RUCELLAI & RAFFAELLI
STUDIO LEGALE
VIA MONTE NAPOLEONE, 18 - 20121 MILANO
TEL. 027645771 - FAX 02783524

14408/13

entro il 15/3/2013

ORIGINALE
COPIA

DIRITTO DI COPIA ASSOLTO MEDIANTE APPLICAZIONE DI MARCHE DA ... SULL'ORIGINALE, Ex Art. 285, TU ...
Milano, 6-3-2013
IL CANCELLIERE

URGENTE

TRIBUNALE DI MILANO

SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA DI IMPRESA - A

RICORSO EX ARTT. 669-BIS E SS., 700 C.P.C., 2043 C.C., 128-132 DEL CODICE DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE

- La Enel S.p.A. con sede in Roma, viale Regina Margherita 137 (Cod. Fisc. 00811720580), in persona del procuratore speciale, Avv. Giuseppe Ferrara (Cod. Fisc. FRRGPP61R15G942G) tale per procura rilasciata in data 6 febbraio 2013 (con atto e repertorio n. 43642 racc. n. 20407 del Dott. Nicola Atlante, Notaio in Roma, registrato all'Ufficio delle Entrate di Roma 5, in data 8 febbraio 2013), rappresentata e difesa dall'Avv. Giuseppe Ferrara (Cod. Fisc. FRRGPP61R15G942G) del Foro di Roma, nonché dagli Avv.ti Enrico Adriano Raffaelli (Cod. Fisc. RFFNCD49M15A471J), Elisabetta Teti (Cod. Fisc. TTELBT72M65F205V) ed Ottavia Raffaelli (Cod. Fisc. RFFTVT82R45F205N) del Foro di Milano ed elettivamente domiciliata presso lo Studio Rucellai & Raffaelli in Milano, via Monte Napoleone, 18, giusta procura a margine del presente ricorso (per eventuali comunicazioni ed avvisi di Cancelleria: PEC: enricoadriano.raffaelli@milano.pecavvocati.it).

PREMESSO QUANTO SEGUE

I. IN FATTO

1. L'ATTIVITÀ DI ENEL S.P.A.

Enel S.p.A. (di seguito "**Enel**"), è la più grande azienda elettrica a livello nazionale, in grado di offrire soluzioni integrate di prodotti e servizi per l'elettricità ed il gas a **33 milioni di clienti**.

Enel è la società madre del Gruppo Enel, uno dei principali operatori integrati nei settori dell'elettricità e del gas, presente in **quaranta paesi** del mondo con circa **61 milioni di clienti**, che serve grazie ad una rete di circa **1,9 milioni di chilometri** (doc. 1).

DIRITTO DI COPIA ASSOLTO MEDIANTE APPLICAZIONE DI MARCHE DA BOLLO SULL'ORIGINALE Ex Art. 285 TU 115/2002
6 FEB 2013
L'OPERATORE
Ministero dell'Economia e delle Finanze
Agenzia Entrate
IDENTIFICATIVO

Il Gruppo Enel gestisce un parco centrali di produzione di energia elettrica assai diversificato composto da centrali **termoelettriche (a carbone o ad olio combustibile)**, **idroelettriche**, **geotermiche**, **eoliche**, **fotovoltaiche** (l'incidenza delle centrali a carbone del Gruppo Enel rispetto alle altre centrali è pari circa al 29%).

Il Gruppo Enel opera, con tutte le proprie centrali, nel pieno rispetto delle normative di settore ed anzi è impegnato con specifiche campagne e progetti a tutela dell'ambiente (cfr. bilancio di sostenibilità) (doc. 2).

Il Gruppo Enel, in particolare, è fortemente impegnato **nel settore della ricerca e nello sviluppo** delle **nuove tecnologie** derivanti dalle energie rinnovabili che consentano un minimale impatto ambientale e che sono affidate alla gestione di una delle società del Gruppo, la Enel Green Power S.p.A.

La gestione ambientale del Gruppo Enel ha lo scopo di definire le politiche e gli obiettivi strategici e di monitorare la gestione dei rischi. A tal riguardo si consideri che il Gruppo Enel ha sostenuto costi per quanto riguarda la **spesa ambientale** di un importo pari, nel 2011, **ad 833 milioni di Euro**: Euro 582 milioni per spese correnti (relative allo smaltimento dei rifiuti, al trattamento delle emissioni e al ripristino ambientale, alla prevenzione e alla gestione ambientale) ed Euro 251 milioni in investimenti relativi allo smaltimento dei rifiuti, al trattamento delle emissioni ed al ripristino ambientale nonché per la prevenzione e la gestione ambientale (doc. 2, pag. 165).

Per la **ricerca** di nuove tecnologie maggiormente efficienti per i propri **impianti** Enel che, nel 2011, ha investito a tal fine un importo pari ad **Euro 97 milioni** (doc. 3, pag. 47).

Per quanto riguarda **la promozione dei propri marchi** il Gruppo Enel ha investito **Euro 160 milioni** (doc. 4). Con riferimento agli

Procura speciale: Io sottoscritto avv. Giuseppe Ferrara, nella mia qualità di procuratore speciale della Enel S.p.A., tale per procura rilasciata in data 6 febbraio 2013 (con atto e repertorio n. 43642 racc. n. 20407 del Dott. Nicola Atlante, Notaio in Roma, registrato all'Ufficio delle Entrate di Roma 5, in data 8 febbraio 2013), informato ai sensi dell'art. 4, comma III, del d.lgs. n. 28/2010 della possibilità di ricorrere al procedimento di mediazione ivi previsto e dei benefici fiscali di cui agli artt. 17 e 20 del medesimo decreto, delego a rappresentare e difendere la Società nel presente giudizio, in ogni sua fase e grado, l'avv. Giuseppe Ferrara del Foro di Roma, nonché gli Avv.ti Enrico Adriano Raffaelli, Elisabetta Teti e Ottavia Raffaelli del Foro di Milano, eleggendo domicilio per la Società presso lo Studio di questi ultimi in Milano, Via Monte Napoleone, 18, e conferendo loro ogni facoltà di legge inerente al mandato.

Enel S.p.A.

Avv. Giuseppe Ferrara

È vera ed autentica: (Avv. Enrico Adriano Raffaelli) (Avv. Elisabetta Teti) (Avv. Ottavia Raffaelli)

investimenti pubblicitari in sole campagne a favore dell'ambiente con i marchi Enel si noti, a mero titolo esemplificativo, che il Gruppo Enel ha speso quasi 7 milioni di Euro tra il 2011 e il 2012 (Campagna Ambiente 2011 € 3.470.037; Campagna Raggio senza pensieri 2011 € 2.054.003; Campagna EGP Retail 2012 1.502.223 – doc. 4).

2. I MARCHI ENEL

Ai fini di cui al presente ricorso si rileva che Enel nell'ambito della propria attività utilizza i seguenti marchi di cui è titolare:

- **marchio italiano figurativo n. 0001299013**, registrato in data 1 giugno 2010, domanda n. 00474 del 25 gennaio 2008, rinnovazione del precedente marchio n. 825736, registrato in data 4 ottobre 2000, domanda n. RM98C000493 del 4 febbraio 1998 (doc. 5);

- **marchio italiano figurativo n. 0001208785**, registrato in data 30 luglio 2009, domanda n. 007165, del 9 dicembre 2008 (doc. 6);

- **marchio internazionale figurativo n. 1005138**, registrato in data 11 febbraio 2009 (doc. 7);

- **marchio italiano "L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA", n. 0001527954**, registrazione n. 0001054586, registrato in data 28 giugno 2007, domanda n. RM2003C006608 del 19 dicembre 2003 e registrazione in data 12 febbraio 2013, domanda n. RM2013C000566 del 1 febbraio 2013 (doc. 8);

(di seguito congiuntamente anche solo i "Marchi ENEL").

