



LA LEGGE PER TUTTI
INFORMAZIONE E CONSULENZA LEGALE

Abuso delle immagini di prodotti dell'impresa concorrente

Autore: Giovanni Bonomo | 23/06/2014

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 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 da parte di un'impresa, idonei ad alterare il mercato, a creare confusione alterando i vantaggi competitivi delle imprese già affermate.

La **concorrenza tra imprese**, caratteristica di un'economia e di un mercato fondati sul profitto, ma anche sulla competizione per migliorare la produzione a vantaggio di tutti, 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 e non localizzabile 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 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]**.

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**.

Il caso che ci viene segnalato, riguardante l'uso indebito delle **fotografie di prodotti** dell'azienda concorrente, costituisce proprio un caso di **concorrenza sleale**, rientrando nella richiamata previsione normativa, che vieta gli atti di concorrenza sleale tipici (atti confusori, denigrazione e appropriazione di pregi) e atipici (atti contrari ai principi 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 **[2]**, si appalesa di per sé il carattere illecito e furtivo nell'appropriarsi, da parte di un imprenditore, delle immagini del concorrente: tale condotta si concreta nella compromissione di un **vantaggio competitivo** di cui l'azienda concorrente gode.

Nella prassi giurisprudenziale, tale condotta, consistente nell'appropriazione di pregi del concorrente, 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, e del suo vantaggio competitivo. 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.

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 una tutela specifica, detta **inibitoria**, che viene concessa sulla base di dati oggettivi indipendentemente cioè dal dolo o dalla colpa del concorrente scorretto **[3]**, e anche dal danno patrimoniale che possa già aver subito 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.

Note

[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-negozi-online-comodamente-dal-pc

[2] https://www.laleggepertutti.it/25588_foto-e-immagini-prelevate-da-internet-guid

[a-operativa-su-come-comportarsi](#) **[3]** 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. **[4]** Art. 700 cod. proc. civ. "Condizioni per la concessione" dei provvedimenti d'urgenza.