

È concorrenza sleale diffondere notizie vere ma parziali e fuorvianti

Mercato

Il Tribunale di Milano ha chiarito che la divulgazione deve essere completa

La diffusione di notizie ed apprezzamenti negativi sull'attività imprenditoriale altrui, che siano idonee a pregiudicarne la reputazione sul mercato o, comunque, a minare la fiducia di cui l'impresa gode presso clienti, fornitori, e, in generale, i consumatori, integra l'illecito di concorrenza sleale per denigrazione prevista dall'articolo 2598, n. 2 del Codice civile. Ciò accade quando le notizie e gli apprezzamenti non sono veritieri o quando, pur essendo veritieri, sono formulati in maniera tendenziosa, parziale, scorretta o fuorviante.

Non può ritenersi, invece, illecita, per quanto possa ritenersi oggettivamente screditante, la diffusione di notizie e di apprezzamenti che siano sì negativi ma rigorosamente veri e che siano esposti in modo chiaro e completo, che siano verificabili e non abbiano toni o contenuti che vadano oltre i limiti della continenza.

Una condotta denigratoria, sotto il profilo anticoncorrenziale, può dunque ravvisarsi nella misura in cui un'impresa diffonda notizie e apprezzamenti veritieri sui prodotti e sull'attività di un concorrente, ma formulando contestualmente vere e proprie invettive e offese gratuite, per le quali la verità costituisce una mera scusante. Oppure quando diffonda notizie parziali ed ometta informazioni rilevanti per una valutazione - da parte di chi riceve la diffida - assoluta e corretta dei diritti che vengono fatti valere.

Lo ha stabilito il Tribunale di Milano, che, con decisione del 21 luglio 2025, ha delineato i criteri attraverso cui definire il discrimine tra notizie vere ma, comunque, screditanti, e notizie vere e divulgate sul piano della correttezza.

Il caso riguardava un noto gruppo musicale italiano che è stato oggetto di lettere di diffida inviate a enti televisivi e operatori strategici del settore musicale da una società estera riconducibile ad un ex membro della band depositaria di un marchio corrispondente al nome del gruppo, per diffidarli ad invitare la band ad eventi o programmi.

Nella diffida la società sosteneva che la partecipazione della band italiana a programmi tv che avrebbero potuto avere una diffusione/trasmmissione anche all'estero avrebbe integrato la contraffazione del proprio marchio con lo stesso nome.

Non dicevano però che il gruppo italiano aveva già presentato ricorso di fronte al tribunale estero per annullare per deposito in mala fede il marchio con il proprio nome. La band italiana ha quindi agito in via cautelare di fronte al Tribunale di Milano per ottenere la cessazione dell'invio delle lettere di diffida.

Il Tribunale di Milano ha accolto la richiesta e ritenuto che le lettere di diffida avevano un contenuto denigratorio e configuravano il reato di concorrenza sleale in quanto non dicevano nulla riguarda alla pendenza di un giudizio di nullità relativo al marchio di cui si lamentava l'ipotetica violazione nel caso in cui la band avesse partecipato ad eventi televisivi poi trasmessi nel Paese in cui era stato depositato. Un giudizio di nullità che, peraltro, ha un elevato grado di probabilità di concludersi in senso sfavorevole al soggetto che aveva inviato le lettere di diffida.