

Donación Familia
Dr. Guillermo Ledesma

MOISE AMAR

AVVOCATO E LIBERO DOCENTE DI DIRITTO INDUSTRIALE
NELL' UNIVERSITÀ DI TORINO

DEI NOMI, DEI MARCHI

E DEGLI ALTRI SEGNI

E

DELLA CONCORRENZA

NELL'INDUSTRIA E NEL COMMERCIO



TORINO
UNIONE TIPOGRAFICO-EDITRICE

33 — Via Carlo Alberto — 33

1898

INDICE DEI SOMMARI

INTRODUZIONE	Pag.	1
1. Necessità dello studio del diritto industriale	»	»
2. Divisione del diritto industriale in tre parti	»	»
3. Oggetto speciale del presente lavoro	»	3
4. Distribuzione della materia	»	4
5. Metodo del lavoro	»	5

Parte Prima. — DEI MARCHI

CAPO I.

Cenni legislativi.

6. Perché non si sviluppa lo studio storico sull'oggetto del presente lavoro	Pag.	9
7. Perché presso gli antichi vi erano poche leggi sulla materia	»	10
8. Vincoli alla libera concorrenza — Sistema dei marchi nel Medio Evo e sino alla fine del secolo XVIII	»	11
9. Dei marchi liberi e dei marchi obbligatori	»	12
10. Nuova legislazione sui marchi	»	13
11. Legislazione sarda	»	»
12. Disposizioni del Codice penale del 1859	»	»
13. Legge sarda 12 marzo 1855 sui nomi e marchi di fabbrica	»	14
14. Relazione del progetto ministeriale sulla obbligatorietà o non del marchio	»	»
15. Relazione del deputato Michelini	»	16
16. Leggi vigenti attualmente in Italia	»	21
17. Ufficio italiano per la proprietà industriale	»	»
18. Leggi vigenti in altri Stati	»	22

CAPO II.

Fondamento giuridico delle leggi a tutela dei modi di manifestazione nell'industria e nel commercio.

19. Sull'uso dei vocaboli <i>proprietà industriale</i>	Pag.	24
20. Se i diritti in esame costituiscano una vera proprietà	»	»
21. Se possano definirsi una proprietà <i>sui generis</i>	»	27

22. Opinione del Braun e del Picard	Pag. 28
23. Opinione del Renouard	» 30
24. Opinione del Kohler	» 31
25. Opinione nostra	» 32

CAPO III.

Definizione del marchio.

26. Nomenclatura della legge italiana	Pag. 34
27. Definizione nostra	» »
28. Definizione del Pouillet	» 35
29. Scopo precipuo della tutela dei marchi	» 36
30. Definizione del De Ro	» 37
31. Il marchio distingue i prodotti e non l'industria	» 38

CAPO IV.

Oggetto del marchio.

32. Può essere oggetto del marchio tutto ciò che può formare oggetto d'industria o di commercio	Pag. 39
33. Possono anche esserne oggetto i prodotti intellettuali	» 40
34. Possono esserlo i prodotti agricoli	» »
35. Gli animali di una razza	» »
36. Oggetto del marchio secondo la legge francese	» 42
37. Secondo la legge belga	» »
38. Spiegazioni della convenzione di Parigi	» 43
39. Il marchio non serve a distinguere le persone	» 46
40. Differenza tra l'oggetto del marchio e l'oggetto della privativa industriale	» »
41. Casi nei quali cessando la privativa cessa pure il diritto al marchio	» 47
42. Esempi di denominazioni riconosciute di uso comune o di uso esclusivo	» 48
43. Casi nei quali si può avere diritto all'uso esclusivo del marchio senza che si possa avere privativa industriale	» 50
44. Se possano formare oggetto di marchio le cose contrarie alle leggi, alla morale ed all'ordine pubblico	» 53
45. Se lo possano le cose per le quali sianvi limitazioni o vincoli nell'industria o nel commercio	» 58
46. Dei marchi sui prodotti governativi	» »
47. Differenza tra l'oggetto del marchio e quello delle insegne e simili	» 61

CAPO V.

Requisiti del marchio.