3. GREENPEACE ONLUS

Greenpeace Onlus (di seguito anche solo "**Greenpeace**") con sede in Roma, Via della Cordonata, 7 (Cod. Fisc. 97046630584) (doc. 9) fa parte dell'organizzazione non governativa ambientalista e pacifista Greenpeace International, fondata nel 1971. Greenpeace utilizza nell'ambito della propria attività diversi marchi, tutti registrati, tra i quali il marchio comunitario figurativo "GREENPEACE" n. 0900437, registrato in data 6 luglio 2006 (doc. 10).

Ai fini del perseguimento dei propri scopi associativi (tra cui la tutela e valorizzazione della natura e dell'ambiente per finalità di solidarietà sociale) Greenpeace svolge "*tutte quelle attività e tutte quelle operazioni che siano necessarie od incidentali per il conseguimento delle finalità dell'associazione,* ***compresa l'edizione e la diffusione di pubblicazioni, la raccolta e l'accettazione di contributi e donazioni*** ..." (doc. 11).

In particolare, Greenpeace gestisce e diffonde diverse campagne su svariate problematiche ambientali che sono, **da un lato, volte alla sensibilizzazione** della popolazione su tali temi e, **dall'altro lato, volte a sollecitare** nuovi iscritti e conseguenti nuove contribuzioni, così come pure alla incentivazione di raccolte fondi *ad hoc* e/o donazioni necessarie per il proprio sostentamento (come ad esempio quanto necessario per lo svolgimento delle campagne stesse, per le attività promozionali poste in essere per la ricerca di nuovi sostenitori, per le quali Greenpeace investe oltre 2.400.000 Euro, per retribuire e formare gli oltre 30 dipendenti, gli oltre 50 collaboratori a progetto ed i quasi 150 collaboratori occasionali che, insieme ai volontari, costituiscono il team di lavoro dell'associazione, ecc. - doc. 12).

Il patrimonio dell'associazione è infatti costituito, *inter alia* (art. 4, comma 1, lett. d) doc. 11), da donazioni, lasciti, erogazioni liberali in

genere di privati cittadini, enti privati ed enti pubblici e contributi, tra i quali figurano **i contributi 5x1000 versati dai cittadini all'atto della dichiarazione dei redditi**.

Del resto che le campagne di Greenpeace siano rivolte, oltre che a sensibilizzare gli utenti su temi di particolare interesse, alla raccolta fondi, si evince dalle stesse dichiarazioni di Greenpeace riportate nel proprio sito alla voce "il bilancio" (*http://www.greenpeace.org/italy/it/chisiamo/ufficio-italiano/il-bilancio/*), in cui la resistente dichiara, con riferimento all'anno 2011 e ad una campagna analoga a quella che sta svolgendo nei confronti di Enel (e di cui si dirà *infra*), che: "*il 2011 è stato un anno storico per Greenpeace Italia: ha visto infatti il nostro contributo, rilevante, alla vittoria del Referendum sul nucleare e – **anche grazie a questa campagna** – una crescita sensibile del numero dei sostenitori **che ci permettono di segnare un bilancio record***" (doc. 13).

Per completezza, si precisa che le attività a **marchio Greenpeace** si stanno evolvendo a livello internazionale e non sono più limitate alle sole campagne di sensibilizzazione su problematiche di carattere ambientale, ma si estendono alla produzione e vendita **di energia ottenuta da fonti rinnovabili** : ciò che avviene ad esempio con la cooperativa tedesca "Greenpeace Energy Eg" - attiva appunto nella produzione e vendita di energia ottenuta da fonti rinnovabili - che si presenta con marchio Greenpeace, avendone ricevuto in licenza il marchio, e che ad oggi può contare su circa **110.000 clienti e 21.000 soci** (doc. 14). In questa situazione è da ritenere possibile l'attivazione di iniziative similari anche nel nostro paese.

4. LE CONDOTTE DI GREENPEACE OGGETTO DI CONTESTAZIONE

Enel è di recente venuta a conoscenza del fatto che Greenpeace sta

svolgendo a partire da fine gennaio/inizio febbraio 2013 una campagna nei confronti di Enel con modalità che risultano **gravemente lesive** dei diritti esclusivi di marchio di Enel.

La campagna sopra richiamata si sta svolgendo attraverso:

(i) la distribuzione a mani e via internet di una **finta bolletta Enel**;

(ii) la distribuzione a mani e via internet di un **finto quotidiano Metro**.

In particolare:

(i) Enel ha ricevuto una segnalazione circa il fatto che Greenpeace ha diffuso a Milano a partire dal 25 gennaio 2013 **facsimili di bollette Enel** (doc. 15) che apparentemente risultano del tutto identiche alle originali bollette Enel e che sono denominate le "*vere bollette Enel*", (doc. 16) (cfr. varie notizie apparse su internet che riportano che Greenpeace "*è entrata in azione anche a Milano*" - doc. 17 - nonché l'immagine sotto riportata, che ritrae un operatore di Greenpeace nell'atto di imbucare a Milano le predette bollette, *http://www.officinadellambiente.com/it/articolo.php?idl1=&idl2=&id=2868*).

Enel ha poi potuto appurare che Greenpeace ha distribuito, sempre a fine gennaio 2013, le predette "*vere bollette Enel*" (doc. 15) a **100.000 destinatari su tutto il territorio nazionale** (doc. 16). Tali bollette sono state altresì pubblicate nel sito internet di Greenpeace e sono

tutt'ora facilmente reperibili in rete (doc. 18).

PRIMA PAGINA FINTA BOLLETTA ENEL

Marchio ENEL

Marchio "L'energia che ti sporca"

"Contatti inutili"

"www.prontoenel.it il **sito delle fonti sporche**"

"800.900.800 il **numero verde delle bugie**"

"Gentile vittima di Enel"

"danni ambientali, sanitari ed economici…1,8 miliardi di euro"

"25 gennaio 2013"

"Quantità di **morti premature annue oltre 350** ovvero una morte prematura al giorno"

Elezioni politiche del 2013

Enel

L'ENERGIA CHE TI SPORCA.

DATI CLIENTE

Numero cliente: 82X 75B 07K

ENEL PRODUZIONE ELETTRICA
AD ALTO UTILIZZO DI CARBONE
(41% nel 2011)

GENTILE VITTIMA DI ENEL
ITALIA

CONTATTI INUTILI

SERVIZIO CLIENTI
www.prontoenel.it il sito delle fonti sporche
800 900 800 il numero verde delle bugie.
QuiEnel e Punto Enel, scopri il club del carbone più vicino a te.
Casella postale 1100-85100 Potenza
per informazioni e reclami scritti che verranno ignorati.

SEGNALAZIONI
800 900 da rete fissa e da cellulare tutti i giorni 24 ore su 24
per gli impianti inquinanti.

BOLLETTA PER UNA FORNITURA SPORCA DI CARBONE
N. fattura: 56A150400ONSCLDKC048 del 25/01/2013
Mese gennaio 2013

Attenzione: il carbone di Enel causa in Italia 1,8 miliardi di euro di danni l'anno.

Questa è la stima dei danni ambientali, sanitari ed economici causati dal carbone di Enel al Paese.

Enel possiede 8 delle 13 centrali a carbone oggi presenti in Italia. E intende realizzarne altre due.

Nelle prossime bollette Enel non dirà nulla sui danni che produce, proprio come non l'ha fatto fino a ora.

