



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
TRIBUNALE ORDINARIO DI BRESCIA

SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA DI IMPRESA

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

dott. Raffaele Del Porto	presidente
dott. Carlo Bianchetti	giudice
dott. Angelica Castellani	giudice relatore

ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa civile di I grado iscritta al n. r.g. **5387/2021** promossa da:

S. W. S.R.L. (P.IVA), con il patrocinio degli avv.ti e
attrice

contro

C. C. QUALE TITOLARE DELL'IMPRESA INDIVIDUALE "J." (C.F.), con il patrocinio degli avv.ti e
convenuto

CONCLUSIONI

Per l'attrice:

- 1. Accertare e dichiarare che il comportamento del convenuto costituisce atto di concorrenza sleale (concorrenza parassitaria) e per l'effetto inibire al convenuto la prosecuzione della propria attività economica C. C.*
- 2. Nella denegata ipotesi di non riconoscimento di attività di concorrenza sleale parassitaria, accertare e dichiarare che il comportamento del convenuto costituisce atto di concorrenza sleale da imitazione servile e per l'effetto condannare il convenuto a modificare l'aspetto esteriore del prodotto venduto, dei testi e delle grafiche del sito g. in modo che questi non sfruttino più quanto realizzato da .*



3. Nella denegata ipotesi di non riconoscimento di attività di concorrenza sleale per imitazione servile accertare e dichiarare che il comportamento del convenuto costituisce atto di concorrenza sleale da imitazione pedissequa di ampio raggio e per l'effetto condannare il convenuto a non proseguire con tale attività di imitazione e a modificare la sua attività imprenditoriale in modo che la stessa non rifletta più la comunicazione di T G W

4. In ogni caso condannare il convenuto al risarcimento di tutti i danni subiti da S s.r.l. da determinarsi in corso di causa anche in via equitativa secondo il corretto apprezzamento di questo Giudice;

5. Ordinarsi la pubblicazione dell'emananda sentenza in Gazzetta Ufficiale a spese del convenuto;

6. In ogni caso con vittoria di spese, diritti ed onorari di giudizio.

In via istruttoria:

A. chiede che il Giudice adito voglia ordinare la produzione in giudizio dei conteggi relativi al venduto unitamente al conteggio degli abbonamenti sottoscritti ad oggi ed alla lista dei soggetti che abbiano sottoscritto abbonamento”.

Per il convenuto:

“1 - in via principale, nel merito, rigettare la domanda in quanto la condotta della convenuta non integra ipotesi di violazione dell'art. 2598, nn.1 e 3, c.c.;

2 - in via subordinata, rigettare la domanda di condanna della convenuta per atti di concorrenza sleale da imitazione pedissequa di ampio raggio, non ricorrendo i presupposti di cui all'art. 2598 n.3, c.c.

3 - per l'effetto, rigettare la domanda di risarcimento danni da liquidarsi in via equitativa, non essendo stata provata la condotta illecita della convenuta; Con vittoria di spese, diritti ed onorari come per legge, oltre rimborso forfettario per spese generali, IVA e CPA come per legge.

Con vittoria di spese, diritti ed onorari come per legge, oltre rimborso forfettario per spese generali, IVA e CPA come per legge”.



Concisa esposizione delle ragioni di fatto e di diritto della decisione

1.1.- S████ W████ s.r.l. (di seguito anche solo S████) ha convenuto in giudizio G████ G████ in qualità di titolare dell'impresa individuale "J████", chiedendo al tribunale, in via principale, di accertare che "l'attività economica G████ G████" promossa e realizzata dal convenuto integra concorrenza sleale "parassitaria" in relazione al prodotto-servizio "T████ G████ W████" dell'attrice e, per l'effetto, inibirne la prosecuzione; in subordine, S████ ha chiesto di accertare che la predetta attività configura "imitazione servile" della propria e, quindi, condannare il convenuto a modificare "l'aspetto esteriore del prodotto venduto, dei testi e delle grafiche del sito g████.it in modo che questi non sfruttino più quanto realizzato da ██████.it"; in via ulteriormente subordinata, l'attrice ha chiesto che, previo accertamento che l'attività imprenditoriale del convenuto costituisce "imitazione pedissequa di ampio raggio" della propria, C████ C████ sia condannato a "modificare la sua attività imprenditoriale in modo che la stessa non rifletta più la comunicazione di T████ G████ W████"; in ogni caso S████ ha domandato la condanna di C████ al risarcimento dei danni asseritamente subiti, "da determinarsi in corso di causa, anche in via equitativa", con pubblicazione della sentenza in "Gazzetta Ufficiale".