48. Utilità dello studio comparativo delle leggi straniere	Pag. 62
49. Definizione della legge francese	» 63
50. Indicazioni della legge tedesca	» »
51. Definizione della legge austriaca	» »
52. Della legge belga	» 64

53. Della legge svizzera	Pag. 64
54. Enumerazioni della legge inglese	» »
55. Carattere di queste leggi	» 65
56. Disposizione della legge italiana	» »
57. Esame critico di essa	» »
58. Se nel marchio debbano comprendersi la ditta e lo stabilimento o basti una di tali indicazioni	» 68
59. Criteri per giudicare sulla legalità di un marchio	» 69
60. Non è prescritta la forma del marchio	» 70
61. Se ed in quali casi il marchio possa essere costituito da lettere, cifre, motti, stemmi, vignette e simili	» »
62. Esempi di questi marchi	» 71
63. Se gli stemmi dello Stato, municipali o dei privati possano formar oggetto di marchio	» 72
64. Se possano assumersi per marchio le vedute di monumenti pubblici	» 74
65. Esempi di marchi con denominazioni. Carattere che queste devono avere	» 75
66. Denominazioni riconosciute insufficienti quali marchi	» 77
67. Se possa adottarsi quale marchio in una lingua un vocabolo comune in altra lingua	» 80
68. Disposizione speciale della legge italiana per la firma	» 81
69. Differenza tra la legge italiana e quelle belga e francese	» 82
70. Se possa costituire oggetto del marchio il nome di una località	» 83
71. Se gli abitanti di una località possano avere diritti contro coloro che indichino solamente quella località	» 84
72. Avvertenza nell'applicazione della legge italiana	» 85
73. In quale senso possa formar oggetto di marchi un titolo immaginario	» »
74. In qual senso un marchio deve essere diverso da quello già legalmente usato da altri	» 87
75. Che cosa si intenda per <i>uso precedente</i>	» »
76. Che cosa si intenda per <i>uso legale</i>	» 88
77. Se possa assumersi un marchio già abbandonato da altri	» 95
78. Se possa assumersi un marchio già adoperato in altre località	» 96
79. Che cosa, dire di un marchio già adoperato all'estero?	» »
80. Se possa adottarsi un marchio già adoperato in una diversa industria	» 100
81. Se per rendere <i>diverso</i> il marchio occorra che tutti gli elementi che lo compongono siano nuovi	» 102
82. Se possano assumersi quali marchi le insegne e simili distintivi altrui	» 103
83. Se possa adottarsi un marchio contrario ai buoni costumi	» 104
84. Se la forma di un prodotto possa adottarsi quale marchio	» 105
85. Che cosa dire della forma dell'involto?	» 110
86. Se possa ammettersi quale marchio il semplice colore di una etichetta	» 111
87. Se il marchio possa consistere in un ritratto	» 112
88. Se il marchio debba essere aderente ai prodotti	» »
89. Se il marchio debba essere apparente	» 113
90. Come si distinguano i marchi di fabbrica da quelli di commercio	» 114

91. Se possono sopprimersi od alterarsi i marchi di fabbrica	Pag. 114
92. Se convenga obbligare a distinguere i marchi di fabbrica da quelli di commercio	» 122
93. Se possano adottarsi contemporaneamente diversi marchi	» 123

CAPO VI.

Persone alle quali possono competere diritti sui marchi.

94. Per far valere un marchio bisogna esercitare un'industria od un commercio	Pag. 124
95. Se possa subordinarsi la tutela del marchio per un cittadino alla condizione che risieda nello Stato	» 125
96. Se il marchio possa spettare ad un corpo morale	» »
97. Se possa spettare ad una società estera	» 126
98. Sul marchio spettante allo Stato	» 127
99. Sui diritti al marchio spettante a persone nelle quali è limitato l'esercizio dei diritti	» 128
100. Natura mobiliare del diritto sul marchio	» »
101. Se ed in quale modo possa un marchio spettare a più persone »	» »
102. Se possa trasmettersi il marchio senza l'industria od il commercio al quale si riferisce	» 131
103. Modi di trasmissione dei marchi	» 134
104. Della cessione dell'uso di un marchio	» 135
105. Che cosa debba dirsi nel caso di cessione dell'esercizio senza patuire sul marchio	» 136
106. <i>Quid</i> se la cessione dell'esercizio sia parziale	» 137
107. <i>Quid</i> nel caso di cessione dello stabilimento senza abbandonare l'industria od il commercio	» 138
108. Se cedendosi la clientela sia compreso il marchio	» »
109. Esame di opinioni opposte intorno alla cessione implicita del marchio	» 139
110. Se influisca sulla cessione del marchio il trasporto in altro luogo dell'esercizio	» 140
111. Se basti per l'uso del marchio la vendita delle macchine e degli utensili di un esercizio	» »
112. Rapporti tra il cessionario dell'esercizio ed i terzi	» »
113. Formalità [redacted] dalle leggi italiane all'avente causa o successore industriale o commerciale che conservi il marchio del suo autore	» »
114. Effetti giuridici della disposizione della legge italiana	» 141
115. Che cosa debba dirsi nel caso di annullamento o risoluzione della cessione del marchio	» 143
116. Della trasmissione del marchio per causa di morte	» »
117. Della condizione del marchio in caso di scioglimento di una società »	» 144
118. Diritti dell'usufruttuario riguardo al marchio	» 148
119. Diritti dell'affittavolo di uno stabilimento industriale o commerciale in ordine al marchio	» 149
120. Se possa ammettersi il pegno di un marchio	» »
121. Altre limitazioni nel diritto al marchio	» 150

