

INDICE

<i>Premessa</i>	pag.	VII
<i>Introduzione</i>	pag.	1

PARTE PRIMA L'IMPRESA E IL MERCATO

I. IL SISTEMA ECONOMICO	pag.	9
1. L'economia di mercato e la libertà di concorrenza, pag. 9 – 2. L'art. 41 Cost. e il principio dell'utilità sociale, pag. 10 – 3. L'art. 43 Cost. Il monopolio legale, pag. 12 – 4. L'art. 2597 cod. civ.: l'obbligo a contrarre del monopolista legale, pag. 13 – 5. I divieti legali di concorrenza, pag. 15 – 6. I limiti convenzionali della concorrenza, pag. 16 – 7. Nota bibliografica, pag. 17.		

PARTE SECONDA MERCATO, CONCORRENZA, REGOLE

II. LE LEGISLAZIONI ANTIMONOPOLISTICHE	»	21
1. Le prime leggi <i>antitrust</i> degli Stati Uniti, pag. 21 – 2. I modelli di concorrenza: concorrenza perfetta, monopolistica, "effettiva" o "efficace" (<i>workable</i>), pag. 22 – 3. Diritto comunitario della concorrenza e diritto nazionale: premesse generali, pag. 24 – 4. <i>Segue</i> : il sistema dei raccordi fra i due ordinamenti, pag. 24 – 5. La disciplina comunitaria delle intese. L'art. 81 Tratt. CE: la nozione di intesa e le fattispecie, pag. 27 – 6. <i>Segue</i> : sanzioni, esenzioni, procedure, pag. 29 – 7. L'abuso di posizione dominante nel diritto comunitario (art. 82 Tratt. CE), pag. 32 – 8. Le concentrazioni di imprese: il con-		

trollo comunitario (regolamenti n. 4064/1989 e n. 139/2004), pag. 33 – **9**. *Segue*: il criterio della “dimensione comunitaria”, pag. 35 – **10**. La disciplina nazionale: la legge n. 287/1990. Caratteri generali, pag. 36 – **11**. *Segue*: procedure e sanzioni, pag. 37 – **12**. Norme di carattere settoriale, pag. 39 – **13**. Nota bibliografica, pag. 39.

III. LA DISCIPLINA DELLA CONCORRENZA SLEALE » 41

1. La funzione della disciplina e la clausola generale di correttezza professionale, pag. 41 – **2**. I presupposti soggettivi di applicabilità: rapporto di concorrenza e qualifica di imprenditore, pag. 43 – **3**. Specialità della disciplina e suoi rapporti con l’illecito civile extracontrattuale, pag. 45 – **4**. Gli atti tipici di concorrenza sleale, pag. 46 – **5**. Le fattispecie atipiche, pag. 49 – **6**. Pubblicità commerciale e concorrenza sleale. L’autodisciplina, dai dd.lgs. n. 174/1992 e n. 67/2000 al d. lgs. n. 46/2007, pag. 52 – **7**. La legittimazione all’azione e le sanzioni, pag. 55 – **8**. Nota bibliografica, pag. 57.

IV. LA TUTELA DEI CONSUMATORI » 59

1. I limiti all’azione imprenditoriale imposti dalla tutela degli interessi dei consumatori (cenni generali), pag. 59 – **2**. Il «Codice del consumo» (d. lgs. 26 settembre 2005, n. 206), pag. 61 – **3**. Nota bibliografica, pag. 62.

PARTE TERZA

I DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE E INDUSTRIALE

V. LA CONCORRENZA E LA DIFFERENZIAZIONE DEI PRODOTTI » 65

1. Produzione di massa, standardizzazione e differenziazione dei prodotti; innovazione tecnologica, pag. 65 – **2**. I diritti di proprietà intellettuale e industriale (“diritti sui beni immateriali”): funzionalità e tipicità, pag. 67 – **3**. Il quadro normativo generale: dalle leggi speciali al nuovo codice della proprietà industriale, pag. 70 – **4**. La circolazione dei diritti di proprietà intellettuale e industriale, pag. 72 – **5**. Limiti all’esercizio dei diritti: in particolare, l’esaurimento nazionale e comunitario dei diritti di proprietà intellettuale e industriale, pag. 73 – **6**. Il quadro normativo internazionale, pag. 75 – **7**. Le fattispecie costitutive dei diritti (cenni generali), pag. 78 – Nota bibliografica, pag. 80.

VI. IL DIRITTO D'AUTORE » 81

1. Società dell'informazione e riforme legislative: il d. lgs. n. 68/2003, pag. 81 – 2. La tutela del diritto d'autore: oggetto e contenuto, pag. 82 – 3. *Segue*: eccezioni e limitazioni all'esercizio dei diritti esclusivi (utilizzazioni libere), pag. 85 – 4. Particolari oggetti di tutela: *design*, programmi per elaboratori (*software*) e banche dati, pag. 87 – 5. La tutela giurisdizionale: la direttiva “*enforcement*” (n. 2004/48) e la sua attuazione in Italia (d. lgs n. 140/2006), pag. 90 – Nota bibliografica, pag. 92.

VII. LE INVENZIONI E I MODELLI INDUSTRIALI » 95

1. L'oggetto del brevetto d'invenzione. I requisiti di brevettabilità, pag. 95 – 2. Il contenuto del diritto, pag. 99 – 3. Particolari fattispecie brevettabili: invenzioni chimiche, varietà vegetali e animali, biotecnologie, pag. 101 – 4. Le vicende traslative e l'estinzione del diritto, pag. 105– 5. I modelli di utilità e i modelli e disegni registrati (o ornamentali), pag. 107 – 6. Problemi relativi al coordinamento fra i vari livelli di tutela della forma dei prodotti, pag. 109 – 7. La tutela del segreto industriale e del *know-how*, pag. 111 – 8. Brevetto europeo e brevetto comunitario, pag. 112 – 9. La tutela giurisdizionale (rinvio), pag. 113 – Nota bibliografica, pag. 114.

VIII. I SEGNI DISTINTIVI » 115

1. Caratteri generali e tipologia. La ditta e l'insegna, pag. 115 – 2. Denominazioni e indicazioni geografiche. L'indicazione “*made in Italy*”, pag. 118 – 3. I marchi dei prodotti e dei servizi: loro funzione, pag. 120 – 4. Acquisto del diritto e soggetti legittimati. I marchi collettivi, pag. 122 – 5. I requisiti del marchio, pag. 124 – 6. Il contenuto del diritto di marchio, pag. 127 – 7. *Segue*: l'ambito merceologico della tutela, il “principio di specialità” e i marchi “rinomati”, pag. 129 – 8. La circolazione dei diritti di marchio: cessione e licenza, pag. 131 – 9. Le vicende estintive del diritto, pag. 133 – 10. Il marchio comunitario, pag. 134 – 11. La tutela giurisdizionale dei diritti di proprietà industriale, pag. 135 – Nota bibliografica, pag. 137.

INDICE ANALITICO » 139