A fondamento delle proprie domande, premesso di essere stata costituita in data 28.2.2020 e di avere quale oggetto sociale il commercio, all'ingrosso e al dettaglio, alla grande distribuzione e via e-commerce, di alimenti e bevande alcoliche e non alcoliche, l'attrice ha allegato di aver avviato, nell'aprile del 2020, il progetto denominato "T████ G████ W████", consistente in un "servizio originale, sia in abbonamento sia su ordinazione singola, di scatole contenenti differenti bottiglie e quantità di Gin oltre a complementi per la creazione di cocktails e abbinamenti insoliti" e di aver depositato in data 29.5.2020 domanda per la registrazione del marchio presso l'UIBM. Nel mese di novembre dello stesso anno, S████ sarebbe venuta a conoscenza - tramite messaggi ricevuti dai clienti sulle proprie pagine social - dell'attività di imitazione del proprio servizio posta in essere dall'impresa J████ del convenuto, il quale, avendo acquistato in data 2.11.2020 il dominio "█████.it", il 16.11.2020 lo avrebbe popolato di "informazioni, grafiche e servizi identici a quelli del progetto "T████ G████ W████". Diffidato, con missiva del 26.11.2020, il convenuto a cessare ogni attività finalizzata allo sviamento di clientela e a interrompere l'utilizzo del marchio non registrato "T████ G████ G████", il concorrente avrebbe unicamente provveduto a modificare il proprio "logo" rimuovendo il "T████" iniziale e trasferendo la propria attività di comunicazione sul differente dominio "g████.it", ignorando tuttavia le ulteriori richieste dell'attrice e proseguendo nell'attività illecita di imitazione, realizzata anche tramite il contatto con i fornitori di gadget e accessori per le boxes "fidelizzati" dall'attrice.



Alla luce di tali fatti, S█████ ha lamentato di aver subito concorrenza sleale parassitaria ai sensi dell'art. 2598, n. 3, c.c. per avere il convenuto imitato ogni sua iniziativa sotto i profili della “*modalità di business*”, anche in riferimento alla scelta di prodotti e fornitori, del *marketing* e della comunicazione, dell'offerta degli abbonamenti ai clienti, del marchio, che evocherebbe la stessa idea di “*comunità imprenditoriale*” e sarebbe composto da “*fregi e disegno simili*”, nonché del sito internet di *e-commerce*, creato tramite l'utilizzo degli stessi “*plug-in*” e contenente testi e grafiche “*analoghi*” a quelli propri degli strumenti comunicativi dell'attrice.

In caso di mancato riconoscimento da parte del Tribunale della concorrenza parassitaria, la difesa di S█████ ha evidenziato che ricorrerebbero comunque i presupposti per la concorrenza sleale sotto il profilo dell'imitazione servile, essendo i comportamenti dell'impresa convenuta idonei a creare confusione con i prodotti e le attività del concorrente ai sensi dell'art. 2598, n. 1, c.c.; in via ulteriormente subordinata, S█████ ha lamentato - *ex art. 2598 n. 3, c.c.* - l'imitazione “*pedissequa e di ampio raggio*” della propria attività da parte del concorrente, qualificando detta attività come “*l'appropriarsi parassitariamente dei pregi e degli investimenti altrui per l'immissione e la promozione sul mercato di beni dotati di originalità e coerenza stilistica*” e rimarcando, al riguardo, l'imitazione del fregio sulla scatola, del marchio, dei pacchetti, del meccanismo di loro gestione, nonché il tentativo del convenuto di appropriarsi dei medesimi fornitori dell'attrice.

