

PIANO DELL'OPERA

VOLUME I

Diritto dell'impresa

VOLUME II

Diritto della crisi d'impresa

VOLUME III

Diritto delle società

VOLUME IV

Diritto del sistema finanziario

VOLUME I

Diritto dell'impresa

INDICE

	<i>pag.</i>
INDICE DEGLI AUTORI	XVII
PREFAZIONE ALLA SECONDA EDIZIONE	XIX
PREFAZIONE ALLA PRIMA EDIZIONE	XXI
NOTE PER IL LETTORE	XXV
ELENCO DELLE OPERE GENERALI CITATE	XXVII
ELENCO DELLE ABBREVIAZIONI	XXXI

INTRODUZIONE IL DIRITTO COMMERCIALE. NOZIONE, STORIA, FONTI (M. CIAN)

I. <i>La nascita e l'affermazione del diritto commerciale: cenni storici</i>	3
II. <i>Il contenuto del diritto commerciale e le traiettorie del suo sviluppo nell'era moderna</i>	9
III. <i>Il problema dell'autonomia del diritto commerciale dal diritto civile</i>	18
IV. <i>Le fonti</i>	20

SEZIONE PRIMA LA FATTISPECIE "IMPRESA"

§ 1. La nozione d'impresa (A. CETRA)	25
I. <i>La relatività della nozione d'impresa</i>	28
II. <i>L'impresa quale attività produttiva triplicemente qualificata</i>	29
1. <i>L'attività produttiva</i>	29
2. <i>La professionalità</i>	31
3. <i>L'organizzazione</i>	33
4. <i>L'economicità</i>	35
5. <i>La completezza della nozione di impresa</i>	40

	<i>pag.</i>
§ 2. Le categorie di impresa (A. CETRA)	44
I. <i>L'impresa come fenomeno produttivo di portata generale e la sua rilevanza normativa</i>	44
II. <i>L'impresa agricola</i>	48
III. <i>La piccola impresa</i>	54
1. La nozione di piccola impresa nel codice civile	54
2. La piccola impresa nella legge fallimentare	57
3. Il problema dell'impresa artigiana	60
4. La piccola-media impresa nella legislazione speciale	62
IV. <i>L'impresa commerciale</i>	63
V. <i>Le implicazioni della natura dell'organizzazione dell'impresa sulla disciplina applicabile</i>	67
1. L'impresa pubblica	67
2. L'impresa privata	72
3. L'impresa sociale	75
§ 3. L'impresa e le professioni intellettuali (A. CETRA)	78
I. <i>Il rapporto tra impresa e professioni intellettuali</i>	78
II. <i>L'art. 2238. Conclusioni</i>	81
III. <i>Le tendenze a favore dell'assimilazione dei due fenomeni sul piano della fattispecie. La nozione di impresa comunitaria</i>	84
§ 4. L'inizio e la fine dell'impresa (A. CETRA)	88
I. <i>L'inizio dell'impresa</i>	88
1. Il criterio di effettività. Le operazioni di organizzazione	88
II. <i>La fine dell'impresa</i>	90
1. Il criterio di effettività. Le operazioni di liquidazione	90
2. La cancellazione dal registro delle imprese. La decorrenza degli effetti ex art. 10 l.fall. (rinvio)	91
§ 5. L'imputazione dell'impresa (A. CETRA)	94
I. <i>Il criterio di imputazione</i>	95
1. La mancanza di un criterio esplicito di imputazione: la soluzione interpretativa	95
2. L'impresa dell'incapace	96
II. <i>I casi problematici di imputazione</i>	97
1. I casi di imputazione incerta	97
2. <i>Segue:</i> il criterio della spendita del nome (o formalista)	98
3. <i>Segue:</i> il criterio dell'interesse perseguito (o sostanzialista). La teoria dell'imprenditore occulto	101
4. Le conclusioni in ordine all'imputazione dell'impresa	103
INTRODUZIONE ALLE SEZIONI II-VII (A. CETRA)	107