122. Se cedendosi un segreto di fabbrica, si possa cedere il diritto sul corrispondente marchio	Pag. 150
123. Se il nome dell'avente causa debba apparire sul marchio	» »
124. Se il marchio possa essere oggetto di esecuzione forzata	» 151

CAPO VII.

Formalità prescritte per avere la privativa dei marchi e loro effetti.

§ 1° — Formalità.

125. Scopo delle formalità	Pag. 154
126. Documenti a presentarsi	» »
127. Persone che possono domandare la privativa per un marchio »	» 155
128. Domanda per mezzo di mandatario	» 156
129. Le domande per privativa di marchi possono farsi presso qualunque Prefettura	» »
130. Come debbano essere fatti gli esemplari dei marchi	» »
131. Forma della domanda	» »
132. La privativa pel marchio non può essere domandata da chi sia semplice depositario	» 157
133. In qual senso debba intendersi la <i>specie</i> dei prodotti pei quali può adottarsi un marchio	» »
134. Se gli esemplari dei marchi debbano essere in lingua italiana »	» 159
135. Se sia imprescindibile l'obbligo di indicare il deposito nello Stato delle merci per cui siasi adottato un marchio all'estero	» 160
136. Forma della descrizione	» 161
137. Bolli e tasse	» »
138. Se possa richiedersi il <i>cliché</i> del marchio	» 162
139. Funzioni dell'Ufficio di Prefettura	» »
140. Funzioni dell'Ufficio Centrale	» 164
141. Registro dei marchi	» 165
142. Delle copie degli attestati di privativa dei marchi	» »
143. Modi di pubblicazione dei marchi	» 166
144. Formalità nel caso di trasmissione dei marchi	» 167
145. Ordinamento dell'Ufficio della Proprietà Industriale	» 168
146. Le formalità non sono prescritte per la tutela dei nomi	» 172
147. Sistema delle formalità presso altri Stati e differenti poteri attribuiti ai pubblici ufficiali	» »
148. Sistemi secondo le leggi francese, belga ed austriaca	» 173
149. Sistema dei Paesi Bassi	» 174
150. Sistema tedesco	» »
151. Sistema spagnuolo	» »
152. Sistema inglese	» 175
153. Sistema svizzero	» 176
154. Sistema della Scandinavia	» »
155. Sistema portoghese	» 177
156. Esame critico dei diversi sistemi	» »
157. Poteri dell'autorità amministrativa in Italia nel rilascio di un attestato di privativa per un marchio	» 181

CAPO VIII.

§ 2° — Effetti dell'adempimento delle formalità.

158. Che cosa s'intenda per effetto dichiarativo e per effetto attributivo	Pag. 183
159. Criteri che influiscono nel determinare l'effetto dell'adempimento delle formalità	» »
160. Perchè non si possa prescindere dall'attribuire effetti all'adempimento delle formalità	» 184
161. Effetto attribuito in Francia	» 185
162. Effetto attribuito nel Belgio	» 187
163. Effetto attribuito in Inghilterra	» 188
164. Disposizione della legge italiana	» 189
165. Discussioni avvenute nel Parlamento subalpino	» »
166. Modificazioni nella legge italiana	» 194
167. Interpretazione della legge	» »
168. Conflitto fra due che abbiano depositato lo stesso marchio	» 196
169. Difesa della legge italiana contro la censura del Braun	» 199
170. Se mancando la privativa pel marchio si possa far valere l'azione per concorrenza sleale	» »
171. Effetti della mancata dichiarazione per l'avente causa da un industriale o commerciante	» 204
172. Effetti di un deposito irregolare	» 205
173. Dei reclami contro l'Ufficio amministrativo	» 207
174. Condizione giuridica del marchio dopo il suo deposito	» »
175. Obblighi di colui che voglia far valere un marchio già depositato all'estero	» 208
176. Progetti per modificare gli effetti del deposito	» 210
177. In qual senso debba intendersi la esclusività del marchio	» 211

CAPO IX.

