

R.G. 45378/2013



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
TRIBUNALE di MILANO

SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA D'IMPRESA – A –

Il Tribunale, in composizione collegiale nelle persone dei seguenti magistrati:

dott. Marina Tavassi	Presidente
dott. Paola Gandolfi	Giudice
dott. Silvia Giani	Giudice Relatore

ha pronunciato la seguente

SENTENZA
nella causa civile di I Grado iscritta al n.r.g. **45378/2013** promossa da:
IL CASO SPA

;

ATTRICE

Nei confronti di

COMPONENTS SRL

;

e di

PAOLO (



elettivamente domiciliato in Via Fontana, 22 - 20122 Milano, presso lo studio del difensore;

CONVENUTI

OGGETTO: Concorrenza sleale e marchi.

CONCLUSIONI

Per l'attore:

Nel merito:

1. Convalidare i provvedimenti cautelari assunti da Codesto Ill.mo Tribunale con Ordinanza 03/07.05.2013.

2. Accertare e Dichiarare l'illiceità de:

a. la pubblicazione, utilizzo e divulgazione del video di cui al doc. 15 (fascicolo cautela

b. la pubblicazione, utilizzo e divulgazione della brochure di cui ai docc. 10 e 14 (fascicolo cautela

c. l'utilizzo, in qualsiasi modo svolto, del marchio Alpha di cui al doc. 4 (fascicolo cautela di cui l'attrice è licenziataria ovvero di qualsiasi altro segno distintivo riconducibile all'attrice medesima;

d. ogni ulteriore attività ingannevole, sleale, mendace e/o denigratoria comunque concorrenzialmente illecita correlata alle ridette pubblicazioni;

3. condannare i convenuti, anche in via solidale tra loro, al risarcimento del danno patito da

S.p.A. in conseguenza dell'attività illecita di cui è causa per quell'importo emerso in corso di causa, secondo i criteri stabiliti dal combinato disposto degli artt. 121 e 125 CPI, ovvero per quell'altra maggiore o minore somma che l'Ill.mo Giudice adito riterrà di giustizia, e della quale si chiede la liquidazione, anche in via equitativa, oltre interessi e rivalutazione monetaria; somma che l'attrice chiede venga direttamente liquidata in favore di ActionAid (Associazione eretta in ente morale con DM del 10.10.1996 – ONLUS dal 1998), ovvero in favore della medesima che sin d'ora si impegna a devolvere alla ridetta associazione umanitaria.

In via istruttoria:



4. Ammettersi prova per interrogatorio formale delle parti e per testi sui seguenti capitoli di prova:

Dica il teste/la parte se è vero che:

a. il riduttore della serie LP è, tra i riduttori epicicloidali commercializzati da quello tra i più economici e meno performanti siccome di prima generazione e tecnologicamente meno avanzato;

(Teste: Ing. Simone Bassani)

b. il riduttore in parola presenta un meccanismo interno dotato di dentatura dritta (*cfr.* Doc. 6 di parte attrice che si rammostra al teste);

(Teste: Ing. Simone Bassani)

c. i riduttori epicicloidali di nuova generazione e di gamma più elevata di rispetto a quello di cui al capitolo 1) (come ad esempio SP e TP) presentano un meccanismo interno dotato di dentatura elicoidale (*cfr.* Docc. 7 e 7-bis di parte attrice che si rammostra al teste);

(Teste: Ing. Simone Bassani)

d. il meccanismo interno dotato di dentatura elicoidale di cui al capitolo che precede comporta una maggiore silenziosità durante l'utilizzo (*cfr.* Docc. 7 e 7-bis di parte attrice che si rammostra al teste);

(Teste: Ing. Simone Bassani)

e. i riduttori epicicloidali Shimpo commercializzati e pubblicizzati da Components della serie VRsf presentano un meccanismo interno dotato di dentatura elicoidale (*cfr.* Doc. 10 di parte attrice);

