



**PARADIGMA**  
ricerca e cultura d'impresa

## LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E LA PUBBLICITÀ INGANNEVOLE

- Discipline settoriali
- Prassi applicativa
- Indicazioni pratiche per le imprese
- Le pratiche commerciali scorrette nei settori bancario, assicurativo, telecomunicazioni, energia e utilities

*Milano, 21 e 22 febbraio 2011*  
*Hotel Milan Hilton*

visitate il nostro sito  
[www.paradigma.it](http://www.paradigma.it)

PARADIGMA S.r.l. - Via Viotti, 9 - 10121 Torino  
Tel. (011) 538.686/7/8/9 - Fax (011) 5621123-5611117

### RELATORI

<b>Dott. Antonio Pilati</b>	Componente dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
<b>Avv. Mariangela Bogni</b>	Studio IP Law Galli Dottore di Ricerca in Diritto Industriale Università di Parma
<b>Dott.ssa Ginevra Bruzzone</b>	Vicedirettore Generale e Responsabile Area Attività d'Impresa e Concorrenza ASSONIME
<b>Avv. Benedetta Carducci</b>	Ufficio Legale ANIA
<b>Dott. Roberto Caria</b>	Responsabile Transparency & Compliance Direzione Customer Affairs Vodafone
<b>Dott. Geremia Casaburi</b>	Magistrato Corte d'Appello di Napoli
<b>Dott. Alberto Contini</b>	Studio IP Law Galli
<b>Prof. Giovanni De Cristofaro</b>	Ordinario di Diritto Civile e di Diritto dei Consumatori Direttore del Dipartimento di Scienze Giuridiche Università di Ferrara
<b>Dott. Cesare de Sapia</b>	Magistrato del Tribunale di Milano
<b>Prof. Avv. Philipp Fabbio</b>	Associato di Diritto Commerciale Università Mediterranea di Reggio Calabria
<b>Avv. Piero Fattori</b>	Partner Gianni Origoni Grippo & Partners
<b>Prof. Avv. Giorgio Floridia</b>	Ordinario di Diritto Industriale Università Cattolica di Milano Presidente dell'Istituto di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale Avvocato in Milano

<b>Prof. Avv. Cesare Galli</b>	Ordinario di Diritto Industriale Università di Parma Membro dell'European Commission Observatory on Counterfeiting and Piracy Studio IP Law Galli, Milano
<b>Prof. Avv. Gustavo Ghidini</b>	Ordinario di Diritto Industriale Università di Milano Docente di Diritto Industriale Università LUISS Guido Carli Presidente Onorario Movimento Consumatori
<b>Avv. Domenico Ielo</b>	Bonelli Erede Pappalardo Studio Legale
<b>Prof. Avv. Mario Libertini</b>	Ordinario di Diritto Industriale Sapienza Università di Roma Studio Legale Libertini & Associati
<b>Prof. Avv. Pierpaolo Marano</b>	Associato di Diritto delle Assicurazioni Università Cattolica del Sacro Cuore – Sede di Milano
<b>Dott. Luciano Panzani</b>	Presidente del Tribunale di Torino
<b>Prof. Avv. Luca G. Radicati di Brozolo</b>	Ordinario di Diritto Internazionale Privato Università Cattolica di Milano Bonelli Erede Pappalardo Studio Legale
<b>Avv. Monica Riva</b>	Senior Associate Clifford Chance Studio Legale Dottore di Ricerca in Diritto Industriale Università di Parma
<b>Avv. Claudia Signorini</b>	Studio Legale Ghidini Girino & Associati
<b>Prof. Avv. Mario Siragusa</b>	Partner, Studio Legale Cleary Gottlieb Steen & Hamilton
<b>Prof. Avv. Marco Saverio Spolidoro</b>	Ordinario di Diritto Industriale Università Cattolica di Milano
<b>Avv. Paolina Testa</b>	FTCC Studio Legale Associato

## PRIMA GIORNATA: lunedì, 21 febbraio 2011

### LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: DISCIPLINA GENERALE E PRASSI APPLICATIVE

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

- Inquadramento normativo
- Diritto privato o diritto pubblico?
- Autorità garante o giudice ordinario?
- La collocazione delle pratiche commerciali scorrette nelle attribuzioni dell'AGCM  
(Prof. Avv. Cesare Galli)

#### ■ IL RUOLO DELL'AGCM NELLA REPRESSIONE DELLE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

- Criteri interpretativi e orientamenti di fondo nella prassi dell'Autorità
- Controllo dei comportamenti delle imprese e dovere di protezione dei consumatori: il modello di "professionista diligente"
- Il quadro della tutela offerta dal Codice del Consumo e le discipline settoriali
- Il controllo giurisdizionale sui provvedimenti dell'Autorità  
(Dott. Antonio Pilati) (Avv. Piero Fattori)