Modi coi quali cessa il diritto all'uso esclusivo d'un marchio.

178. Secondo la legge italiana non è limitata la durata del marchio	Pag. 213
179. Durata prefissa in leggi estere	» 214
180. Esame critico	» 215
181. Il marchio cessa venendo a mancare il suo oggetto	» »
182. Che cosa debbasi dire nel caso di abbandono dell'industria o del commercio	» 216
183. <i>Quid</i> se l'esercizio si ripiglia	» 217
184. Criterio di risoluzione nei casi dubbi	» 218
185. Se il non uso del marchio ne faccia perdere i diritti	» »
186. Se la tolleranza altrui possa attribuire un diritto sul marchio	» 221

CAPO X.

Violazione dei diritti sul marchio.

187. Azioni che sorgono dalla violazione dei diritti sul marchio	Pag. 224
188. Disposizioni della legge speciale sui marchi	» »
189. Disposizioni del Codice penale del 1859	» 225

190. Disposizioni del Codice penale vigente	Pag. 226
191. Se il Codice penale abbia abrogato la legge del 1868	» »
192. Se debbasi applicare il Codice penale nelle parti in cui è più severo della legge del 1868	» 230
193. Se le disposizioni del Codice penale siano subordinate all'adempimento delle formalità prescritte dalla legge speciale, e se comprendano tutti i marchi da questa regolati	» »
194. Della <i>contraffazione</i> e della <i>imitazione</i>	» 233
195. Carattere dei reati sui marchi	» »
196. Come si distinguano nella legge italiana la <i>contraffazione</i> e l' <i>imitazione</i>	» 235
197. Influenza della distinzione sulla prova del dolo	» 238
198. Se le disposizioni del Codice penale vigente si applichino anche alla <i>imitazione</i>	» 239
199. Convenienza del vocabolo <i>usurpazione</i>	» 240
200. Responsabilità di chi contraffà od imita un marchio	» »
201. Se sia necessario per la responsabilità che nella imitazione del marchio si contenga anche il nome	» 241
202. Perchè esista il reato di <i>contraffazione</i> od <i>imitazione</i> non è necessario l'uso del marchio	» »
203. Non è neppur necessario il danno privato	» »
204. Del reato d'uso di marchio <i>contraffatto</i> od <i>imitato</i>	» 242
205. Applicazioni della legge all'opera dei tipografi, litografi ed altri esercenti industrie riproduttive	» 243
206. Responsabilità civile dei medesimi	» 245
207. In che consista l'uso del marchio	» 249
208. Che cosa si intende per uso <i>sciente</i>	» »
209. Se la <i>scienza</i> dell'uso illecito sia richiesta dal Codice penale italiano	» 250
210. È punito anche l'uso nell'interesse altrui	» »
211. Dei reati di messa in circolazione, vendita od introduzione dall'estero di marchi <i>contraffatti</i> od <i>imitati</i> ad uso di commercio	» 251
212. Disposizioni corrispondenti del Codice penale	» 253
213. Se costituisca reato l'esposizione pubblica di un prodotto con marchio <i>contraffatto</i>	» »
214. Reati intorno a marchi adottati dallo Stato	» 254
215. Se il Codice penale colpisca <i>segni distintivi</i> che non abbiano carattere di marchi	» »
216. Se vi sia reato nella <i>usurpazione</i> di un marchio sotto forma di <i>insegna</i>	» 255
217. Dell'applicazione di marchio genuino sopra prodotti diversi	» 256
218. Dell'uso illecito di marchio altrui su prodotto genuino	» 259
219. Delle indicazioni atte a trarre in inganno sulla natura del prodotto	» 260
220. Estensione della legge sui marchi a questo riguardo	» 261
221. Che cosa si intenda per <i>natura</i> del prodotto	» 262
222. Disposizione più rigorosa del Codice penale riguardo alla <i>qualità</i> del prodotto	» 264
223. Leggi straniere sulla provenienza dei prodotti	» 266
224. Dell'inganno sull' <i>origine</i> del prodotto	» 267
225. Criteri per determinare l' <i>origine</i> di un prodotto	» 273