(Interrogatorio formale del Sig. Paolo Teste: Ing. Simone Bassani)

f. nel dicembre del 2012, nella sezione prodotti e precipuamente nelle specifiche del prodotto, con riferimento ai riduttori epicicloidali ed in particolare alla serie VRsf, era pubblicato sul sito della Components un estratto del catalogo Shimpo, intitolato "*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers*" vantando un asserito generico primato in ordine alla silenziosità del prodotto in questione e ciò in assenza di qualsivoglia scientifica conferma (*cfr.* Doc. 14 di parte attrice: estratto catalogo editato sul www.components.it del 11.12.2012);



(Interrogatorio formale del Sig. Paolo Teste: Dott.ssa Silvia Bilotto)
g. nel Dicembre del 2012 permaneva sul noto sito YouTube, l'identico video, editato dal
Sig. Paolo in data 28.09.2012, *linkato* con gli altri video pubblicitari della
(*cfr.* Doc. 15 di parte attrice).

(Interrogatorio formale del Sig. Paolo Teste: Dott.ssa Silvia Bilotto)
5. ammettersi parte attrice a prova contraria sui capitoli di prova *ex adverso* formulati ed
eventualmente ammessi, sui quali si indica come teste l'Ing. Simone Bassani della

In ogni caso:

6. Con vittoria di compensi professionali e spese di causa, oltre rimborso forfettario 15%
ex art. 2 D.M. 55/2014 e CPA.

Per il convenuto:

Nel merito:

Respingere tutte le domande attoree in quanto infondate in fatto ed in diritto per le
motivazioni ampiamente esposte in narrativa.

In ogni caso; Con vittoria di spese e competenze del presente giudizio.

In via istruttoria:

si chiede ammettersi interrogatorio formale e prova per testi sulle circostanze di fatto di cui
in narrativa, con ammissione alla prova contraria, con riserva di indicare testi e di
articolare specifici capitoli di prova e di ulteriormente dedurre e/o produrre ai sensi
dell'art. 183 VI comma c.p.c.

Si chiede fin d'ora che venga disposta idonea CTU diretta ad accertare le caratteristiche
tecniche dei due riproduttori epicicloidali denominati rispettivamente LP per la Wittstein
e VRSF per la Components S.r.l. posti in comparazione.

MOTIVAZIONE

1. Con atto notificato il 6 giugno 2013, l'attrice ha citato a giudizio la società
Components s.r.l e il sig. Paolo chiedendo l'accertamento dell'illiceità delle
condotte poste in essere da parte dei convenuti per pubblicità ingannevole e contraffazione
di marchio, integrate dalla pubblicazione e dall'utilizzo di un video e di una brochure in cui



comparivano una pubblicità comparativa ingannevole e l'uso del marchio di cui la società attrice era licenziataria.

In particolare, gli attori, richiamati il ricorso cautelare *ante causam* ex art. 700 c.p.c., allegavano che:

- l'attrice Wiittenstein S.P.A. era leader nel mercato italiano nella commercializzazione di riduttori epicicloidali ed angolari prodotti dalla casa madre tedesca, nonché titolare del marchio *Alpha* di cui era licenziataria;
- la società convenuta Components commercializzava in Italia i prodotti della società nipponica Shimpo, concorrente di e, per quanto rilevava, del riduttore epicicloidale o planetario Shimpo VR SF 5C 750;
- il convenuto sig. ricopriva la carica di legale rappresentate della società, nonché socio al 50% della stessa.
- Nel novembre 2012 sul sito della società convenuta era comparso un filmato, denominato "*Shimpo Reducers Noise Comparison-Comparazione dei livelli di rumorosità dei diversi riduttori planetari di precisione rispetto ai prodotti Shimpo*", nel quale erano comparati il prodotto Shimpo e quello dell'attrice; successivamente alla diffida del 30 novembre 2012, la convenuta aveva rimosso la rubrica relativa al filmato sul proprio sito internet.
- Nella sezione prodotti del sito della convenuta, con riguardo ai riduttori epicicloidali, essa aveva pubblicato un estratto del catalogo Shimpo intitolato "*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products*", vantando un primato in ordine alla silenziosità del prodotto, peraltro in assenza di qualsiasi conferma scientifica; pur essendo stato rimosso dalla *Homepage* del sito internet della stessa, il detto video "*Shimpo reducers noise comparison*" era rimasto visibile sul sito YouTube, dove era stato pubblicato dal sig. in data 28 settembre 2012;
- la società convenuta e il sig. avevano quindi operato una comparazione tra prodotti con caratteristiche diverse, avendo il prodotto Shimpo una dentatura elicoidale e quello dell'attrice una dentatura verticale; infatti, i prodotti con dentatura elicoidale, che pure erano commercializzati dalla società SPA erano, per



loro natura, fonte di minor attrito e rumorosità; in definitiva, si trattava di un'attività denigratoria del prodotto dell'attrice.

