

R.G. 72996/2011

TRIBUNALE CIVILE DI MILANO

Sezione Specializzata in materia di proprietà industriale e intellettuale

Il Presidente.

letto il ricorso ed esaminati i documenti allegati.

rilevato che con detto ricorso la Barilla G. e R. Fratelli S.p.a. ha formulato istanze cautelari a norma degli artt. 126 e 131 c.p.i., 614 bis e 700 c.p.c. al fine di ottenere nei confronti della Plasmon Dietetici Alimentari s.r.l. e della Heinz Italia s.p.a. l'inibitoria alla diffusione, anche tramite i siti internet, dei messaggi pubblicitari comparativi apparsi sulla stampa, con fissazione di adeguata penale (indicata in €. 100.000) e ordine di pubblicazione sulla stampa nazionale di maggior diffusione, con evidenza proporzionata a quella dei messaggi pubblicitari oggetto di contestazione: ritenuto che le istanze cautelari formulate dalle società ricorrente appaiono fondate, sussistendo i requisiti di legge per l'autorizzazione delle misure richieste;

ritenuta innanzitutto la propria competenza trattandosi di materia dedotta sotto il profilo della contraffazione dei marchi di Barilla e della concorrenza sleale interferente con i marchi di titolarità della ricorrente ed effettivamente attinente a tale profilo, ai fini e per gli effetti di cui all'art. 134 c.p.i.;

ritenuta la propria competenza sotto il profilo territoriale in relazione alla diffusione a mezzo stampa su quotidiani editi in Milano (un'intera pagina del Corriere della Sera del 30 novembre 2011, ripresa da Il Sole24Ore);

ritenuto in particolare, quanto al *fumus boni iuris*:

- che la campagna stampa avviata da Plasmon/Heinz, ripresa anche sui *banner* che appaiono nella *home page* del Corriere della Sera e di Repubblica, nonché *online* sul sito di Plasmon (docc 1/5 allegati al ricorso), in cui vengono posti a confronto biscotti e pasta Plasmon, definiti "prodotti per bambini" e biscotti e pasta Barilla. in particolare le "Macine" e i "Piccolini", definiti "prodotti per adulti". appare pubblicità comparativa non rispettosa dei limiti di cui all'art. 4 del d.lgs. n. 145 del 2007, trattandosi sia di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 21, 22 e 23 del Cod. Consumo, sia di pubblicità che pone a raffronto beni che soddisfano bisogni diversi (soggetti della prima infanzia, fino a tre anni per Plasmon; bambini sopra i tre anni, ma comunque nell'accezione comune anche "bambini", adolescenti e adulti, per i prodotti Barilla), senza indicare la significativa differenza di prezzo fra gli uni e gli

altri prodotti (art. 4 c) ), inducendo i consumatori a credere che i prodotti Barilla siano pericolosi per la salute (vedi il risalto dato alle indicazioni "Pesticidi" "Microtossine" ed agli indicatori numerici riferiti ai prodotti Barilla, rispetto alla minima evidenza data al parametro utilizzato del µg/KG, peraltro di ben difficile comprensione per il consumatore medio) ;

ritenuto che detta campagna stampa (vedi anche il comunicato stampa di cui al doc. 6) è idonea a causare discredito all'immagine della società ricorrente e grave denigrazione ai suoi marchi;

- che gli elementi considerati rappresentano consistenti indizi della fondatezza delle istanze cautelari della parte ricorrente;

considerato, in merito al *periculum in mora*,

- che lo stesso risulta insito nell'attività denunciata, per attualità, immanenza e irreparabilità del pregiudizio derivante dalla sua attitudine lesiva e decettiva in relazione all'offerta nei confronti della clientela ed ai messaggi ingannevoli e denigratori trasmessi;

- che l'attualità del pregiudizio ed il rischio del suo continuo aggravamento risultano dalla permanenza della campagna pubblicitaria qui sanzionata e dall'ampio risalto che alla stessa si è voluto dare;

ritenuto che i provvedimenti richiesti possano essere assunti *inaudita altera parte* per evitare nell'immediato l'ulteriore diffusione dei messaggi pubblicitari in questione, con il rischio che sia pregiudicata l'attuazione dei disposti provvedimenti, sussistendo per l'inibitoria (e relativa fissazione della penale) la necessità di arrestare immediatamente la prosecuzione dell'attività valutata come illecita, mentre per l'ulteriore richiesta di pubblicazione del provvedimento sui quotidiani di rilevanza nazionale sembra opportuno riservare ogni decisione all'esito della discussione, nel contraddittorio fra le parti;

ritenuto che, in relazione alla notorietà dei marchi coinvolti, all'importanza degli interessi in gioco ed al rilievo della campagna stampa in oggetto, la penale debba essere commisurata alla richiesta somma di €. 100.000 per ogni violazione o per ogni giorno di ritardo a partire dalla notifica del presente decreto alle società resistenti:

**PQM**

Visti gli artt. 20, 131 e 134 C.P.I. e gli artt. 700, 669 *sexies* , 614 *bis* c.p.c.,

*MP*

inibisce alle società Plasmon Dietetici Alimentari s.r.l. e Heinz Italia s.p.a. la prosecuzione della campagna pubblicitaria comparativa fra i prodotti Plasmon e i prodotti Barilla, con le modalità apparse sul Corriere della Sera del 30 novembre 2011 e con altre simili modalità;

dispone la sanzione pecuniaria di €.100.000,00 per ogni successiva violazione o giorno di ritardo nell'esecuzione del presente provvedimento, posto in essere dalle resistenti dopo la notifica dello stesso;

fissa l'udienza di comparizione delle parti avanti a sé per il giorno 28 dicembre 2011 ad ore 11 per la conferma, la modifica o la revoca del presente decreto, riservando all'esito ogni ulteriore provvedimento;

assegna termine perentorio per la notifica del ricorso e del presente decreto alla resistente fino al 9 dicembre 2011 e termine alle resistenti per il deposito di memoria e documenti fino al 22 dicembre 2011.

Milano, 3 dicembre 2011

*dott. Marina Tavassi*