226. Dell'alterazione del marchio	Pag. 277
227. I reati contemplati dalla legge sui marchi esistono ancorchè non vi sia danno privato	» »
228. Se vi sia reato quando l'atto avviene a scienza di colui che è investito del marchio	» 278
229. Della riproduzione delle parole di un marchio in lingua diversa »	282
230. Della riproduzione in località diversa	» 284
231. Criteri per determinare se vi sia o non imitazione di un marchio »	285
232. Nuovi riflessi sulla scienza e sulla frode nei reati relativi ai marchi »	290
233. Degli effetti del silenzio sulla provenienza dei prodotti	» 291
234. Se valgano ad escludere i reati le dichiarazioni agli avventori »	292
235. Se vi sia reato quand'anche non vi sia confusione nei prodotti »	293
236. Delle pene pei reati relativi ai marchi	» 294
237. Pene secondo le leggi italiane	» 295
238. Delle pubblicazioni nei giornali delle sentenze di condanna	» »
239. I reati relativi ai marchi hanno carattere di delitto	» 298
240. Della confisca dei marchi contraffatti, degli strumenti e dei prodotti marchiati	» 299
241. Quali strumenti possano confiscarsi	» 300
242. Se i prodotti confiscati debbano darsi alla parte danneggiata »	»
243. Degli effetti e dell'estensione della confisca	» 302
244. Differenza tra il sequestro e la confisca	» 303
245. Che cosa debba farsi per gli oggetti confiscati o confiscabili in caso di assolutoria dell'imputato	» »
246. Quid in caso di decesso?	» 305
247. Della complicità dei reati relativi ai marchi	» »
248. Dei reati commessi a profitto di una società	» 308
249. Della responsabilità di colui che lascia tener l'esercizio da altri »	309
250. Se vi possa essere regresso di coloro che sono condannati per uno stesso reato, gli uni contro gli altri	» »
251. Se si ammetta azione di garanzia contro colui che cedette il marchio, se questo sia illecito	» 311
252. Se sia punibile il tentativo nei reati relativi ai marchi	» 312
253. Sulle cause che diminuiscono od aumentano la responsabilità »	313
254. I reati relativi ai marchi sono d'azione pubblica	» 314
255. Della prescrizione	» 316
256. Dei tribunali competenti in via penale	» 318
257. Della prova e specialmente della perizia	» 320
258. Se il giudice penale possa deferire al giudice civile la questione sul diritto al marchio	» 321
259. Delle questioni di diritto e delle questioni di fatto	» 322
260. Sugli effetti della cosa giudicata in materia penale	» 323
261. Sugli effetti della cosa giudicata in materia civile	» 325
262. A quali persone spetti l'azione civile	» 326
263. Se possa farsi valere l'azione civile dal compratore della merce prima del deposito del marchio	» 329
264. Differenza tra l'azione penale e l'azione civile	» 330
265. Dei tribunali competenti in via civile	» 333
266. Del modo di esperire l'azione civile	» 335

267. Se il giudice civile possa ordinare pubblicazioni nei giornali Pag.	337
268. Se possa comminarsi l'arresto personale	» 338
269. Se possano ammettersi le penalità civili preventive	» »
270. Se colui che sia assolto dalle domande giudiziali per violazione dei diritti sui marchi abbia diritto al risarcimento dei danni	» 339
271. Dell'azione di nullità dei marchi	» 341

Parte Seconda. — DEL NOME, DEL PSEUDONIMO, DELLA DITTA, DELL'EMBLEMA CARATTERISTICO E DELLA INSEGNA

CAPO I.

Carattere e fondamento dei diritti sul nome, sul pseudonimo, sulla ditta, sull'emblema caratteristico e sulle insegne.

272. Fondamento giuridico del nome	Pag. 347
273. Svolgimento storico del nome	» »
274. Vincoli sociali alla libertà del nome	» 348
275. Applicazione dei principii nei rapporti industriali e commerciali »	352
276. Differenze tra il nome ed il marchio	» »
277. Differenze tra il nome patronimico ed il nome commerciale	» 353
278. Applicazioni pratiche	» »
279. Carattere speciale della legge italiana nel richiedere il nome del marchio	» 357
280. Del nome delle persone morali	» »
281. Dei pseudonimi	» 358
282. Delle iniziali	» 359
283. Delle ditte	» »
284. Del modo di costituire le ditte	» »
285. Degli emblemi	» 361
286. Delle insegne	» 362
287. Perchè non sono imposte formalità pei segni fin qui esaminati »	364
288. Disposizione della legge italiana del 1868	» 365
289. Rapporto tra le leggi sui marchi e quelle sul nome in Italia »	366
290. Dei nomi di località	» 373

CAPO II.