Enel guadagna molto con il carbone. Ma i suoi costi ricadono interamente su di noi.

DANNI AL PAESE

Quantità di morti premature annue:	oltre 350
ovvero	Una morte prematura al giorno
Ripiloga danni alla salute e all'ambiente:	€ 1,8 miliardi di danni all'anno
ovvero	circa 75 euro a famiglia

DANNI AL CLIMA

Totale delle emissioni di CO_2 di Enel in Italia:	40 milioni di tonnellate l'anno
Totale delle emissioni di CO_2 di Enel in Italia da carbone:	27 milioni di tonnellate l'anno

Le emissioni di CO_2 di Enel equivalgono a quelle di circa 31 milioni di auto nuove che percorrono 10.000 km in un anno.

Enel è l'azienda N°1 in Italia per emissioni di CO_2.

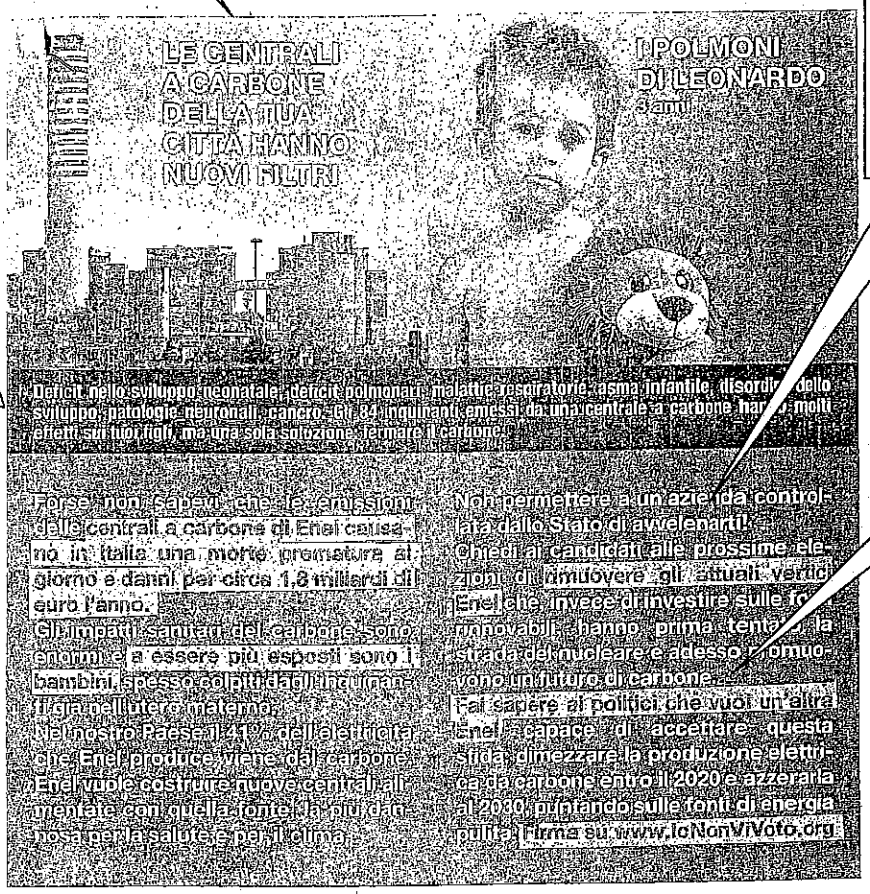
SE VUOI OPPORTI AL CARBONE DI ENEL, CHIEDI AI CANDIDATI ALLE PROSSIME ELEZIONI DI RIMUOVERE GLI ATTUALI VERTICI DELL'AZIENDA.
FIRMA SU WWW.IONONVOTO.ORG

Greenpeace Onlus Via della Cordonata, 7
00187 Roma telefono 06.68136061 fax 06.45439793

"Le centrali a carbone della tua città hanno nuovi filtri: i polmoni di Leonardo 3 anni"

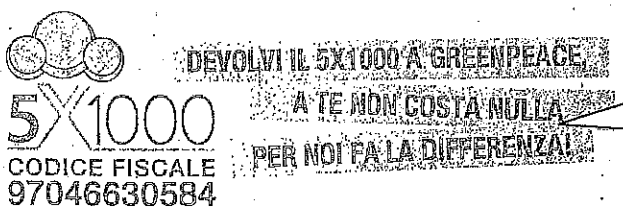
RETRO FINTA BOLLETTA ENEL

"Deficit nello sviluppo neonatale, deficit polmonari, malattie respiratorie, asma infantile, disordini dello sviluppo, patologie neuronali, cancro…"



"Non permettere a un'azienda controllata dallo Stato di avvelenarti"

"Fai sapere ai politici che vuoi un'altra Enel … puntando sulle fonti di energia pulita"

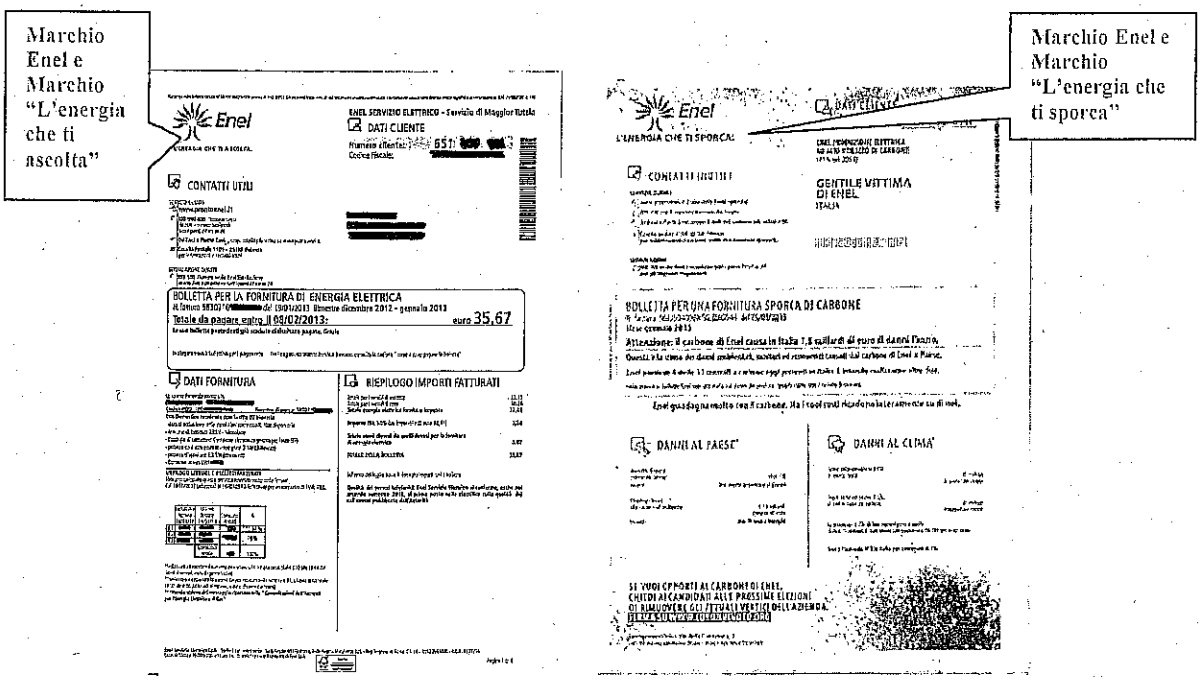


"Devolvi il 5X1000 a Greenpeace, a te non costa nulla per noi fa la differenza"

www.greenpeace.it

Dalle immagini sopra riportate relative alla "finta" bolletta Enel (in identico formato rispetto all'originale – doc. 19), si evince chiaramente che Greenpeace utilizza **senza autorizzazione alcuna i Marchi ENEL**, nella loro esatta denominazione e rappresentazione grafica. Come si nota dalle immagini di seguito riprodotte, mentre i Marchi ENEL nella bolletta originale vengono accompagnati dallo slogan "*l'energia che ti ascolta*", anch'esso, come visto, registrato presso l'UIBM, nella finta bolletta l'identico Marchio ENEL è accostato alla frase "*l'energia che ti sporca*".