Il danno ingiusto è stato dall'attrice prospettato nella “*potenziale*” perdita della clientela, “*distratta o potenzialmente distratta*”, la cui quantificazione S█████ ha rimesso all'istruttoria da esperirsi in corso di causa e alla valutazione equitativa del tribunale.

1.2.- Si è costituito in giudizio il convenuto che, premesso di svolgere attività di vendita di liquori e distillati, in particolare gin, attraverso il proprio sito internet ██████████, ora ██████████, “*acquistato nel gennaio 2020*”, ha replicato punto per punto alle avversarie allegazioni, deducendo l'insussistenza delle ipotesi di concorrenza sleale *ex adverso* lamentate e chiedendo l'integrale rigetto delle domande attoree.

In relazione alla pretesa concorrenza parassitaria, il convenuto ha negato i caratteri confusori e imitatori della propria attività economica, rilevando:

i) relativamente alle modalità di *business*, che l'attività di vendita al dettaglio attraverso la c.d. “*Box subscription*”, ovvero la vendita a distanza e *on-line* di prodotti tramite una forma di abbonamento o vendita singola, con pagamento a cadenza mensile di una somma di danaro da parte del cliente, il quale riceve una scatola contenente i prodotti necessari per la preparazione di *cocktails* e accessori, è in uso, In Europa e in Italia, già da diversi anni e in vari settori, in quello della vendita d'alcol, dal 2015;



“contenuto” della scatola pubblicizzato nel sito internet e le modalità pressoché identiche di presentazione dei prodotti nelle rispettive pagine *social* sia fondato.

2.1.1.- Entrando in ciascun sito internet, il contenuto della box è presentato sotto analogo titolo (“*Cosa c’è nella box?*” quanto a T G W e “*Cosa trovo nella box?*” quanto a G G) a cui segue l’elenco, nella sostanza equivalente, dei prodotti componenti la scatola (una certa qualità di GIN, snack dolci/salati, toniche o a altre bevande per la composizione di cocktail, ricetta o ingredienti, *gadget*), elenco che è posizionato a destra dell’immagine della scatola (che nella pagina di T G W è aperta, a mostrare il relativo contenuto, mentre nella pagina di G G è chiusa ed è posizionata dietro la bottiglia, a suggerire che in tale scatola sarà contenuto il gin).

2.1.2.- Anche nelle pagine *social* di G G ricorrono modalità di presentazione del prodotto - in particolare delle confezioni regalo e delle toniche - del tutto analoghe a quelle già utilizzate da T G W. accentuate somiglianze si riscontrano nei format grafici, nel setting, nell’inquadratura dei prodotti, nel loro numero e nel loro posizionamento (cfr. docc. 12-13 e 16-17 di parte attrice).

2.2.- L’imitazione di parte dei contenuti del sito internet e delle modalità di presentazione dei servizi attraverso i *social network* posta in essere dal convenuto a danno dell’attrice configura mezzo idoneo a creare confusione tra i relativi prodotti/attività secondo quanto previsto dall’ultima parte dell’art. 2598 n. 1 c.c., in cui può essere sussunta l’imitazione di elementi distintivi secondari.

L’applicazione giurisprudenziale di tale clausola, avente valore residuale, si è estesa a una varietà di fattispecie, tra le quali può essere ricordata l’imitazione di materiale pubblicitario altrui (cfr. Cass. n. 6625/1983; Trib. Milano 12.3.2012; Trib. Torino 23.3.1999; Trib. Firenze 11.12.1990) e l’utilizzo nei propri *depliant* e sito internet di fotografie con la medesima inquadratura e disposizione dei prodotti usati dal concorrente e con medesime frasi pubblicitarie (Trib. Bari 9.11.2004).