Esercizio del diritto sul nome e suoi equivalenti.

291. Limiti dello studio attuale	Pag. 380
292. Applicazione più estesa dei nomi che dei marchi	» 381
293. Se sia necessario che il nome sia di carattere di chi ne fa uso »	»
294. Del recapito delle cose dirette a persone aventi un nome comune »	»
295. Dell'applicazione del nome alle cose	» 382
296. Limiti a tale applicazione	» 383
297. Entro quali limiti si possa portare il proprio nome in società	» 389
298. Limiti all'uso del proprio nome per il proprio commercio od industria	» 392

299. Della trasmissibilità del nome	Pag. 394
300. Differenza tra il marchio ed il nome riguardo alla sua trasmissibilità collo stabilimento	» 395
301. Se il nome possa essere compreso nella espropriazione di uno stabilimento	» 396
302. <i>Quid</i> nel caso di cessione parziale o di divisione di uno stabilimento	» »
303. Se richiedansi formalità per la trasmissione del nome	» »
304. Esame critico delle opinioni degli scrittori francesi	» 397
305. Opinione del Prof. Vivante	» 402
306. Effetti giuridici dell'uso del nome altrui per colui che lo adopera	» 404
307. Per colui del quale il nome è adoperato	» 405
308. Effetti della trasmissione del nome per causa di morte	» 410
309. Se chi ha un nome patronimico possa impedire l'esercizio di un nome commerciale	» 411
310. Se, ceduto l'uso di un nome, si possa revocarne la cessione	» 412
311. Dell'uso di più nomi commerciali	» »
312. Delle iniziali di un nome	» »
313. Della consegna delle lettere in caso di cessione del nome	» 413
314. Applicazione dei principii sul nome ai pseudonimi, ditte o titoli di corpi morali	» 415
315. Se chi ha un nome possa impedire che lo si usi quale pseudonimo	» 416
316. Diritti di chi adotta un pseudonimo	» 417
317. Se possano ad un nome aggiungersi i vocaboli <i>e compagnia</i> senza che vi sia società	» 419
318. Della trasmissione della ditta	» 421
319. Della trasmissione dei nomi nelle ditte	» 423
320. Dell'esercizio del diritto sull' <i>emblemata</i>	» 426
321. Se possa adottarsi la stessa insegna in diverse località	» »
322. Sulla forma caratteristica dell'insegna	» 429
323. Se bastino solo cifre a formare un'insegna	» 433
324. Differenza nel modo di esercizio sul diritto all'insegna da quello sui marchi	» »
325. In quali casi l'insegna sia connessa collo stabile	» 434
326. In quale ipotesi l'insegna non possa accompagnare lo stabilimento	» 436
327. Se chi succede nell'affitto dei locali possa conservare l'insegna stata abbandonata	» »
328. Sulla cessione implicata dell'insegna	» 438
329. Se possa cedere l'insegna separatamente dallo stabilimento	» 440
330. Dei vincoli dell'autorità pubblica	» »
331. Del recapito delle lettere in relazione all'insegna	» »
332. Sull'esercizio del diritto agli stemmi	» 441
333. Sull'uso delle medaglie	» 442
334. Leggi speciali straniere per l'uso delle medaglie	» 445
335. Se il compratore di un prodotto premiato possa fregiarsi delle medaglie attribuite per questo	» 448

CAPO III.

Violazione dei diritti sul nome, sul pseudonimo, sulla ditta, sull'emblema caratteristico e sull'insegna.