Bolletta originale ENEL **Finta Bolletta ENEL**



I Marchi ENEL vengono dunque **affiancati** da espressioni chiaramente denigratorie e lesive del marchio stesso, dei suoi valori e della storia e dell'immagine della stessa Enel.

Oltre alla frase sopra segnalata si richiama l'attenzione sulle seguenti espressioni riportate a fianco / sotto il marchio (ed evidenziate nelle fotografie sopra riportate):

- "*gentile **vittima** di Enel*";
- "*www.prontoenel.it il sito delle fonti **sporche***";

- "*800.900.800 il numero verde delle **bugie***";
- "***danni** ambientali, sanitari, economici ... 1,8 miliardi di euro*";
- "*quantità di **morti premature annue** oltre 350 ovvero una morte prematura al giorno*".

Nella seconda pagina è riportata, *inter alia*, la foto di un bambino con indicato:

- "*le centrali a carbone della tua città hanno **nuovi filtri**: i **polmoni di Leonardo 3 anni**. Deficit nello sviluppo neonatale, deficit polmonari, malattie respiratorie, asma infantile, disordini dello sviluppo, patologie neuronali, cancro ...*";
- "*non permettere a un'azienda controllata dallo Stato di **avvelenarti***";
- "*fai sapere ai politici che vuoi un'altra Enel ... **puntando sulle fonti di energia pulita***";

nonché

- lo slogan "***devolvi il 5x1000 a Greenpeace, a te non costa nulla per noi fa la differenza!***" con indicazione del codice fiscale di Greenpeace per la contribuzione richiesta al cittadino.

Greenpeace, dunque, **ricollega espressamente** la campagna contro Enel ed i Marchi ENEL al **chiaro invito alla contribuzione** (e dunque alla raccolta fondi) necessaria per il finanziamento della propria struttura.

(ii) La campagna di Greenpeace si articola altresì nella recente diffusione, avvenuta in data 5 febbraio 2013, di **100 mila copie** di un "*facsimile*" del quotidiano *free press* Metro presso stazioni della metropolitana e presso fermate degli autobus (doc. 20 e cfr. comunicato stampa di Greenpeace doc. 21).

Non solo. Greenpeace ha creato una pagina internet *ad hoc*, *http://www.greenpeace.it/metro/*, ove è rinvenibile, anche attualmente, il predetto quotidiano che in ogni caso è agevolmente reperibile in rete (doc. 22).

Quanto alle modalità di distribuzione a mani, va rilevato che i predetti quotidiani sono stati consegnati presso stazioni della metropolitana e presso fermate degli autobus da volontari di Greenpeace che

indossavano **divisa identica** a quella dei distributori del vero quotidiano Metro (doc. 23). In tal modo, l'utenza che riceveva tali finti giornali era convinta di ricevere e leggere il vero quotidiano.

Quanto precede assume rilievo se si considera che a pag. 8 del finto quotidiano è presente una finta pubblicità Enel che riproduce in tutta evidenza i Marchi ENEL, seppur con una irrilevante e del tutto non significativa modifica costituita da una foglia del celebre albero caduta per terra. Il *claim* principale di tale finta pubblicità, ossia "*L'energia che ascolta il pianeta*" volutamente richiama il già citato marchio di Enel "*L'energia che ti ascolta*".

Tale pubblicità induce in errore i lettori (tra i quali i clienti e azionisti attuali e potenziali di Enel) che, tratti in inganno dall'apparente autenticità del quotidiano, sono portati a credere che:

- **Enel abbia pubblicamente riconosciuto di essere stata irresponsabile** ("*il mondo cambia ed Enel cambia con lui. I cambiamenti climatici* ***richiedono responsabilità*** *e capacità di immaginare un futuro diverso: lontano da disastri, siccità, inondazioni, carestie*");
- **Enel abbia riconosciuto di aver utilizzato fonti nocive per la salute umana e per il clima** ("*Sappiamo di* ***non poter continuare*** *a produrre elettricità con il carbone,* ***la fonte più nociva*** *per il clima e per la salute umana*");
- Enel abbia intenzione di dismettere l'utilizzo del carbone "*entro il 2020 dimezzeremo il nostro utilizzo del carbone fino a consumarne neppure un grammo entro il 2030. Sarà sostituito con fonti pulite e rinnovabili ... Da oggi Enel è un'azienda nuova*".

"I cambiamenti climatici richiedono responsabilità. Sappiamo di non poter continuare a produrre elettricità con il carbone, la fonte più nociva per il clima e per la salute umana"

Marchio ENEL

La rivelazione dell'inganno è effettuata **solamente nell'ultima pagina del quotidiano**, in cui viene detto che "*il giornale che hai appena letto è troppo bello per essere vero*".

In sostanza - se si considera che l'ultima pagina di un quotidiano come il "Metro", che viene sfogliato in metropolitana o sull'autobus, non viene generalmente letta, anche in considerazione dei brevi tragitti necessari per raggiungere i luoghi di lavoro - **il lettore non viene posto nella condizione di rendersi conto** che la pubblicità **non è di**

provenienza Enel. In tal modo il lettore può essere indotto a credere che Enel, contrariamente al vero, abbia realmente ammesso pretese responsabilità, quando in realtà Enel contesta fermamente anche nel merito quanto le viene attribuito da Greenpeace.

In ogni caso, anche laddove il lettore riesca a rendersi conto che il giornale non è l'originale, ma un *facsimile* creato *ad hoc* da Greenpeace, egli sarà **comunque**: (i) dapprima indotto a ritenere che Enel abbia realmente ammesso le predette responsabilità e (ii) successivamente non potrà che formare un **giudizio gravemente negativo** sulla ricorrente, sulle sue politiche di sviluppo e sui Marchi ENEL ivi rappresentati, una volta cioè che avrà compreso che quelle affermazioni attribuite a Enel non sono veritiere e che "*questo giornale è troppo bello per essere vero*".

* * *

Va poi considerata la **gravissima mala fede** con la quale Greenpeace ha operato ed opera tuttora con grave e continuato pregiudizio nei confronti della ricorrente e dei suoi segni distintivi.

Si precisa infatti che Greenpeace aveva lanciato nel maggio 2012 una campagna contro Enel ("*Enel Killer del clima*") posta in essere attraverso diversi sistemi, tra i quali, ai fini che qui rilevano, la distribuzione da parte di Greenpeace di "false" bollette Enel similari a quelle oggetto del presente ricorso.

Enel, non potendo rimanere inerte di fronte a detta campagna depositava, in data 7 giugno 2012, presso il Tribunale di Roma, sezione I Civile, un ricorso cautelare volto ad ottenere l'inibitoria nei confronti di Greenpeace alla diffusione del materiale inerente la campagna contro Enel, in quanto gravemente denigratorio dell'immagine del gruppo, nonché l'inibitoria all'utilizzo illecito dei propri marchi (doc. 24).

Con ordinanza depositata in Cancelleria del Tribunale in data 6 luglio 2012 (doc. 24 *bis*), il Giudice Designato rigettava il ricorso cautelare proposto da Enel e rilevava la propria **incompetenza** per materia sulla domanda di inibitoria per violazione dei diritti esclusivi di marchio di Enel, stante la competenza della Sezione Specializzata in Materia d'Impresa.