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E LA COMPETENZA DELL'AUTORITA' GIUDIZIARIA ORDINARIA

- Le pratiche commerciali scorrette come atti di concorrenza sleale
- Mendacio pubblicitario e concorrenza sleale
- I limiti della liceità della pubblicità comparativa, tra agganciamento e denigrazione
- La ripartizione di competenza tra Sezioni Ordinarie e Sezioni Specializzate IP  
(Dott. Cesare de Sapia)

#### ■ L'INGANNO DEL PUBBLICO TRA PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE, MARCHI D'IMPRESA E MADE IN ITALY

- L'inganno rilevante ai fini della disciplina delle pratiche commerciali sleali e quello rilevante ai fini del diritto dei marchi
- La decadenza del marchio per ingannevolezza sopravvenuta
- Ingannevolezza e confondibilità
- Inganno del pubblico, uso di marchi italiani e uso dell'indicazione Made in Italy e similari  
(Prof. Avv. Cesare Galli)

#### ■ IL CONTROLLO DELLE PRATICHE COMMERCIALI INGANNEVOLI FRA DISCIPLINA ED AUTODISCIPLINA

- Le finalità della Direttiva 2005/29 relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno
- Attuazione della Direttiva 2005/29 in Italia
- Vanificazione del ruolo dell'Autodisciplina pubblicitaria

- Inefficacia delle norme di coordinamento tra l'Autorità Garante e l'Autodisciplina pubblicitaria
- Valorizzazione dell'Autodisciplina pubblicitaria  
(Prof. Avv. Giorgio Floridia)

#### ■ IL RUOLO DEI CODICI DI CONDOTTA

- Il ruolo dei codici di condotta nella Direttiva 2005/29
- Codici di condotta e regole di correttezza professionale nell'apprezzamento della slealtà concorrenziale dei concreti comportamenti delle imprese
- Gli sviluppi della giurisprudenza  
(Avv. Mariangela Bogni)

#### ■ L'EVOLUZIONE DELLA PUBBLICITA' INGANNEVOLE: DALLA CONCORRENZA SLEALE ALLE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

- La pubblicità menzognera come atto di concorrenza sleale nell'esperienza giurisprudenziale italiana
- La pubblicità ingannevole come pratica commerciale scorretta: disciplina comunitaria e recepimento italiano
- Il nuovo quadro sanzionatorio e la "procedura con impegni" avanti l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato: linee-guida per le imprese  
(Prof. Avv. Gustavo Ghidini)  
(Avv. Claudia Signorini)

#### ■ LA PUBBLICITA' INGANNEVOLE NEI RAPPORTI CON I CONSUMATORI E CON I PROFESSIONISTI

- Lo "sdoppiamento" della disciplina operato dai d.lgs. 145 e 146/2007: le conseguenze pratiche
- Il consumatore, il consumatore medio e il consumatore sprovvisto
- La nozione di professionista nella Direttiva e nella legislazione nazionale
- Convergenze e divergenze nella disciplina della pubblicità diretta ai professionisti e ai consumatori  
(Avv. Monica Riva)

#### ■ LE REGOLE SPECIALI IN MATERIA DI PRATICHE INGANNEVOLI

- Le pratiche in sé ingannevoli
- Pubblicità occulta e pubblicità redazionale
- Le omissioni ingannevoli
- Le altre ipotesi specifiche di ingannevolezza  
(Avv. Alberto Contini)

#### ■ LA PUBBLICITA' INGANNEVOLE E LA PUBBLICITA' COMPARATIVA

- L'inganno sull'origine commerciale e geografica dei prodotti
- Evoluzione normativa e giurisprudenziale in tema di pubblicità comparativa
- Fattispecie concrete di pubblicità comparativa
- Procedure e sanzioni relative alla pubblicità comparativa  
(Prof. Avv. Marco Saverio Spolidoro)

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI AGGRESSIVE

- La categoria generale delle pratiche commerciali aggressive
- Il ricorso a molestie, coercizione e indebito condizionamento
- Le pratiche commerciali "considerate in ogni caso aggressive"
- Casistica  
(Prof. Giovanni De Cristofaro)

## SECONDA GIORNATA: martedì, 22 febbraio 2011

### GLI STRUMENTI DI TUTELA PER LE IMPRESE, LE DISCIPLINE SPECIALI DI SETTORE E LA PIÙ RECENTE CASISTICA

#### ■ CONCORRENZA SLEALE E PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: LE DIVERSE OPZIONI DI TUTELA PER LE IMPRESE