- In sede cautelare, la ricorrente aveva ottenuto la rimozione del filmato su Youtube, nonché della locuzione “*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products*” da ogni veicolo promo pubblicitario, nonché l'inibitoria in danno dei resistenti dall'utilizzo del catalogo e una congrua penale.

2. Con comparsa depositata il 26 settembre 2013, la società Components S.r.l. e il sig. Paolo in proprio, si costituivano nel giudizio di merito, chiedendo, in via preliminare, di essere autorizzati alla chiamata in causa in manleva della società Nidec-Shimpo Corporation di Kyoto e, nel merito, il rigetto delle domande avversarie, poiché infondate in fatto e in diritto. Allegavano che:

- la pubblicità comparativa era stata effettuata con modalità adeguate, su prodotti omogenei, appartenenti entrambi alla medesima fascia qualitativa (modello basico e di più bassa fascia della gamma di riduttori epicicloidali), ad eccezione del fatto che il prodotto commercializzato dalla convenuta montava degli ingranaggi a denti elicoidali, mentre quello dell'attrice era a denti frontali.
- I due prodotti posti a confronto dalla Components S.r.l. erano modelli con caratteristiche tecniche simili, sia con riferimento alla performance che per la precisione; il riduttore epicicloidale VRSF commercializzato dalla Components era il modello basico e di più bassa fascia all'interno della gamma dei riduttori prodotti dalla Shimpo;
- il riduttore planetario VRSF della Shimpo, a differenza del modello LP a marchio Alpha, montava degli ingranaggi a denti elicicloidali e non frontali come quelli presenti nel modello della casa concorrente, che tecnicamente e scientificamente, come riconosciuto anche dalla stessa difesa avversaria, comportava una riduzione del rumore rispetto agli altri prodotti di pari qualità.
- I prodotti posti in comparazione dalla Components S.r.l., tanto nel video pubblicato su Youtube quanto nelle brochure pubblicitarie, erano omogenei, essendo entrambi modelli di riduttori planetari.



- Il filmato denominato "*Shimpo Reducers Noise Comparison - Comparazione dei Shimpo*" era un video destinato a tecnici del settore, che era stato visionato solo 77 volte. Il modello non compariva sui cataloghi cartacei diffusi presso i clienti della Components S.r.l., né tantomeno veniva presentato sul sito ufficiale della società medesima.
- Il video in oggetto era stato pubblicato dal sig. _____ per un breve periodo su YouTube (28.09.2012-08.01.2013) al solo scopo di non sovraccaricare il sito aziendale.

3. Alla prima udienza il Giudice autorizzava la chiamata in causa della società giapponese; l'atto di chiamata in causa del terzo, tuttavia, pur ritualmente notificato, non rispettava i termini a comparire imposti dalla legge ed il legale dei convenuti chiedeva termine per la rinnovazione della notifica. Il Giudice, vista l'opposizione dell'attrice, valutato il tempo necessario per la rinnovazione della notifica al terzo chiamato, considerata la sede extracomunitaria del soggetto giuridico di cui era chiesta la rinnovazione, nonché valutato il tempo già decorso e tenuto conto della non necessità del litisconsorzio, valutata quindi l'incidenza sulla durata del processo derivante dall'accoglimento della richiesta dell'attore, in conformità a quanto statuito dalla Suprema Corte (cfr. Cass. 4309/2010), rigettava la richiesta di rinnovo della chiamata e assegnava i termini di cui all'art. 183 VI comma c.p.c. Ritenuta, quindi, la causa matura per la decisione, il Giudice invitava le parti a precisare le rispettive conclusioni all'udienza del 10 novembre 2015, all'esito della quale rimetteva la causa in decisione al Collegio, con assegnazione dei termini di legge per il deposito delle comparse conclusionali e delle memorie di replica.