La compresenza delle imprese nel medesimo mercato di riferimento, l’analogia del servizio e del prodotto offerti, la coincidenza di canali e modalità di vendita (*on-line* anche in abbonamento) rivolta alla stessa tipologia di consumatore rendono attuale il pericolo di “scambio”, facendo sì che le condotte imitative sopra descritte siano idonee a ingenerare confusione circa la provenienza dei prodotti/servizi nel consumatore medio, il quale, come noto, non si trova ad operare, all’atto della scelta, un’attenta riflessione e un esame analitico del prodotto, ma procede sulla base dell’impressione generale dell’offerta alla quale resta estranea la valutazione di elementi marginali di differenziazione.

2.3.- Nei limiti delle condotte imitative sopra descritte, va, pertanto, accolta la domanda inibitoria formulata dall’attrice.



3.- Devono, per contro, respingersi le ulteriori richieste di inibitoria, non essendo configurabile la concorrenza parassitaria¹ e l'imitazione "*pedissequa e di ampio raggio*" lamentate dall'attrice con riferimento all'intera attività di C●●G●● e ai profili elencati al paragrafo 2.

3.1.- Al riguardo giova, in primo luogo, osservarsi che è rimasto sfornito di prova - avendo anzi il convenuto offerto efficaci elementi di segno contrario (cfr. docc. 3 e 13, v. *infra*) - che il prodotto-servizio "T●●G●●W●●" di S●●Z rappresentasse all'epoca del "lancio" e rappresenti tuttora una novità nel mercato di riferimento.

L'originalità del "*business*" risiederebbe, secondo la difesa attorea, "*non ... ovviamente*" nella "*creazione di pacchetti mensilmente forniti sulla base di un abbonamento sottoscritto*" - attività che la medesima attrice riconosce non essere connotata da originalità - bensì nella "*modalità con cui questi pacchetti vengono composti e pubblicizzati*", essendo frutto di "*ricerca dei migliori prodotti e ... complementi (gadgets, snacks etc) che meglio si sposano con tale bevanda alcolica*" e di "*un'attenta trattativa con i fornitori alla base della quale risiede proprio l'idea di business*" (cfr. atto di citazione pag. 5).

Invero, l'offerta di vendita di "box" con all'interno prodotti variegati anche di elevata qualità e primaria scelta del fornitore non può dirsi in sé originale, essendo utilizzata e diffusa nei più vari settori, tra cui quello relativo alla vendita di bevande alcoliche in abbinato ad altri prodotti complementari.

Al riguardo il convenuto ha prodotto, allegandone senza essere *ex adverso* smentito l'anteriorità rispetto all'offerta dell'attrice, le proposte commerciali pubblicizzate da Bobby's - azienda operante in Italia (cfr. doc. 3) - e da Craft Gin Club - attiva in UK (cfr. doc. 13) -, che offrono servizi in abbonamento a box con "modalità di *business*" sostanzialmente analoghi a quelli di attrice e convenuto,

¹ È opportuno ricordare che la concorrenza parassitaria consiste in un continuo e sistematico operare sulle orme dell'imprenditore concorrente attraverso l'imitazione non tanto dei prodotti, ma piuttosto di rilevanti iniziative imprenditoriali di quest'ultimo, mediante comportamenti idonei a danneggiare l'altrui azienda con ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale (Cass. n. 25607/2018, Cass. n. 22118/2015). Tale comportamento si realizza tramite una pluralità di atti che, considerati isolatamente, possono anche essere non illeciti, presi invece nel loro insieme costituiscono un illecito in quanto rappresentano la continua e ripetuta imitazione delle iniziative del concorrente e, quindi, lo sfruttamento sistematico del lavoro e della creatività altrui attraverso una molteplicità di azioni -o un comportamento globale- poste in essere contemporaneamente (Cass. n. 9387/1994). Una simile imitazione delle altrui proposte commerciali può, inoltre, considerarsi illecita soltanto se effettuata a breve distanza di tempo da ogni singola iniziativa del concorrente (concorrenza parassitaria c.d. diacronica) o dall'ultima e più significativa di esse (concorrenza parassitaria c.d. sincronica), con la precisazione che, per "breve", deve intendersi quell'arco di tempo durante il quale l'ideatore della nuova iniziativa ha ragione di attendersi utilità particolari dal lancio della novità in termini di incassi, pubblicità e avviamento, ovvero fino a quando essa è considerata tale dai clienti e si impone, quindi, alla loro attenzione nella scelta del prodotto. Ciò in quanto la creatività è tutelata nel nostro ordinamento solo per un tempo determinato, e cioè fino a quando l'iniziativa può considerarsi originale, sicché quando l'originalità si sia esaurita, ovvero quando quel determinato modo di produrre e/o di commerciare sia divenuto patrimonio ormai comune di conoscenze e di esperienze di quanti operano nel settore, l'imitazione non costituisce più un atto contrario alla correttezza professionale ed idoneo a danneggiare l'altrui azienda (cfr. Cass. n. 25607/2018, Cass. n. 13423/2004).