336. Disposizioni penali della legge italiana del 1868	Pag. 449
337. Disposizioni del Codice penale	» 451
338. Correlazioni tra le due leggi	» 452
339. Criteri per determinare l'esistenza o non della violazione dei diritti dei quali è caso	» 453
340. Dell'uso di un nome celebre altrui	» 455
341. Dell'uso del nome della moglie	» 456
342. Dell'uso del ritratto altrui	» 457
343. Della riproduzione dell'aspetto esterno dei magazzini	» 458
344. Dell'uso del nome altrui per indicare la provenienza	» »
345. Dell'uso del nome altrui coi vocaboli <i>uso, sistema, imitazione e simili</i>	» 459
346. Indicazione dei rapporti di parentela, di socio, impiegato, allievo od operaio	» 463
347. A quali condizioni taluno possa chiamarsi <i>successore</i> di un altro	» 477
348. Della soppressione del nome altrui	» 480
349. Altri usi colpevoli di nome altrui	» »
350. Della usurpazione della ditta	» 482
351. Della usurpazione di insegne	» 484
352. Dell'uso dei cartelli altrui	» 492
353. Dell'uso del nome altrui sulle stoffe ed altri oggetti	» 496
354. Sulla buona fede in questa materia	» »
355. Dell'esperibilità dell'azione civile	» 497
356. Dei tribunali competenti	» 498

Parte Terza. — DELLA CONCORRENZA SLEALE

CAPO I.

Nozioni generali.

357. Condizioni per l'esistenza della concorrenza sleale	Pag. 503
358. Classificazione degli atti di concorrenza sleale	» 504
359. In quali casi non potendosi agire per violazione di un marchio, si può agire per concorrenza sleale	» 505
360. Dell'elemento intenzionale negli atti di concorrenza sleale	» 508
361. Della solidarietà	» »
362. Carattere commerciale dell'azione	» 509
363. Della cosa giudicata	» »

CAPO II.

Confusione tra i prodotti e tra gli stabilimenti industriali o commerciali.

364. Dei segni che potrebbero costituire un marchio	Pag. 511
365. Dei segni che non potrebbero costituire un marchio	» »
366. Delle figure e denominazioni fantastiche	» 512

367. Criteri ed esempi degli atti di concorrenza sleale colla confusione	Pag. 513
368. Confusione nei titoli di opere letterarie	» 515
369. Imitazione nella disposizione di oggetti	» 520
370. Altri artifizii per produrre confusione tra due stabilimenti	» 521

CAPO III.

Atti illeciti che recano danno ai concorrenti senza produrre confusione.

371. Classificazione degli atti appartenenti a questa categoria	Pag. 524
372. Dell'atto di chiamarsi <i>brevettato</i> o <i>solo fabbricante</i>	» 525
373. O <i>solo depositario</i>	» 527
374. Della concorrenza sleale per mezzo delle medaglie	» 528
375. Fino a qual punto siano leciti i vantii	» 530
376. Atti per denigrare i concorrenti o per deprezzarne la merce	» 532
377. Giudizii dati da un non concorrente	» 533
378. Atti di difesa	» 535
379. Della pubblicazione di sentenze	» 538
380. Della vendita al ribasso	» »

CAPO IV.

Atti illeciti per rapporti precedentemente esistiti.

381. Della rivelazione dei segreti industriali	Pag. 542
382. Dello storno d'impiegati, commessi ed operai	» 549
383. Dei vincoli pel tempo successivo alla cessazione dell'impiego	» 551
384. Vincoli dipendenti da altri rapporti	» 554
385. Vincoli tra il cedente ed il cessionario di uno stabilimento	» 555
386. Effetti della cessione o della vendita rimpetto al fallito	» 568
387. Degli effetti dei vincoli per gli aventi causa	» 571
388. Dei vincoli nascenti da altri contratti	» 574
389. Sanzione dei vincoli	» 575
390. Vincoli nascenti dall'affittamento di uno stabile per uso d'industria o di commercio	» »

Parte Quarta. — TUTELA INTERNAZIONALE

CAPO UNICO

Tutela internazionale.

391. Metodo dello studio	Pag. 586
392. Sistema della legge italiana sulla tutela internazionale	» »
393. Sistema dell'Impero Austro-Ungarico, della Spagna e dei Paesi Bassi	» 587
394. Sistema turco	» »
395. Sistema svizzero	» 588
396. Sistema portoghese e tedesco	» 589
397. Sistema danese	» 590
398. Sistemi delle leggi francesi	» 591