4. *Sui rapporti tra il giudizio cautelare e quello di merito.* Preliminarmente, la natura di strumentalità attenuata del giudizio cautelare promosso *ante causam* ex art. 700 c.p.c., nel caso di specie conclusosi con un provvedimento di accoglimento avverso il quale non è stato promosso reclamo, sebbene anticipi gli effetti del giudizio di merito e non perda efficacia in caso di sua mancata instaurazione, non esclude la facoltà delle parti di promuovere il relativo giudizio di merito per ottenere una pronuncia idonea al giudicato e per formulare domande ulteriori rispetto a quelle proponibili in sede cautelare, quale quella risarcitoria.



5. Le domande proposte dalla società S.p.A sono fondate.

5.1. *Sull'individuazione delle condotte illecite.* Conviene anzitutto delimitare le condotte contestate dall'attrice e documentalmente accertate. Esse sono le seguenti.

5.1.1. Nel mese di novembre la società convenuta ha pubblicato sul suo sito internet, sulla home page, il video denominato "*Shimpo Reducers Noise Comparison-Comparazione dei livelli di rumorosità dei diversi riduttori planetari di precisione rispetto ai prodotti Shimpo*", nel quale erano comparati il prodotto Shimpo e quello dell'attrice (documenti 9 e 11 attrice, risalenti al 30 novembre 2012). Tale video è stato rimosso in data 3 dicembre 2012, a seguito della diffida inviata in pari data dall'attrice.

5.1.2. Lo stesso video è stato divulgato sulla piattaforma YouTube da parte del convenuto sig. il 28 settembre 2012. Esso è stato rimosso in data 8 gennaio 2013, giorno in cui è stato notificato il ricorso cautelare.

5.1.3. La società convenuta ha, inoltre, divulgato sul suo sito internet, attraverso un collegamento ipertestuale, il catalogo Shimpo nel quale compariva la locuzione: "*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products*". La presenza della frase in contestazione sull'estratto del catalogo, scaricabile attraverso il sito internet della convenuta è documentalmente accertata a partire dal 11 dicembre 2012 (cfr. doc. 14 attore), mentre la stessa condotta risulta cessata a seguito del provvedimento d'inibitoria (v. verbale 25 marzo 2015).

5.1.4. Nel video utilizzato, a fini pubblicitari, dai convenuti compariva il marchio comunitario denominativo "Alpha", di cui l'attrice è licenziataria.

5.2. *Sulla pubblicità comparativa.* È noto che la pubblicità comparativa può essere uno strumento d'informazione che consente al consumatore una migliore valutazione dei meriti di ciascun operatore, della qualità delle loro prestazioni e del loro costo e, quindi, idonea a determinare una scelta più consapevole. In questa ottica può costituire uno stimolo della concorrenza nell'interesse dei consumatori. Per tale ragione un divieto assoluto della pubblicità comparativa sarebbe un ostacolo alla libera concorrenza. Tuttavia, se ingannevole e illegittimamente comparativa, essa può causare effetti distorsivi per la concorrenza e incidere negativamente sulle scelte dei consumatori. Per costituire un mezzo



legittimo d'informazione dei consumatori ed essere lecita, la pubblicità comparativa, oltre a non essere ingannevole, deve confrontare beni o servizi secondo criteri obiettivi.

La direttiva comunitaria 2006/114/CE, che ha sostituito la Direttiva n 97/55/CE, attuata nel nostro ordinamento con il D.lgs. n. 145/2007, prevede quali siano le condizioni di liceità della pubblicità comparativa e quali siano i criteri di confronto obiettivo delle caratteristiche dei beni o servizi. La pubblicità comparativa dunque, non deve essere ingannevole, deve operare una comparazione tra beni omogenei, caratteristiche essenziali e verificabili, non deve ingenerare confusione sul mercato, non deve creare discredito o denigrazione ad un concorrente e non deve procurare all'autore della pubblicità un indebito vantaggio tratto dalla notorietà connessa al marchio o ad altro segno distintivo.

