SETTIMO

## LA CONCORRENZA SLEALE

7. Cenni sull'origine e sull'evoluzione della disciplina	267
7.1. La concezione <i>professional</i> -corporativa della concorrenza sleale	268
7.2. Il problema del «bene tutelato» dalla disciplina della concorrenza sleale	270
7.3. L'attuale trasformazione dell'istituto	274
8. I caratteri generali dell'atto di concorrenza sleale	276
8.1. La contrarietà alla correttezza professionale	277
8.1.1. Le varie concezioni della correttezza professionale	278
8.1.2. La correttezza professionale come sintesi dei principi legali vigenti in materia di concorrenza	281
8.2. L'idoneità a danneggiare	284
8.2.1. Danno concorrenziale e azione inibitoria	287
8.3. L'atto di concorrenza. I soggetti della concorrenza sleale	288
8.3.1. Critica dell'opinione tradizionale e accoglimento della tesi secondo cui qualsiasi soggetto può essere autore dell'atto di concorrenza sleale	288
8.3.2. Il soggetto passivo dell'atto di concorrenza sleale	292
8.4. La concezione corrente del rapporto di concorrenza	294
8.4.1. La concorrenza prossima	294
8.4.2. La concorrenza potenziale	295
8.4.3. La concorrenza indiretta	296
8.5. Concorrenza sleale fra soggetti non imprenditori	300
8.6. L'imputazione dell'atto di concorrenza sleale	301
8.7. Concorrenza sleale e disciplina generale della responsabilità civile	303
9. Gli atti di concorrenza sleale per confusione	304
9.1. L'idoneità a confondere. Imitazione e confusione	305
9.1.1. L'imitazione di secondo grado	307
9.2. L'imitazione di segni distintivi	308
9.3. L'imitazione servile del prodotto	310
9.4. Gli altri atti idonei a creare confusione	314
10. Gli atti di denigrazione	315
10.1. La denigrazione in senso stretto	320
10.2. La pubblicità comparativa	322
10.3. La comparazione denigratoria implicita	325
10.4. L'appropriazione di pregi altrui	326

11. La pubblicità menzognera	328
12. Gli altri atti contrari alla correttezza professionale	330
12.1. Abusi monopolistici	331
12.2. Atti lesivi della libertà o della dignità del consumatore	334
12.3. Concorrenza parassitaria	335
12.4. Violazione di norme di diritto pubblico e concorrenza sleale	338
12.5. Violazione di obblighi di diritto privato e concorrenza sleale	342
13. I rimedi contro gli atti di concorrenza sleale	343