SEZIONE SECONDA
LA PUBBLICITÀ DI IMPRESA

§ 6.	Il registro delle imprese (A. CETRA)	111
I.	<i>Caratteristiche generali</i>	112
II.	<i>La sezione ordinaria e le relative iscrizioni</i>	112
III.	<i>Le sezioni speciali e le relative iscrizioni</i>	118
IV.	<i>Il deposito. Le indicazioni negli atti e nella corrispondenza</i>	121

SEZIONE TERZA
ORGANIZZAZIONE
E “CIRCOLAZIONE” DELL’IMPRESA

§ 7.	La documentazione di impresa (A. CETRA)	123
I.	<i>Le scritture contabili obbligatorie</i>	124
II.	<i>Il bilancio di esercizio</i>	127
III.	<i>Le formalità di tenuta delle scritture contabili</i>	129
IV.	<i>La conservazione delle scritture contabili. L'utilizzo come mezzi di prova</i>	129
§ 8.	I collaboratori di impresa (A. CETRA)	131
I.	<i>I collaboratori interni</i>	132
	1. <i>La disciplina generale</i>	133
	2. <i>L'istitutore</i>	134
	3. <i>Il procuratore</i>	137
	4. <i>I commessi</i>	138
II.	<i>I collaboratori esterni: cenni</i>	138
§ 9.	La “circolazione” dell’impresa: il trasferimento dell’azienda (M. CIAN)	141
I.	<i>La nozione di azienda</i>	142
	1. <i>La composizione del complesso aziendale</i>	142
	2. <i>Il ramo d’azienda</i>	144
	3. <i>La natura giuridica dell’azienda; la c.d. “proprietà” dell’azienda</i>	145
II.	<i>Il trasferimento dell’azienda</i>	147
	1. <i>Natura e causa del negozio di trasferimento</i>	147
	2. <i>L’oggetto del negozio</i>	148
	3. <i>Ambito di applicabilità della disciplina speciale</i>	149
	4. <i>La forma e la pubblicità del contratto</i>	150
	5. <i>Il divieto di concorrenza</i>	152
	6. <i>La successione nei contratti</i>	155
	7. <i>Crediti e debiti inerenti all’azienda</i>	159

	<i>pag.</i>
III. <i>Usufrutto e affitto dell'azienda</i>	161
1. Usufrutto	162
2. Affitto	163
IV. <i>Altre vicende circolatorie e giudiziarie interessanti l'azienda</i>	164
§ 10. Il ricambio generazionale nell'impresa: i patti di famiglia (M. CIAN)	166

SEZIONE QUARTA L'IMPRESA NEL MERCATO

Capo Primo

MERCATO E CONCORRENZA

§ 11. Le regole di lealtà imprenditoriale (D. SARTI)	172
I. <i>La concorrenza sleale</i>	173
1. Fonti e sistema	173
2. Interessi imprenditoriali e interessi dei consumatori	174
3. I soggetti. Il rapporto di concorrenza	175
4. Le fattispecie confusorie	178
5. La denigrazione	180
6. L'appropriazione di pregi	182
7. I principi di correttezza professionale	183
8. Sanzioni e processo	186
II. <i>Le pratiche commerciali</i>	187
1. Funzione, presupposti e struttura della disciplina	187
2. La clausola generale di divieto di pratiche commerciali scorrette	188
3. Le pratiche ingannevoli	189
4. Le pratiche aggressive	191
5. Il sistema sanzionatorio	191
III. <i>La pubblicità ingannevole e comparativa</i>	192
1. La pubblicità ingannevole nei rapporti fra professionisti	193
2. La pubblicità comparativa	194
3. Il sistema sanzionatorio	196
§ 12. La disciplina antitrust (D. SARTI)	197
I. <i>I fondamenti economici della disciplina. Antitrust e regolamentazione</i>	197
II. <i>Antitrust europeo e antitrust nazionale: fonti e autorità</i>	198
III. <i>I soggetti</i>	200
IV. <i>Effetti restrittivi e mercato rilevante</i>	201
V. <i>Le pratiche restrittive della concorrenza. Le intese: nozione</i>	202
VI. <i>Le tipologie di intese vietate</i>	204
VII. <i>Le esenzioni al divieto di intese</i>	204
VIII. <i>La posizione dominante</i>	206