- La tutela contro le pratiche commerciali scorrette e gli atti di concorrenza sleale tra rimedi amministrativi e rimedi giudiziari
- Azioni di concorrenza sleale e di contraffazione, denuncia all'Autorità garante e procedimenti autodisciplinari: pro e contro delle differenti soluzioni
- Le possibilità di cumulo e il coordinamento tra le diverse forme di tutela  
(Prof. Avv. Cesare Galli)

#### ■ PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: L'INTERVENTO DELL'AGCM

- Richiesta di intervento, iniziativa d'ufficio, attività istruttoria
- L'articolazione della difesa
- Le procedure istruttorie e i poteri dell'Autorità
- Il provvedimento e i mezzi di ricorso  
(Avv. Paolina Testa)

#### ■ LE AZIONI DI CONCORRENZA SLEALE PER PRATICHE COMMERCIALI SLEALI

- Le misure cautelari: azione inibitoria e accertamento negativo d'urgenza
- La procedura e i mezzi di reclamo: la stabilizzazione dei provvedimenti d'urgenza
- Il giudizio di merito e i criteri di risarcimento del danno  
(Dott. Geremia Casaburi)

#### ■ PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E RISARCIMENTO DEL DANNO

- I presupposti dell'azione di risarcimento
- I soggetti legittimati
- Le implicazioni processuali
- In particolare: le azioni transfrontaliere
- La quantificazione del danno  
(Prof. Avv. Luca G. Radicati di Brozolo)

#### ■ PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E CLASS ACTION

- Le fattispecie previste dalla norma
- Il procedimento
- La quantificazione del danno

**(Dott. Luciano Panzani)**

#### ■ PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E CONTRATTI

- Obblighi di correttezza, informazione e trasparenza
- Responsabilità precontrattuale
- Nullità e annullabilità
- Altre tutele
- Casistica e aspetti operativi

**(Prof. Avv. Philipp Fabbio)**

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI

- Dal controllo della pubblicità al controllo delle prassi commerciali
- Molteplicità e varietà delle offerte e limiti degli strumenti pubblicitari
- Le vendite a distanza e i servizi non richiesti: confini normativi e problematiche applicative
- Pratiche complesse, pluralità di operatori e criteri di imputazione dell'illecito
- AGCM e AGCOM

**(Prof. Avv. Mario Libertini)**

**(Dott. Roberto Caria)**

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA IN DANNO AI CONSUMATORI NEL SETTORE BANCARIO E FINANZIARIO

- Tipologie di pratiche commerciali scorrette nei casi dell'Autorità Garante e del Tar del Lazio: mutui bancari, finanziamenti, carte di credito, Pronti contro Termine, assistenza alla clientela
- Le ricadute delle commissioni interbancarie sul prezzo finale. Il principio della neutralità e dell'indifferenza
- La competenza dell'autorità in materia di servizi bancari e finanziari: competenze sovrapposte di Autorità Garante, Banca d'Italia e CONSOB, e posizione del Consiglio di Stato in sede consultiva

**(Prof. Avv. Mario Siragusa)**

#### ■ LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL SETTORE ASSICURATIVO

- Regole di comportamento e correttezza delle relazioni commerciali nel settore assicurativo, anche alla luce del regolamento ISVAP n. 35/2010

- I criteri di raccordo tra la normativa in materia di assicurazioni e la normativa generale in materia di pratiche commerciali scorrette: il parere del Consiglio di Stato n. 3999 del 3 dicembre 2008

- Le pratiche commerciali scorrette nel settore vita e nel settore danni e la pubblicità ingannevole nel settore dell'RCA e vita: casistica

**(Prof. Avv. Pierpaolo Marano)**

**(Avv. Benedetta Carducci)**

#### ■ PRATICHE SCORRETTE E CONDOTTE ANTICONCORRENZIALI NEI SETTORI ENERGETICI E NEI SERVIZI PUBBLICI

- Il contraente debole per definizione: l'utente dei servizi energetici
- Le pratiche scorrette nei settori energetici
- La vigilanza delle Autorità di regolazione e dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
- La nullità dei contratti a valle delle intese anticoncorrenziali e i poteri di difesa dei consumatori
- L'azione di classe nel sistema italiano e in quello statunitense

- Le pratiche scorrette nei servizi pubblici

- Analisi della casistica

**(Avv. Domenico Ielo)**

#### ■ PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: GLI ORIENTAMENTI DELLA COMMISSIONE EUROPEA E DELLA CORTE DI GIUSTIZIA E LE PROSPETTIVE DI REVISIONE DELLA DISCIPLINA EUROPEA

- Le linee guida del dicembre 2009 sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE
- Le pronunce della Corte di giustizia sull'applicazione della direttiva
- Le prassi applicative negli altri Stati membri
- Le prospettive di revisione della disciplina europea

**(Dott.ssa Ginevra Bruzzone)**

Al termine di ciascuna relazione seguirà un ampio dibattito durante il quale i partecipanti potranno *formulare domande e quesiti* di loro specifico interesse.