5.3. La pubblicità comparativa posta in essere dalla convenuta e dal suo legale rappresentante, per mezzo del filmato divulgato sul sito della società convenuta e su Youtube, nonché sul catalogo Shimpo, accessibile dal link che si trova sul sito della società resistente, non rispetta le condizioni dalla cui presenza ne dipende la liceità.

Il filmato "*Shimpo reducers noise comparison - comparazione dei livelli di rumorosità dei diversi riduttori planetari*" e la locuzione "*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products*" contenuta nel catalogo Shimpo, richiamato dal link del detto sito, sono ingannevoli, in quanto idonei ad ingenerare in errore gli utenti riguardo alle caratteristiche dei beni prodotti, facendo credere che i prodotti della società resistente siano più silenziosi di quelli dei concorrenti e specificamente dei riduttori prodotti dalla ricorrente, il cui marchio risulta anche espressamente visibile nel filmato.

La convenuta non ha fornito, non solo nel giudizio cautelare, ma neppure nel presente giudizio di merito, alcun dato riscontrabile sulla maggior silenziosità dei suoi riduttori rispetto a quelli dei concorrenti e specificamente della attrice Wittestein.

La caratteristica della minore rumorosità del riduttore, ben lungi dall'essere verificabile e supportata da cognizioni scientifiche, risulta implicitamente smentita dalla difesa dei medesimi convenuti, i quali hanno allegato di avere effettuato il raffronto solo con il modello di riduttore della ricorrente appartenente alla fascia più bassa, trattandosi, a loro dire, di modello omogeneo con il proprio. Purtroppo i convenuti medesimi hanno



ammesso che il riduttore della Shimpo “ a differenza del modello LP a marchio Alpha, monta degli ingranaggi a denti epicicloidali e non frontali, come quelli presenti sul modello della casa concorrente, che tecnicamente e scientificamente comporta una riduzione del rumore rispetto agli altri prodotti di pari qualità” (comparsa conclusionale p 3 e comparsa di risposta).

Ne consegue che le seguenti circostanze sono pacifiche:

- i beni oggetto di raffronto hanno caratteristiche diverse con riguardo alla dentatura degli ingranaggi: il modello dell’attrice ha ingranaggi “a dentatura dritta”, mentre quello della società convenuta ha ingranaggi “con denti elicoidali”;
- tale caratteristica influisce sulla rumorosità, poiché l’ingranaggio “con denti elicoidali” comporta una riduzione del rumore.

Pertanto il raffronto è stato fatto dalla società convenuta tra beni con caratteristiche essenziali non omogenee, incidenti proprio sulla qualità della rumorosità, oggetto del messaggio pubblicitario, perché i modelli di riduttori, assunti a confronto, non erano tutti e due con ingranaggi a “denti elicoidali”, pur essendo, tra l’altro, anch’essi commercializzati dall’attrice.

La locuzione “*Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products*” è dunque menzognera, idonea ad ingenerare in errore i consumatori e altresì a gettare discredito sui prodotti dei concorrenti e specificamente dell’attrice, oggetto di confronto espresso nel filmato (cfr. doc. 15 cit.).

Tale pubblicità costituisce atto di concorrenza sleale *ex art. 2598 n. 2 c.c.*, sostanziandosi in affermazioni false circa qualità essenziali del prodotto, idonee a trarre in inganno i consumatori, sviandoli nel giudizio comparativo e nelle scelte offerte dal mercato e comportando, altresì, discredito dei prodotti altrui.

I beni oggetti di raffronto non hanno neppure le stesse caratteristiche, con riguardo proprio ad elementi che incidono pacificamente sulla caratteristica della rumorosità, obiettivo del raffronto operato dai convenuti. Sebbene infatti, l’attrice producesse riduttori con dentatura elicoidale, per loro natura più silenziosi, il raffronto è stato effettuato con un riduttore della ricorrente “a dentatura dritta” e un prodotto della resistente “a dentatura elicoidale”.



La pubblicità comparativa, quindi, è illecita, perché ingannevole ed effettuata tra beni non omogenei, poiché dotati di caratteristiche essenziali diverse.

La breve durata di perpetrazione di alcune delle condotte illecite accertate, e ci si riferisce anzitutto alla tempestiva rimozione del video dal sito della società, è circostanza rilevante in sede di quantificazione del danno subito dall'attrice.