A seguito del reclamo proposto da Enel avverso la predetta ordinanza, Greenpeace ha comunicato di aver rimosso il sito *www.facciamolucesuenel.org* attraverso il quale venivano veicolate le campagne oggetto del procedimento tra cui la finta bolletta Enel.

Enel, dunque, **proprio a fronte della eliminazione** delle "*espressioni e delle propalazioni per cui* [era] *causa e che pertanto* [era] *cessata la materia del contendere*", come risulta dal verbale allegato (doc. 25), **abbandonava** il procedimento per reclamo precedentemente instaurato.

Orbene, non è ovviamente intenzione della ricorrente entrare nel merito dell'ordinanza di rigetto emessa dal Tribunale di Roma se non per rilevare l'assenza di qualsivoglia pronuncia sulla contraffazione dei Marchi ENEL - questione ben diversa da quella oggetto della predetta pronuncia - sulla quale il Tribunale di Roma ha correttamente dichiarato la propria incompetenza.

Ciò che **ancor di più rileva** ai fini del presente ricorso, anche per comprendere il ***modus operandi* della ricorrente**, è il fatto che Greenpeace:

- dapprima ha **fatto intendere di aver cessato** la campagna contro Enel che prevedeva, come dimostrato, anche la diffusione del *facsimile* delle bollette sporche, provocando così l'abbandono da parte di Enel del procedimento di reclamo;
- una volta che il predetto procedimento è stato abbandonato,

non ha esitato ad iniziare una nuova campagna contro Enel avente ad oggetto anche e proprio la diffusione di similari bollette (ancora con i Marchi ENEL);

- ed ha addirittura "**alzato il tiro**", diffondendo il finto giornale Metro con la finta pubblicità di Enel utilizzando indebitamente ed ancora una volta i Marchi ENEL.

Ogni commento è al riguardo superfluo, se non per sottolineare l'assai disinvolto (!) e spregiudicato comportamento processuale ed extraprocessuale di Greenpeace, che sfiora i limiti della temerarietà e che costringe Enel ad agire in via d'urgenza per la tutela dei propri diritti esclusivi di marchio. Non si vede infatti per quale motivo Enel dovrebbe consentire a Greenpeace non solo di utilizzare i propri celebri marchi registrati senza alcuna autorizzazione, ma persino di utilizzarli per denunciare le pretese "malefatte" di Enel (ma meglio sarebbe dire al fine di denigrare pesantemente Enel) e per raccogliere ed acquisire soci e fondi e forse, chi può dirlo, per iniziare o sponsorizzare un'attività in concorrenza con quella di Enel (come quanto accaduto in Germania legittima a pensare – cfr. pag. 5).

Ebbene, se da una parte Enel ovviamente rispetta il diritto di critica, diritto che certamente Greenpeace non mancherà di invocare in questa sede come una sorta di panacea idonea a coprire anche la più aggressiva e spregiudicata delle campagne di pretesa sensibilizzazione, è necessario osservare, dall'altra parte, che l'esercizio di tale fondamentale diritto nel caso di specie non implica in alcun modo, né richiede necessariamente, l'utilizzo dei celebri Marchi ENEL, che dunque avviene in maniera **indebita**, **ingiustificata** e con l'evidente **finalità di pregiudicare** l'immagine di Enel e dei suoi Marchi, nonché **di trarre vantaggi** economici per Greenpeace **in termini di consenso, sottoscrizioni di nuovi soci e, soprattutto, raccolta di fondi**.

* * *

II. IN DIRITTO

1. LA CONTRAFFAZIONE DEI MARCHI ENEL

La campagna di Greenpeace nei confronti di Enel costringe dunque quest'ultima ad agire per ottenere misure cautelari in via d'urgenza per la tutela dei propri diritti esclusivi sui Marchi ENEL, illegittimamente utilizzati da Greenpeace nell'ambito della propria attività.

Ed infatti, l'utilizzo da parte di Greenpeace dei Marchi ENEL, come sopra descritto, senza che per tale utilizzo sia stata data alcuna autorizzazione da parte di Enel, **integra una grave violazione dei diritti di marchio della ricorrente** sotto diversi profili.

L'**art. 20, comma I, lett. c)**, del D.Lgs. 30/2005 (Codice di Proprietà Industriale, di seguito "CPI") prevede, come noto, che il titolare che non ha prestato il proprio consenso ha diritto di vietare ai terzi l'utilizzo di

> [...]
> *c) un segno identico o simile al marchio registrato per prodotti o servizi **anche non affini**, se il marchio registrato goda dello stato di **rinomanza** e se l'uso del segno **senza giusto motivo** consente di trarre **indebitamente vantaggio** dal carattere distintivo o dalla rinomanza del marchio o **reca pregiudizio** agli stessi".*

In primo luogo, i Marchi ENEL essendo non solo marchi forti, ma altresì indubbiamente **rinomati** (come già pacificamente riconosciuto in giurisprudenza, cfr. per tutte Tribunale di Roma, Sezione Specializzata in Materia di Proprietà Industriale ed Intellettuale, del 21 luglio 2010, che ha riconosciuto la "***indubbia rinomanza*** [del Marchio ENEL] ***e*** [...] ***la potenza*** *della sua* ***forza evocativa***") (doc. 26), godono della tutela ultramerceologica di cui all'art. 20, comma I, lett. c) CPI.

Come noto, tale norma accorda tutela al marchio rinomato a **prescindere da qualsiasi rischio di confusione e/o di associazione**,

purché l'utilizzo dello stesso, senza giusto motivo, arrechi all'utilizzatore un indebito vantaggio o arrechi pregiudizio al marchio.

Ciò in quanto il marchio rinomato è tutelato anche nelle ipotesi di contraffazione non confusoria sul presupposto che il marchio rinomato costituisca il simbolo di un **insieme di informazioni e di suggestioni** che vengono richiamate nella mente dei consumatori ogni qual volta essi riconoscono nel segno del terzo un riferimento al marchio.

Ed infatti, secondo ormai consolidata giurisprudenza, la funzione del marchio non è oggi solo quella "tradizionale" di indicatore di origine del prodotto, bensì è anche **evocativa**, **attrattiva** e di **garanzia**, considerato il **valore autonomo/pubblicitario, di comunicazione, di investimento** (per le imprese e per il pubblico) del marchio stesso. Così si ritiene che il marchio sia "*il significante (strumento di comunicazione) che racchiude e comunica valori, conoscenze, qualità, almeno in parte autonome rispetto al significato (il prodotto o servizio)*", con la conseguenza che il suo valore risiede "*nella **capacità che il segno ha di catturare l'interesse dei consumatori**, anche in forza delle suggestioni e delle associazioni mentali che esso è in grado di evocare*" (Tribunale di Napoli, 5 novembre 1998; cfr. ancora Cassazione Civile, 21 ottobre 1998, n. 10416, Tribunale di Napoli, sentenza, 18 novembre 2006, nonché sentenza 1 febbraio 2006; ed ancora più di recente cfr. Tribunale di Napoli, ordinanza del 12 aprile 2010; Tribunale di Napoli, ordinanza del 31 dicembre 2010, Tribunale di Napoli, sentenza 18 maggio 2012 - inedite).

Conseguentemente, laddove l'utilizzo del marchio altrui senza autorizzazione sia in grado di **(i)** arrecare **pregiudizio** al marchio stesso e conseguentemente al suo titolare **oppure** sia in grado di **(ii)** consentire all'utilizzatore di trarre un **indebito vantaggio**, tale utilizzo si pone in aperta contraffazione del marchio *ex* art. 20, comma I, lett.

c) CPI.