modalità alle quali, pertanto, entrambi si sarebbero potuti ispirare, trattandosi di modello commerciale già diffuso e non di loro ideazione.

3.2.- In relazione al marchio figurativo registrato da S. [redacted] "T. [redacted] G. [redacted] W. [redacted]", di cui l'attrice lamenta l'imitazione ad opera del marchio figurativo di fatto "G. [redacted] G. [redacted]" (già "T. [redacted] G. [redacted] G. [redacted]") del convenuto, come emerge dalla domanda di registrazione *sub* doc. 2 di parte attrice e dal confronto a pag. 6 della comparsa di costituzione, il primo consiste in un'impronta raffigurante i tre termini "T. [redacted]" "G. [redacted]" "W. [redacted]" posti in sequenza verticale, uno sotto l'altro, a caratteri di dimensioni crescenti, contenuti all'interno di un campo romboidale delimitato da una cornice costituita da una coppia di rombi con i lati discontinui, che si intersecano tra loro; diversamente, il logo "G. [redacted] G. [redacted]" - dal quale, come evidenziato, il convenuto ha eliminato l'articolo determinativo "T. [redacted]" - è costituito da una scritta a caratteri di eguale dimensione leggermente inclinata, di colore bianco con ombreggiatura azzurra volta a conferire profondità, su uno sfondo blu di forma rettangolare, senza ulteriori segni grafici.

Quanto alla rappresentazione di tali segni sulle rispettive scatole, quello dell'attrice è a caratteri bianchi su sfondo nero all'interno del rombo con doppie linee tratteggiate; quello del convenuto è invece a caratteri azzurri su sfondo marrone; analoghe differenze cromatiche si riscontrano nelle etichette delle bottiglie, essendo quelle di S. [redacted] prevalentemente nere con il logo bianco, quelle di J. [redacted] di colore azzurro leggermente più chiaro rispetto all'azzurro del logo.

Relativamente alla parte denominativa, posto che il termine "gin" va considerato parola generica in quanto funzionale a distinguere non già i prodotti specifici che provengono da una data fonte produttiva, ma tutti i prodotti di quel genere, da chiunque fabbricati e posti in commercio, l'espressione "T. [redacted] G. [redacted] W. [redacted]" è da tradursi letteralmente come "la via del gin".

Secondo l'attrice tale locuzione "*si rifà all'idea di comunità imprenditoriale e viaggio collegata ad altre "vie" che storicamente danno risalto a un prodotto: la via della seta, la strada dei vini etc*" (cfr. atto di citazione pag. 6), sicché, "*mettendosi dal punto di vista del consumatore*" sarebbe "*semplice la confusione anche solo 'di senso'*" con il marchio del convenuto che, accostando all'identico termine "G. [redacted]" la parola "G. [redacted]", evocherebbe lo stesso concetto di "*gruppo*".

La tesi non può trovare accoglimento, dovendosi escludere che il termine "via" utilizzato da S. [redacted] che richiama certamente l'idea di "viaggio", evochi altresì quella di "comunità", come prospettato dall'attrice e come, invece, richiamato dal solo marchio del convenuto che evoca l'immagine della partecipazione di gruppo all'esperienza del gin.