5.4. *Sull'illecito uso del marchio Alpha.* L'utilizzazione, nel video pubblicato da Components e dal Sig. Paolo del marchio comunitario denominativo "Alpha", di cui la società attrice è licenziataria, nel contesto di una pubblicità comparativa illecita, è anch'essa illecita.

Conformemente a quanto affermato dalla Corte di Giustizia, il titolare di un marchio registrato non è legittimato a vietare l'uso, da parte di un terzo, di un segno identico o simile al suo marchio in una pubblicità comparativa solo quando ricorrono tutte le condizioni di liceità sopra enunciate e di cui alla direttiva 84/450 (Corte di Giustizia, 18 giugno 2009, C- 487/07, punto 54; Corte di Giustizia, 12 giugno 2008, C-533/06, punti 45 e 51).

Nel caso di specie, la pubblicità comparativa realizzata dai convenuti non ha rispettato i canoni di liceità e quindi anche l'uso pubblicitario da parte dei resistenti del marchio Alpha è in violazione dell' 9, co. 2, lett. d), Regolamento n. 207/2009, secondo il quale il titolare del marchio comunitario può vietare "*l'uso del segno nella pubblicità*".

6. *Sull'inibitoria e sull'astreinte.* Accertata l'illiceità della condotta tenuta dai convenuti, vanno confermati i capi relativi alla pronuncia inibitoria della pubblicazione del video e della locuzione dal catalogo accessibile on line e della penale.

7. *Sulla responsabilità solidale del sig* Il sig. risponde solidalmente con la società per il fatto illecito accertato con riguardo alla divulgazione del video sulla piattaforma Youtube. E' giurisprudenza consolidata che, "quando l'atto lesivo del diritto del concorrente venga compiuto da un soggetto, cosiddetto terzo interposto, che benché non possenga egli stesso il requisito in questione giacché non è concorrente del danneggiato, agisca tuttavia per conto ovvero perché è collegato con un concorrente ed è legittimato a porre in essere atti che ne cagionano il vantaggio, in tal caso il soggetto terzo



è solidalmente responsabile con l'imprenditore che si è giovato della sua condotta" (Cass. civ., sez. I, 11 aprile 2001, n. 5375).

8. *Sui fatti rilevanti in sede di quantificazione del danno.* Venendo alla richiesta risarcitoria, assumono rilievo le seguenti circostanze.

8.1. Il video pubblicato sul sito della società, visibile quantomeno a partire dal 30 novembre 2012 (cfr. doc. 9 attrice), è stato rimosso, a seguito della diffida inviata in pari data dall'attrice, in data 3 dicembre 2012, prima dell'instaurazione del presente giudizio di merito e anche di quello cautelare.

8.2. Il medesimo video, tuttavia, caricato sulla piattaforma YouTube da parte del convenuto sig. _____ il 28 settembre 2012, non fu rimosso a seguito della diffida. Il video YouTube fu eliminato in data 8 gennaio 2013, a seguito della notifica del ricorso cautelare (cfr. verbale udienza 25 marzo 2015). Le visualizzazioni del video su questo canale sono di numero limitato, per la durata di circa tre mesi in cui lo stesso era fruibile sulla rete; tale dato, dedotto dalla resistente, già in sede di memoria difensiva nel procedimento cautelare, non è stato specificamente contestato dall' attrice.

8.3. L'utilizzo illecito per fini promozionali del marchio Alfa è coinciso con i periodi di permanenza del video sul sito della società (7.1) e sulla piattaforma YouTube (7.2).

8.4. La presenza della frase ingannevole e denigratoria sull'estratto del catalogo scaricabile attraverso il sito internet della convenuta _____ è accertata a partire dal 11 dicembre 2012 (cfr. doc. 14 attrice), mentre la stessa condotta è cessata a seguito del provvedimento cautelare d'inibitoria del 3 maggio 2013. Va altresì evidenziato che la detta frase, presente sul sito per complessivi cinque mesi, era accessibile all'utente, attraverso un collegamento ipertestuale sul sito della _____ selezionando la sezione prodotti e scaricando il file sul proprio computer.