Orbene, nella specie i predetti requisiti (che peraltro, come noto, non debbono necessariamente ricorrere cumulativamente) – (i) indebito vantaggio e (ii) pregiudizio – ricorrono **entrambi**.

In particolare,

(i) quanto **all'indebito vantaggio di Greenpeace**, lo spudorato utilizzo senza autorizzazione alcuna dei Marchi ENEL nella loro pressoché esatta riproduzione, da un lato, **non è in alcun modo necessitato** per i fini che la campagna dichiara (tutela dell'ambiente) e, dall'altro lato, conferisce inevitabilmente alla resistente un vantaggio indebito.

Non era infatti necessaria la riproduzione pressoché fedele dei Marchi ENEL sia nel *facsimile* delle bollette sia nel *facsimile* di pubblicità: Greenpeace **ben avrebbe potuto** portare avanti la propria campagna nei confronti di Enel (sulla legittimità della quale, sia nel merito, sia quanto alle modalità, Enel esprime la più forte opposizione) **senza utilizzare i marchi** della società ricorrente, ma limitandosi a menzionare "Enel" quale destinataria delle proprie critiche e censure. Non si dubita, infatti, che i destinatari della campagna di pretesa sensibilizzazione avrebbero comunque compreso contro chi la campagna fosse rivolta...

Tuttavia Greenpeace ha ben pensato di utilizzare i Marchi ENEL ed il motivo di ciò appare chiaro: l'utilizzo dei Marchi ENEL nell'ambito della campagna in questione consente a Greenpeace di **sfruttare indebitamente** la **forza attrattiva dei marchi stessi** al fine di realizzare la maggiore eco possibile (derivante dalla spendita e dalla denigrazione di un marchio immediatamente riconoscibile, assai noto e rinomato) e conseguentemente raccogliere quanti più nuovi soci e fondi possibili e quante più nuove contribuzioni possibili. Tali

contribuzioni, del resto, sono **esplicitamente sollecitate** dalla resistente stessa in calce ai documenti che denigrano i marchi della ricorrente (cfr. slogan: "***devolvi il 5x1000 a Greenpeace**, a te non costa nulla **per noi fa la differenza!***").

Insomma, l'uso dei Marchi ENEL da parte di Greenpeace non è affatto necessario per veicolare il messaggio di Greenpeace (riassumendo, "Enel è cattiva"), **ma è invece preordinatamente funzionale** a **catturare l'attenzione** dei destinatari al fine di sollecitare con la massima efficacia possibile la raccolta di fondi (per di più da destinare contro Enel!). In altri termini, è per Greenpeace un vero e proprio "**collettore di clientela**"!

Quanto precede, come dimostrato, fa parte della **più ampia strategia** di Greenpeace di perseguire il successo delle proprie campagne anche e soprattutto al fine di incrementare il numero dei sostenitori e incrementare così i propri fondi (cfr. doc. 13 in cui la resistente dichiara: "*il 2011 è stato un anno storico per Greenpeace Italia: ha visto infatti il nostro contributo, rilevante, alla vittoria del Referendum sul nucleare e – **anche grazie a questa campagna** – una crescita sensibile del numero dei sostenitori **che ci permettono di segnare un bilancio record***").

E' pacifico dunque, oltre che intuitivo, che maggiore è il numero dei sostenitori che Greenpeace riesce a coinvolgere ed attrarre con la propria campagna, **maggiori sono i fondi** che la resistente riesce a raccogliere.

Nulla di male, se non fosse che Greenpeace per raggiungere tale scopo viola spudoratamente i diritti esclusivi di Enel sui propri marchi, sfruttando indebitamente quella "***indubbia rinomanza***" e "***potenza** della* [...] ***forza evocativa***" ed attrattiva che la giurisprudenza ha, come visto, riconosciuto essere propria dei marchi oggi azionati.

L'utilizzo spregiudicato dei Marchi ENEL e la volontà di **agganciarsi** ad un marchio capace di attrarre in maniera particolare l'attenzione del pubblico è confermato dal fatto che Greenpeace ha scelto di porre al centro della propria campagna contro l'utilizzo del carbone **solamente i Marchi ENEL**, laddove vi sono ben altre quattro società - **Eon S.p.A.**, **Edipower S.p.A.**, **Tirreno Power S.p.A.**, **A2A S.p.A.** - che producono anch'esse energia attraverso centrali termiche alimentate a carbone e che, dunque, secondo quanto sostiene Greenpeace, sarebbero anch'esse corresponsabili di tutti i danni derivanti dall'utilizzo del carbone sul territorio nazionale. All'evidenza, Greenpeace ha ritenuto che i marchi o i segni distintivi delle altre predette società non avrebbero avuto lo stesso impatto mediatico e di **collettore dell'attenzione del pubblico**, dal che discende la scelta di concentrarsi sui Marchi ENEL.

Ebbene, anche solo in considerazione dell'evidente, gravissimo ed indebito vantaggio che Greenpeace trae dall'indebito sfruttamento dei celebri marchi in questione, la condotta della resistente integra una flagrante violazione di quanto previsto dall'art. 20, comma I, lett. c), CPI.

(ii) Ma v'è di più: non solo Greenpeace si avvantaggia indebitamente dall'uso dei Marchi ENEL, ma, al tempo stesso, arreca ai medesimi un gravissimo pregiudizio.

In proposito, va innanzitutto rilevato che tali marchi costituiscono senz'altro il principale strumento tramite il quale ENEL promuove la propria attività (che, come visto **non è certo solo quella di produzione di energia attraverso le centrali a carbone!**) e veicola l'immagine, la storia e la tradizione del Gruppo Enel.

L'indebito utilizzo dei marchi oggi azionati nell'ambito della descritta campagna denigratoria è in grado di **nuocere** gravemente a tutti quei

valori di avviamento che i marchi racchiudono e che rappresentano l'attività della ricorrente anche in settori del tutto diversi da quelli oggetto di attacco, come la produzione di energia attraverso, ad esempio, centrali idroelettriche, geotermiche, eoliche e fotovoltaiche. Produzione, questa che, in linea teorica, dovrebbe invece **stare a cuore** a Greenpeace che, come detto, ha addirittura legittimato l'utilizzo del suo marchio a favore della cooperativa Greenpeace Energy (di cui è socio onorario) che, come abbiamo dimostrato, **svolge attività in diretta concorrenza rispetto a quella di Enel in tali settori "verdi", il che aiuta a meglio comprendere il reale movente di un attacco tanto virulento nei confronti di Enel ...**

Si è del resto richiamato l'orientamento, consolidato in giurisprudenza, secondo cui la tutela del marchio si estende non solo nei casi in cui è violata la funzione di indicatore di origine dei prodotti, bensì anche quando ne è pregiudicata la funzione di comunicazione, investimento o pubblicità. Orientamento questo confermato anche in sede comunitaria (cfr. per tutte la sentenza della Corte di Giustizia delle Comunità Europee, nel noto caso L'Oreal, che ha statuito che "*il diritto esclusivo* [...] *deve essere pertanto riservato ai casi in cui l'uso del segno da parte di un terzo* ***pregiudichi*** *o possa pregiudicare le funzioni del marchio (sentenze 12 novembre 2002, causa C 206/01, Arsenal Football Club, Racc. pag. I 10273, punto 51; 16 novembre 2004, causa C 245/02, Anheuser-Busch, Racc. pag. I 10989, punto 59, e 25 gennaio 2007, causa C 48/05, Adam Opel, Racc. pag. I 1017, punto 21).* ***Fra dette funzioni è da annoverare*** *non solo la funzione essenziale del marchio consistente nel garantire al consumatore l'identità di origine del prodotto o del servizio, ma anche* ***le altre funzioni del marchio,*** *segnatamente quella di garantire la qualità del prodotto o del servizio di cui si tratti, o quelle di comunicazione,*

investimento o pubblicità" (Corte di Giustizia, sentenza del 18 giugno 2009, C-487/07).