3.3.- Anche la scelta delle forme geometriche per la realizzazione di fregi e disegni è differente: S. [redacted] utilizza forme geometriche rettangolari, triangolari e circolari, mentre J. [redacted] utilizza per lo più forme geometriche squadrate e irregolari.



3.4.- Quanto alla realizzazione del sito internet attraverso cui è svolta l'attività di *e-commerce*, l'attrice ha lamentato che il convenuto avrebbe utilizzato lo stesso *plug-in* fruito da S█████ vale a dire "*WooCommerce*", il quale permette la creazione e customizzazione di piattaforme digitali per la vendita di prodotti *on-line*. A tale "matrice" sarebbe, poi, stata accompagnata la scelta degli stessi *plug-in* di completamento, in particolare di quello denominato "*Yith WooCommerce Subscription*".

Precisato che il *plug-in* non rientra tra i segni distintivi nemmeno atipici di un'impresa, ma rappresenta un componente *software* "aggiuntivo", ossia un programma non autonomo che interagisce con altro programma per ampliarne o estenderne le funzionalità originarie, deve osservarsi che quella utilizzata da attrice e convenuto è una tra le soluzioni più diffuse di *plug-in*, estensione di "*WordPress*", che consente di trasformare il proprio sito internet in un c.d. negozio virtuale, comunemente utilizzata da commercianti, principianti o esperti, per avviare attività di vendita *on-line* di prodotti o servizi. Ulteriore estensione di "*WordPress*" è "*Yith WooCommerce Subscription*", che consente di creare prodotti in abbonamento e ricevere pagamenti ricorrenti nei negozi *WooCommerce*.

Trattasi, pertanto, notoriamente di strumenti ampiamente diffusi e unicamente funzionali alla creazione e implementazione di piattaforme di commercio elettronico, secondo modalità usualmente praticate e comuni a diverse attività/società, con conseguente inconfigurabilità della concorrenza sleale lamentata.

3.5.- Profili di illiceità *ex art. 2598 c.c.* nemmeno sono riscontrabili in riferimento all'offerta di abbonamenti a cadenza mensile, trattandosi di servizio ampiamente presente nel mercato della vendita *on-line* di pacchetti contenenti bevande e/o alimenti (v. docc. 3 e 13 di parte convenuta; trattasi, peraltro, di circostanza notoria); né può ritenersi che l'applicazione del medesimo prezzo sia idonea a ingenerare confusione nel consumatore ("medio" o "di livello elevato" che sia), essendo verosimilmente dovuta alla semplice appartenenza dei prodotti alla stessa categoria di articoli.

3.6.- Da ultimo è rimasto indimostrato il "*tentativo di appropriarsi dei medesimi fornitori*".

Che il ricorso agli stessi fornitori possa costituire un'ipotesi di concorrenza sleale appare, di per sé, dubbio. Al riguardo va, peraltro, rilevato che l'attrice ha fatto riferimento a due sole aziende, la "*Duck Dive Alcoholics*" di Giuseppe Langella e l'impresa "*The Bars*" non meglio identificata, allegando in citazione che J█████ avrebbe contattato tali imprese con "*l'intenzione di porre in essere attività di concorrenza nei confronti di T█████ G█████ W█████*" (cfr. atto di citazione, pag. 3). Le circostanze di tempo e le modalità in cui i contatti sarebbero avvenuti sono state dall'attrice precisate solo nella seconda memoria *ex art. 183, sesto comma, c.p.c.* e in riferimento ad un unico fornitore, il signor Langella, con la conseguenza che non si tratterebbe comunque di elemento sufficiente a dimostrare l'illiceità della condotta lamentata.



4.- Priva di fondamento è, infine, la domanda risarcitoria, non avendo S. [REDACTED] offerto elemento alcuno da cui desumere l'effettiva esistenza di un danno, solo astrattamente ipotizzato in citazione, e avendo, in particolare, omesso ogni riferimento a circostanze concrete, quali clienti effettivamente dirottati o fatturato perso.