9. Non sono emersi altri elementi rilevanti per la quantificazione dei danni.

9.1. *Sul danno patrimoniale.* L'attrice non ha fornito la prova di avere subito un danno patrimoniale emergente e, tantomeno, di un danno per lucro cessante.

Quanto al primo, non possono rientrarvi presunte spese non documentate e neppure le spese del giudizio cautelare e di merito, le prime liquidate in sede cautelare e le seconde, in quanto, causalmente ricollegate alla condotta illecita soltanto in via mediata, già oggetto



del separato capo della sentenza, relativa, appunto alle spese processuali, in conformità al disposto dell'art. 91 e ss c.p.c.

9.2. Sul danno non patrimoniale. La pubblicità comparativa denigratoria e l'uso illecito del marchio hanno, però, comportato uno svilimento e perdita di forza attrattiva del marchio Alpha e altresì una lesione dell'immagine e del prestigio imprenditoriale della società attrice, per gli effetti screditanti derivanti dalla pubblicità ingannevole e denigratoria.

Tenuto conto dei sopra descritti periodi temporali di permanenza degli illeciti, delle modalità di diffusione, a mezzo della rete, del numero di visualizzazioni, modesto, ma verosimilmente effettuato da utenti motivati all'acquisto, il Tribunale ritiene equo liquidare la somma complessiva di euro 15.000,00, oltre interessi e rivalutazione monetaria, decorrenti dalla data della sentenza al saldo, essendo stato il danno liquidato in moneta attuale.

10. Sulla condanna dei convenuti. è condannata, pertanto, al pagamento in favore dell'attrice della somma di euro 15.000,00 e il convenuto Paolo, in solido con Wittentein, è condannato fino a concorrenza dell'importo di euro 7.000,00. Il convenuto risponde in proprio, infatti, non di tutti gli episodi contestati, ma solo di quello relativo alla divulgazione del video sulla piattaforma.

11. Sulle spese. L'offerta formulata in giudizio dai convenuti, di euro 1000,00 per capitale e spese di giudizio, non è congrua e ciò va tenuto in considerazione al fine della soccombenza integrale dei convenuti.

Alla soccombenza dei convenuti segue la loro condanna, in solido, alla rifusione di tutte le spese del presente giudizio di merito, che tenuto conto dell'attività svolta e del valore indeterminabile della causa, vengono liquidate, applicando i parametri del vigente DM n 55/2014, in euro 9.800,00 per compensi ed euro 908,00 per spese, oltre a spese generali al 15%, iva e cpa, come per legge.

P.Q.M.

Il Tribunale di Milano, Sezione Specializzata in materia d'impresa – A –, definitivamente pronunciando sulle domande proposte da **SPA** nei confronti di **COMPONENTS SRL** e di **PAOLO** rigettata ogni altra istanza ed eccezione, così provvede:



- Accerta l'illiceità della condotta tenuta dai convenuti, e descritta in motivazione, ex artt. 2598 n 2 c.c. e 9, co. 2, lett. d), Regolamento n. 207/09/CE.
- Condanna la convenuta S.p.A al versamento in favore della società attrice della somma di euro 15.000,00, in solido con Paolo fino a concorrenza dell'importo di euro 7.000,00, oltre interessi e rivalutazione monetaria, decorrenti dalla data della sentenza al saldo.
- Condanna Paolo in solido con S.p.A, fino a concorrenza dell'importo di euro 7.000,00.
- Inibisce ai resistenti la pubblicazione del video di cui al doc. 15 e l'uso a fini pubblicitari, nel catalogo on line, della locuzione: *"Realized maximum noise reduction that could not be obtained from existing reducers- Realized noise reduction by 10% or more compared to existing products"*.
- Fissa ai convenuti una penale di € 400,00 per ogni violazione del presente provvedimento successivamente accertata.
- Condanna, in solido, i convenuti alla rifusione integrale delle spese giudiziali, liquidate in Euro 9.800 per compensi ed euro 908,00 per spese, oltre a spese generali al 15%, iva e cpa, come per legge.

Così deliberato in Milano, nella camera di consiglio del 11 febbraio 2016

Il Giudice Relatore
dott.ssa Silvia Giani

Il Presidente
dott. Marina Tavassi