	<i>pag.</i>
IX. <i>Gli abusi di posizione dominante</i>	207
X. <i>Le concentrazioni</i>	210
XI. <i>Profili procedimentali e sanzionatori</i>	214
XII. <i>Cenni alle regolamentazioni di settore</i>	216
§ 13. I diritti di proprietà industriale: profili generali (D. SARTI)	218
I. <i>La nozione di proprietà industriale</i>	218
II. <i>Proprietà industriale e proprietà intellettuale</i>	219
III. <i>Le azioni a difesa della proprietà industriale</i>	220
IV. <i>Fonti e sistema</i>	221
§ 14. I segni distintivi: profili generali (D. SARTI)	223
I. <i>La funzione distintiva</i>	224
1. Il concetto di “distinzione”	224
2. Il problema della funzione distintiva giuridicamente protetta	224
II. <i>Presupposti e ambito di protezione dei segni distintivi</i>	225
1. Capacità distintiva	225
2. Confondibilità	226
3. Usi potenziali e registrazione del segno	227
§ 15. La ditta e l'insegna (D. SARTI)	228
I. <i>La ditta: nozione e funzione</i>	229
1. Ditta e marchio d'impresa	229
2. Ditta, ragione e denominazione sociale	230
3. La formazione della ditta	231
II. <i>Requisiti e tutela della ditta</i>	232
1. Requisiti	232
2. Tutela	234
III. <i>Vicende della ditta</i>	235
1. Trasferimento	235
2. Cessazione del diritto	236
IV. <i>L'insegna</i>	236
V. <i>Ragione e denominazione sociale</i>	238
§ 16. I marchi e i nomi a dominio; le indicazioni geografiche (D. SARTI)	239
I. <i>La funzione giuridicamente protetta del marchio</i>	240
II. <i>Il marchio non registrato</i>	240
III. <i>Le fonti della disciplina del marchio registrato</i>	241
IV. <i>Caratteristiche generali del marchio</i>	242
1. Tipologie di marchi	242
2. Il principio di estraneità del marchio al prodotto	243
3. Marchi individuali e marchi collettivi (rinvio)	244
V. <i>Requisiti del marchio: impedimenti assoluti</i>	244
1. La capacità distintiva	244
2. Il problema dei marchi di forma	246
3. Il carattere non ingannevole	248

	<i>pag.</i>
4. Ordine pubblico, buon costume, convenzioni internazionali, buona fede	248
VI. <i>Requisiti del marchio: impedimenti relativi</i>	249
1. Novità e conflitti con segni registrati	249
2. Novità e conflitti con segni non registrati	251
3. Conflitti con altre tipologie di diritti	252
VII. <i>Il procedimento di registrazione</i>	253
1. Il procedimento nazionale	253
2. La registrazione internazionale	254
3. La registrazione del marchio UE	255
VIII. <i>L'estensione della tutela</i>	256
1. Il divieto di utilizzazioni confusorie	256
2. Il divieto di uso di segni identici per prodotti o servizi identici	257
3. La tutela allargata della rinomanza	258
4. Gli atti di contraffazione; commercio del prodotto e principio di esaurimento	260
5. Limitazioni degli effetti del marchio	262
IX. <i>Cessioni e licenze di marchio</i>	263
1. Il trasferimento del marchio	263
2. La licenza di marchio	265
3. Costituzione di altri diritti reali	267
X. <i>Nullità e decadenza del marchio</i>	268
1. Sistema e nozioni	268
2. Le cause di nullità	268
3. La convalida del marchio	269
4. La decadenza per non uso	270
5. La decadenza per ingannevolezza	271
6. La decadenza per volgarizzazione	272
7. Dichiarazione ed effetti di nullità e decadenza	273
XI. <i>I nomi a dominio</i>	274
XII. <i>I segni distintivi collettivi</i>	276
1. Il marchio collettivo	276
2. Le indicazioni geografiche	277
§ 17. Tecnologia e design (D. SARTI)	280
I. <i>I brevetti d'invenzione</i>	280
1. Le fonti della disciplina	280
2. La nozione di invenzione	281
3. Requisiti di brevettabilità	283
4. Diritto alla brevettazione e procedimento	288
5. L'estensione della tutela	293
6. Cessioni e licenze di brevetto	296
7. Nullità e decadenza del brevetto	298