Chiarito che la disposizione di cui all'art. 20, comma I, lett. c), CPI, tutela il marchio di impresa rinomato anche contro il pregiudizio alla sua distintività e/o attrattività rinveniente da un utilizzo indebito di terzi, non pare revocabile in dubbio che la condotta di Greenpeace sia massimamente idonea ad arrecare un tale gravissimo pregiudizio, e sia tale da letteralmente "bruciare" sul mercato l'immagine del marchio, privandolo del suo forte valore di avviamento e delle sue potenzialità anche in termini di una sua possibile futura espansione in nuovi ambiti merceologici.

Si aggiunga che l'illegittimo utilizzo dei Marchi ENEL da parte di Greenpeace è fonte di **irreparabile svilimento** di tutte le attività di investimento attuate dal Gruppo Enel negli ultimi anni, ivi inclusi tutti gli investimenti (doc. 2) diretti al miglioramento ed all'ottimizzazione della tecnologia per la produzione di energia da fonti rinnovabili ed al progressivo aumento della produzione di energia elettrica da tali fonti.

In definitiva, il danno provocato ai Marchi ENEL dall'indebito, ingiustificato e non necessario loro utilizzo da parte di Greenpeace è di proporzioni assai rilevanti e in larga misura già irreversibile, e dovrà essere tempestivamente arginato attraverso le misure cautelari richieste in questa sede.

2. VIOLAZIONE DELL'ART. 2043 C.C.

La condotta di Greenpeace è altresì e comunque da ritenersi illecita ai sensi dell'art. 2043 c.c., ai sensi del quale, come noto, "*qualunque fatto doloso o colposo che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno*".

Ebbene, nel caso di specie pare di tutta evidenza che Enel non possa permettere che Greenpeace utilizzi indebitamente i Marchi ENEL

proprio con la dichiarata finalità di arrecare a Enel medesima un grave pregiudizio.

- Del resto anche l'art. 21, comma II, CPI, quale norma di chiusura, vieta l'utilizzo del marchio in **modo contrario alla legge** o in modo da **indurre comunque in inganno il pubblico**.

Ed infatti nel caso di specie **l'utilizzo dei Marchi ENEL** da parte di Greenpeace è certamente idoneo ad integrare un **atto illecito ex art. 2043 c.c.** (e quindi contrario alla legge) ai danni di Enel anche in considerazione delle modalità con le quali i Marchi ENEL sono presentati al pubblico (ossia con modalità tali da indurre in inganno il pubblico), e ciò sotto i diversi profili che di seguito si riassumono:

- i Marchi ENEL, come dimostrato, non contraddistinguono la sola produzione di energia attraverso le centrali alimentate a carbone oggetto della denigratoria campagna di Greenpeace nel suo complesso, così come Enel non è l'unico operatore sul mercato che produce energia attraverso le centrali citate; la campagna di Greenpeace trasmette invece il messaggio che Enel produca solo energia da fonti non rinnovabili, e sia l'unica responsabile delle relative conseguenze ambientali;

- i Marchi ENEL sono usati nel finto giornale Metro (identico all'originale e distribuito da personale con identiche divise rispetto a quelle originali Metro) nella finta pubblicità Enel, al fine di indurre il lettore in errore e credere, quanto meno in un primo momento, di leggere una reale pubblicità Enel e la conseguente ammissione di responsabilità che Enel non ha mai ammesso e che anzi contesta fermamente. Da tale atto doloso di Greenpeace discende il grave danno che Enel sta subendo a causa dell'illegittimo utilizzo dei propri marchi.

Come anticipato, non è in discussione in questa sede l'esercizio del

diritto di critica e la libertà di manifestare la propria opinione da parte di Greenpeace. Ciò che invece si contesta sono le **modalità** con le quali vengono **utilizzati i Marchi ENEL**, certamente sufficienti ad integrare un atto illecito idoneo a causare gravi danni ad Enel: come riconosciuto dalla giurisprudenza consolidata, "*anche l'esercizio di un diritto, e comunque l'esplicazione di una attività non vietata (ma così non è), può costituire fattispecie ex art. 2043 c.c. quando non sia stato osservato quel minimo di prudenza e diligenza che si richiede quando la propria attività* ***viene ad ingerirsi nella sfera di interessi altrui***" (Cass. Civ. 21 ottobre 1988, n. 5716).

Ebbene, la condotta di Greenpeace sta certamente arrecando ai Marchi ENEL, e ad Enel stessa, un **danno ingiusto**, che dovrà pertanto essere risarcito all'odierna esponente nel giudizio di merito che verrà instaurato.

* * *

3. I PRESUPPOSTI PER L'ADOZIONE DELLE RICHIESTE MISURE CAUTELARI

La sussistenza del ***fumus boni iuris*** risulta comprovata da quanto sopra evidenziato e dalla documentazione prodotta in giudizio (docc. 1-26), da cui emerge la violazione da parte di Greenpeace dei diritti esclusivi di Enel sui propri marchi.

- Nel caso di specie risulta inoltre sussistente il requisito del ***periculum in mora*** e l'**estrema urgenza** nell'adozione delle misure cautelari, **anche *inaudita altera parte***, al fine di bloccare quanto prima possibile il comportamento della resistente, che come sopra descritto, è ragione di forte preoccupazione per Enel che ha fondato motivo di ritenere che, se non tempestivamente ed incisivamente bloccati, gli illeciti in suo **danno** attualmente in corso possano **ampliarsi** aggravando i danni irreparabili all'immagine, distintività, forza

evocativa ed attrattiva, prestigio ed avviamento dei Marchi ENEL e dell'azienda stessa.

Ciò anche in considerazione del fatto che gli illeciti attuati da Greenpeace si caratterizzano per una particolare **diffusività sul territorio nazionale stante anche l'utilizzo della rete Internet** per la loro concreta realizzazione, strumento quest'ultimo che consente la diffusione dell'attività illecita presso un numero potenzialmente elevatissimo di soggetti, con gravissimo ed irreparabile danno per la ricorrente ed i suoi marchi.

Laddove infatti l'illecito posto in essere venga attuato per il tramite della **rete Internet**, come nel caso di specie, la giurisprudenza ha ravvisato la sussistenza del *periculum in mora* "*in considerazione degli* ***effetti pregiudizievoli potenzialmente assai diffusi, anche in relazione al mezzo elettronico utilizzato per l'attività***" (Tribunale di Milano, ordinanza, 23 novembre 2012, Tribunale di Milano, ordinanza, 17 ottobre 2010, Tribunale di Napoli, 3 luglio 2003, Tribunale di Bologna, 30 giugno 2006).

Per tali ragioni la società esponente non può attendere i tempi del giudizio ordinario, che rischierebbero di porre nel nulla l'effettiva tutela dei diritti esclusivi di Enel.

In fattispecie, inoltre, l'imminenza del pregiudizio oltre che dal perdurare degli effetti degli atti illeciti da parte di Greenpeace, discende altresì dalla **reiterazione di tali comportamenti, i quali sono tuttora in atto.**

- Le predette misure vengono inoltre richieste ***inaudita altera parte***, *ex* art. 669 *sexies*, comma 2, c.p.c., è ciò anche in considerazione della **evidenza** e **gravità** degli illeciti contestati, dell'**urgenza**, della dimostrata **mala fede** e **temerarietà** insita nel comportamento della controparte, nonché al fine di non pregiudicarne l'attuazione, né

compromettere il risultato pratico e di evitare l'occultamento da parte della resistente del materiale mediante il quale viene posto in essere l'illecito contestato.