## NOTE ORGANIZZATIVE

**Sede:** Hotel Milan Hilton  
Via Galvani, 12 Tel. 02/69831  
**Data:** 21 e 22 febbraio 2011  
**Orario:** 9.00/13.00 - 14.30/18.00  
**Durata:** 2 giornate

### Quota di partecipazione:

**2 giornate:** € 2.150,00 + IVA 20% per persona

**1 giornata:** € 1.350,00 + IVA 20% per persona

L'iscrizione di intende perfezionata al momento delle ricezione della scheda di partecipazione (fax 011/562.11.23 ovvero 011/56.11.117) regolarmente firmata e sottoscritta in ogni sua parte.

Il numero di partecipanti al workshop è limitato. La priorità di iscrizione sarà determinata dalla data di ricezione della scheda di partecipazione.

La quota di partecipazione è comprensiva di colazioni di lavoro, coffee-break, documentazione, materiale didattico.

### Modalità di iscrizione:

Versamento anticipato della quota a mezzo bonifico bancario intestato a:

PARADIGMA s.r.l., Via Viotti, 9 - 10121 Torino  
c/o UNICREDIT SPA FILIALE TORINO PIETRO MICCA  
ABI: 02008 – CAB: 01137 – CIN: T  
IBAN: IT 65 T 02008 01137 00000 1796607

### Per informazioni ed adesioni telefonare a:

PARADIGMA s.r.l., Via Viotti, 9 - 10121 Torino  
P.Iva 06222110014  
Tel. 011/538686/7/8/9 r.a.  
Fax 011/5621123 – 5611117  
Internet: <http://www.paradigma.it>  
E – mail: [info@paradigma.it](mailto:info@paradigma.it)

### Modalità di disdetta:

Qualora la disdetta pervenga **entro 10 giorni lavorativi (escluso sabato e domenica) dalla data di inizio della manifestazione**, la quota di iscrizione sarà addebitata per intero.

**In qualunque momento l'Azienda potrà sostituire il partecipante.**

Ogni partecipante riceverà, all'apertura dei lavori, gli atti del Convegno. Il materiale didattico sarà costituito dall'insieme delle relazioni consegnate dai Docenti entro i termini stabiliti per la stampa.

Tale documentazione costituirà un valido e completo supporto informativo ed un utile mezzo di aggiornamento per il partecipante, l'Azienda ed i Suoi collaboratori.

Si consiglia di provvedere alla prenotazione alberghiera entro e non oltre il **14 febbraio 2011**. Su richiesta dei partecipanti il servizio potrà essere curato dalla Segreteria Organizzativa **a condizioni privilegiate.**

**Prezzo camere Hotel** - per notte (IVA e piccola colazione continentale inclusa)

Milano, Hotel Milan Hilton:

Camera singola: **Euro 205,00** - Doppia: **Euro 225,00.**

## SCHEDA DI ISCRIZIONE

*L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento della presente scheda (fax 011/562.11.23 o 011/561.11.17) regolarmente compilata e sottoscritta per accettazione*

### Titolo del Convegno

---

Data

---

Nome

---

Cognome

---

Funzione Aziendale

---

Fatturare a:

---

Rag. Sociale

---

Indirizzo

---

Città

CAP

Prov.

---

P.IVA

---

C.F.

---

Per informazioni:

---

Tel.

Fax

---

E-mail:

---

### Data e Firma

---

Modalità di pagamento:

Bonifico bancario in via anticipata

Ai sensi dell'art. 1341 c.c. si approva espressamente la clausola relativa alla disdetta come da note organizzative

### Data e Firma

---

#### Informativa Privacy

I dati personali acquisiti tramite il presente modulo sono raccolti per le finalità connesse allo svolgimento del Convegno e trattati con l'ausilio di strumenti elettronici dal personale da noi incaricato (addetti alle attività commerciali, di amministrazione e di segreteria dei Convegni). I suddetti dati potranno essere utilizzati anche per informarLa dei nostri futuri eventi se esprimerà il Suo consenso barrando l'apposita casella.

Titolare del trattamento è Paradigma S.r.l., Via Viotti, 9 - 10121 Torino, presso cui possono essere esercitati i diritti di cui all'articolo 7 del D. Lgs. n. 196/2003.

Consento l'utilizzo dei dati per informazioni su vostri convegni.

SI

NO

### Data e Firma

---