	<i>pag.</i>
II. <i>I modelli di utilità</i>	300
III. <i>I modelli e disegni industriali</i>	301
 Capo Secondo	
MERCATO E CONTRATTI D'IMPRESA	
§ 18. L'attività contrattuale dell'impresa (D. SARTI)	304
I. <i>La categoria dei contratti di impresa</i>	304
II. <i>I principi "speciali" dei contratti d'impresa</i>	306
1. <i>La continuità dell'attività economica</i>	306
2. <i>L'organizzazione seriale dei rapporti</i>	307
3. <i>La valutazione di meritevolezza del contratto e le clausole generali</i>	308
4. <i>Contratti d'impresa e commercio internazionale</i>	309
§ 19. La tutela delle controparti contrattuali deboli (D. SARTI)	311
I. <i>L'abuso di dipendenza economica</i>	311
II. <i>La disciplina del franchising</i>	313
III. <i>I ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali</i>	315
IV. <i>I contratti con i consumatori</i>	317
1. <i>Funzione e presupposti della disciplina</i>	317
2. <i>Le clausole vessatorie</i>	319
3. <i>I rimedi: nullità di protezione e azione inibitoria</i>	320
4. <i>Informazioni precontrattuali e contratti a distanza</i>	321

SEZIONE QUINTA

LA COOPERAZIONE TRA IMPRENDITORI

§ 20. La cooperazione tra imprenditori (R. SANTAGATA)	323
I. <i>Strumenti di cooperazione ed integrazione tra imprese</i>	323
II. <i>Le forme di cooperazione inderogabilmente "strutturate". I consorzi</i>	324
1. <i>Le disposizioni generali dei consorzi</i>	326
2. <i>Le regole specifiche dei consorzi con attività esterna</i>	331
3. <i>Le società consortili</i>	334
4. <i>Le imprese comuni "cooperative"</i>	337
5. <i>Il gruppo europeo di interesse economico</i>	338
III. <i>Le forme di cooperazione potenzialmente "flessibili"</i>	341
1. <i>Il contratto di rete</i>	341
2. <i>Le associazioni temporanee di imprese</i>	344

SEZIONE SESTA
GLI STRUMENTI DI MOBILIZZAZIONE
DELLA RICCHEZZA. PRINCIPI FONDAMENTALI

INTRODUZIONE (M. CIAN)	349
§ 21. I titoli di credito cartacei ed elettronici (M. CIAN)	350
I. <i>La nozione di titolo di credito</i>	351
II. <i>La fattispecie titolo di credito</i>	354
III. <i>I principi cartolari</i>	357
1. Le leggi di circolazione dei titoli	357
2. L'autonomia reale	359
3. L'autonomia obbligatoria. La letteralità. Astrattezza e causalità dei titoli	360
4. La legittimazione cartolare attiva e passiva	363
§ 22. La circolazione del denaro: gli strumenti di pagamento (A. SCIARONE ALIBRANDI)	366
I. <i>Dalla circolazione di denaro contante all'utilizzo di strumenti di pagamento "sostitutivi" e "alternativi"</i>	366
II. <i>Gli strumenti di pagamento sostitutivi: l'assegno bancario e circolare</i>	370
1. I titoli cambiari: profili generali	371
2. La cambiale: cenni	373
3. L'assegno bancario	375
4. L'assegno circolare	380
III. <i>Gli strumenti di pagamento "alternativi" al denaro contante</i>	381
1. Una ricognizione degli strumenti "alternativi"	381
2. La disciplina dei servizi di pagamento: il d.lgs. 11/2010 (linee di fondo)	383
 INDICE ANALITICO	 389