Tali lacune non sono state colmate nemmeno nei successivi scritti difensivi, essendosi l'attrice limitata, in sede di prima e seconda memoria *ex art. 183*, sesto comma, c.p.c. a formulare istanza *ex art. 210* c.p.c. nei confronti della controparte avente ad oggetto l'esibizione *“dei conteggi relativi al venduto unitamente al conteggio degli abbonamenti sottoscritti ad oggi ed alla lista dei soggetti che abbiano sottoscritto abbonamento con riferimento al progetto T. [REDACTED] G. [REDACTED] G. [REDACTED]”*.

Trattasi di richiesta inammissibile, vuoi perché S. [REDACTED] ha mancato di fornire prova del fatto costitutivo ipotizzato, ossia l'esistenza di un danno, vuoi perché espressamente finalizzata a dare ingresso ad una determinazione e quantificazione del risarcimento in termini di *“retroversione degli utili”*, modalità di liquidazione equitativa del danno da lucro cessante speciale e *sui generis*, tipica delle violazioni dei diritti tutelati dal codice della proprietà industriale e dalla legge d'autore (art. 125, comma 3, c.p.i. e art. 158, comma 2, l.d.a.).

Inconferente è, infine, il riferimento attoreo ai presupposti di una condanna generica, che S. [REDACTED] non ha, peraltro, domandato (v. relative conclusioni) e che, comunque, non ricorrerebbero in concreto, noto essendo che *“ai fini della condanna generica al risarcimento dei danni ai sensi dell'art. 278 c.p.c., non è sufficiente accertare l'illegittimità della condotta, ma occorre anche accertarne, sia pure con modalità sommaria e valutazione probabilistica, la portata dannosa, senza la quale il diritto al risarcimento, di cui si chiede anticipatamente la tutela, non può essere configurato. Nel caso di condanna generica, infatti, ciò che viene rinviato al separato giudizio è soltanto l'accertamento in concreto del danno nella sua determinazione quantitativa, mentre l'esistenza del fatto illecito e della sua potenzialità dannosa devono essere accertati nel giudizio relativo all'“an debeat” e di essi va data la prova sia pure sommaria e generica, in quanto ne costituiscono il presupposto”* (Cass. n. 21326/2018; Cass. n. 1631/2009).

5.- Il tenore della decisione esclude altresì la decisività o comunque l'utilità, ai fini riparatori invocati dall'attrice, della pubblicazione della sentenza che, peraltro, a norma del combinato disposto degli artt. 2600 c.c. e 120 c.p.c., potrebbe essere ordinata *“mediante inserzione per estratto, ovvero mediante comunicazione, nelle forme specificamente indicate, in una o più testate giornalistiche, radiofoniche e in siti internet da lui designati”* e non mediante pubblicazione in Gazzetta Ufficiale.

6.- In ragione della reciproca soccombenza le spese di lite devono essere integralmente compensate tra le parti.



p.q.m.

Il tribunale, definitivamente pronunciando, ogni diversa domanda, istanza ed eccezione disattesa o assorbita,

in parziale accoglimento delle domande di S [REDACTED] W [REDACTED] s.r.l., condanna G [REDACTED] G [REDACTED] quale titolare dell'impresa "J [REDACTED]" a modificare i contenuti e le modalità di presentazione del prodotto/servizio sul sito internet e sulle pagine *social*, nei limiti indicati in motivazione, in modo che gli stessi non ricalchino più contenuti e modalità utilizzati da S [REDACTED] W [REDACTED] s.r.l.;

rigetta le ulteriori domande proposte da S [REDACTED] W [REDACTED] s.r.l. nei confronti di G [REDACTED] G [REDACTED] compensa integralmente tra le parti le spese di lite.

Brescia, 20 settembre 2023

Il Giudice Relatore

dott. Angelica Castellani

Il Presidente

dott. Raffaele Del Porto