399. Sistemi belga, del Lussemburgo, della Rumania e del Brasile	Pag. 592
400. Sistema della Serbia	» 593
401. Sistema inglese	» »
402. Sistemi della Svezia e Norvegia	» 595
403. Sistema russo	» 596
404. Confronto delle leggi straniere con quelle italiane	» »
405. Sistema delle Convenzioni internazionali	» 600
406. Se la legge italiana che sancisce la tutela dei marchi stranieri si applichi anche agli altri distintivi	» »
407. Quando un marchio sia già legalmente usato all'estero	» 601
408. Se occorra che il marchio estero risponda alle condizioni della legge italiana	» 602
409. Qual valore abbia l'art. 4 del regolamento emanato per l'esecuzione della legge italiana	» 603
410. Effetti del sistema italiano	» 604
411. Se per riservare i diritti su d'un marchio estero occorra fornire la prova del suo <i>uso legale</i> all'estero	» 606
412. Quale possa essere la prova dell'uso legale all'estero	» 608
413. Effetto dell'applicazione della legge italiana in relazione ai marchi adottati in Francia	» »
414. Effetto in relazione ai marchi inglesi	» 609
415. Se occorra dimostrare in qual modo sia il marchio estero	» »
416. Dei marchi spettanti a corpi morali o società estere	» 611
417. Forma della tutela internazionale	» 613
418. Origine e formazione della Convenzione di Parigi	» »
419. Tenore di questa Convenzione	» 614
420. Classificazione delle materie della Convenzione	» 621
421. Organamento dell'Unione Internazionale e del suo ufficio	» 622
422. Delle Conferenze periodiche	» »
423. Oggetto dell'Unione	» 623
424. Persone alle quali si applica	» »
425. Condizioni della tutela	» 624
426. Termine accordato per fruire della Convenzione	» »
427. Condizione in cui devono essere i marchi per fruire della Convenzione	» 625
428. Quale debba intendersi il paese d'origine di un marchio	» 627
429. In quali parti debba applicarsi la legge dello Stato in cui si fa valere il marchio	» 629
430. Protezione temporaria per le Esposizioni	» 630
431. Dell'Ufficio per la proprietà industriale	» »
432. Del foglio ufficiale	» »
433. Delle Unioni parziali	» »
434. Disposizioni riflettenti la provenienza dei prodotti	» 631
435. Se la Convenzione di Parigi sia un bene per l'Italia	» 635
436. Della registrazione internazionale	» 636
437. Deliberazioni della Conferenza di Madrid	» 638
438. Sull'adesione delle Colonie e sulla data delle accessioni all'Unione	» 646
439. Nuove attribuzioni dell'Ufficio internazionale	» »
440. Sulle persone che possono fruire dell'Unione	» 647

441. Quali siano i paesi d'oltre-mare	Pag. 648
442. Effetti della decorrenza del termine portato dalla Convenzione di Parigi	» »
443. Sui certificati di protezione legale nel paese d'origine	» 650
444. Interpretazione della Convenzione sulla condizione giuridica dei marchi esteri	» 651
445. Sull'adempimento delle formalità nel paese d'origine	» 653
446. Sulla protezione dei marchi collettivi	» »
447. Sulla protezione temporanea per Esposizioni	» 654
448. Sul valore delle convenzioni particolari degli Stati dell'Unione	» 655
449. Deliberazione sulle indicazioni dei luoghi di provenienza	» »
450. Sul sequestro dei prodotti esteri	» 660
451. Proposte degli Stati Uniti riguardo al sequestro e motivi della loro reiezione	» 661
452. Chi s'intende per parte interessata	» 662
453. Se la Convenzione del 1883 abbia forza di legge nei singoli Stati dell'Unione	» »
454. Della registrazione internazionale dei marchi e suo regolamento	» 663
455. Stati che hanno firmato e rettificato le deliberazioni della Conferenza di Madrid	» 668
456. Stipulazioni del trattato di commercio del 1883 colla Germania	» 676
457. Convenzione 18 gennaio 1892 tra l'Italia e la Germania	» 677
458. Persone e cose alle quali questa Convenzione si riferisce	» 678
459. Durata della Convenzione	» 679
460. Differenza tra questa e quella di Parigi	» »
461. Del termine di priorità	» 680
462. Discussione legislativa sul significato della Convenzione	» 681
463. Silenzio della Convenzione su alcuni punti della Convenzione di Parigi	» 687
464. Disposizione del trattato di commercio coll'Austria-Ungheria	» »
465. Dell'influenza delle sentenze pronunciate all'estero in materia di marchi, nomi e simili distintivi	» »
466. Se i tribunali italiani siano competenti a pronunciare per una contestazione fra due stranieri in materia di marchi e nomi	» 688

APPENDICE

Legge 30 agosto 1868, n. 4577	Pag. 691
Regolamento 7 febbraio 1869, n. 4860	» 694