* * *

4. LE MISURE CAUTELARI RICHIESTE

Quanto sopra premesso, Enel richiede, per la tutela dei propri diritti in via d'urgenza, che siano disposte le seguenti misure cautelari:

- l'inibitoria ai sensi degli artt. 131 e 132 CPI e 700 c.p.c. e/o 2043 c.c. alla Greenpeace Onlus, assistita da adeguata penale, avente ad oggetto l'utilizzo dei Marchi ENEL, e di qualsivoglia altro segno confondibile con gli stessi, in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo, ed in particolare sulle "finte" bollette Enel, sul "finto" quotidiano "Metro", nonché sui siti internet *http://www.greenpeace.org/italy/it/* e *http://www.greenpeace.it/metro/*, nonché l'inibitoria di tali utilizzi su qualsiasi altro sito presente in Internet e/o su qualsiasi altro materiale vario comunque utilizzato dalla stessa, anche in relazione a future campagne di Greenpeace;
- il sequestro *ex* artt. 129, 130 e 132 C.P.I. e 700 c.p.c. di qualsiasi materiale (quali "finte" bollette Enel, "finto" Metro, volantini, comunicazioni pubblicitarie ed altre simili documentazioni, ecc..) utilizzato da Greenpeace nell'ambito della propria attività recante i Marchi ENEL, e/o qualsivoglia altro segno confondibile con i Marchi ENEL;
- l'ordine di pubblicazione dell'emanando provvedimento *ex* art. 126 CPI e 700 c.p.c., a caratteri tripli sui quotidiani "*Il Corriere della Sera*", "*La Repubblica*" e "*Il Sole 24 ORE*", a cura di parte ricorrente ed a spese della resistente, nonché sui siti internet http://www.greenpeace.org/italy/it/ e http://www.greenpeace.it/metro/.

In proposito si è rilevato, in fattispecie inerenti alla contraffazione di marchi, che tale misura assolve "*ad una funzione di prevenzione di ulteriori condotte contraffattive, al fine di una* ***più efficace tutela dell'immagine della società titolare del marchio***" (Tribunale di Roma, 24 giugno 2011).

* * *

L'accertamento della violazione dei diritti di privativa della ricorrente e degli atti illeciti posti in essere da Greenpeace formerà oggetto dell'instaurando **giudizio di merito**, nel corso del quale si provvederà alla quantificazione dei danni subiti dalla società ricorrente per effetto delle predette attività illecite ed alle conseguenti richieste risarcitorie.

* * *

Tutto ciò premesso, **Enel S.p.A.**, *ut supra* rappresentata e difesa,

CHIEDE

che l'Ill.mo Tribunale adito voglia, ai sensi degli artt. 614 *bis*, 669 *bis* e ss. c.p.c., 700 c.p.c., , 126, 128-132 CPI e/o 2043 c.c., per i motivi tutti esposti in narrativa, ***inaudita altera parte***:

- **inibire** a Greenpeace Onlus, con sede in Roma, Via della Cordonata, 7 (Cod. Fisc. 97046630584), in persona del legale rappresentante *pro tempore*, l'uso dei Marchi ENEL così come individuati in narrativa nonché di qualsivoglia altro segno confondibile con i Marchi ENEL, in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo, ed in particolare sulle "finte" bollette Enel, sul "finto" quotidiano "Metro" nonché sui siti internet *http://www.greenpeace.org/italy/it/* e *http://www.greenpeace.it/metro/*, nonché inibire tali utilizzi su qualsiasi altro sito presente in Internet e/o su qualsiasi altro materiale vario, comunque utilizzato dalla resistente, anche in relazione a future campagne di Greenpeace;
- **disporre il sequestro** di tutti i materiali (quali "finte" bollette Enel,

"finto" Metro, volantini, pubblicità, ecc.) recanti i Marchi ENEL, come meglio individuati in narrativa, nonché qualsivoglia altro segno confondibile con i Marchi ENEL, costituenti contraffazione dei Marchi ENEL, sequestro da eseguirsi presso la Greenpeace Onlus, con sede in Roma, Via della Cordonata, 7 (Cod. Fisc. 97046630584), eventuali sedi secondarie, uffici, depositi, dipendenze e pertinenze della stessa, nonché presso eventuali terzi, autorizzando la società ricorrente ed i loro difensori ad assistere alle operazioni di sequestro;

- **disporre** a carico di Greenpeace Onlus, in persona del legale rappresentante *pro tempore*, **una penale** nella misura di Euro 3.000,00 (tremila) per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione dell'emanando provvedimento e di Euro 500,00 (cinquecento) per ogni violazione successivamente constatata;

- **ordinare la pubblicazione dell'emanando provvedimento** a cura della ricorrente ed a spese della resistente sui quotidiani "*Il Corriere della Sera*", "*La Repubblica*" e "*Il Sole 24 ORE*" pubblicazione da effettuarsi entro le prime 20 pagine del quotidiano, a caratteri tripli del normale, per due volte anche non consecutive, disponendo che la ricevuta dei rispettivi pagamenti costituisca titolo esecutivo per il recupero delle somme spese, nonché, a cura e spese della resistente, per almeno 30 giorni consecutivi, a partire dal quinto giorno dalla comunicazione del provvedimento, sulla *homepage* dei siti internet *http://www.greenpeace.org/italy/it/* e *http://www.greenpeace.it/metro/*;

- **disporre ogni altro provvedimento ritenuto idoneo** ed opportuno ad assicurare provvisoriamente gli effetti della decisione nel merito.

Con vittoria di spese, diritti, onorari, oltre IVA e CPA e spese generali come per legge.

* * *

Il valore della presente controversia è indeterminato.

Si deposita quale allegato A la dichiarazione ai sensi del d.lgs. 28/2010.

Si **producono**, secondo le modalità comunicate dall'Ill.mo Presidente di codesta Sezione Specializzata in data 15 novembre 2011, **i seguenti documenti** su supporto elettronico in duplice copia (copia ufficio e copia controparte):

doc. 1) pagina sito Enel *http://www.enel.com/it-IT/group/about_us/*;

doc. 2) bilancio di sostenibilità Enel 2011;

doc. 3) rapporto ambientale 2011;

doc. 4) bilancio consolidato Enel 2011;

doc. 5) copia registrazione marchio italiano figurativo n. 0001299013;

doc. 6) copia registrazione marchio italiano figurativo n. 0001208785;

doc. 7) copia registrazione marchio internazionale figurativo n. 1005138;

doc. 8) copia registrazioni marchio italiano "L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA";

doc. 9) visura di Greenpeace Onlus;

doc. 10) copia registrazione marchio comunitario figurativo n. 0900437;

doc. 11) statuto Greenpeace Onlus;

doc. 12) bilancio sociale Greenpeace Onlus 2011;

doc. 13) pagina internet *http://www.greenpeace.org/italy/it/chisiamo/ufficio-italiano/il-bilancio/*;

doc. 14) pagina originale e traduzione del sito internet wikipedia nonché del sito internet di Greenpeace Energy Eg;

doc. 15) finta bolletta Enel;

doc. 16) comunicato Greenpeace relativo alla diffusione delle finte bollette Enel;

doc. 17) varie notizie apparse su internet che riportano che Greenpeace ha diffuso le finte bollette Enel a Milano;

doc. 18) schermata internet relativa alla reperibilità delle finte bollette Enel;

doc. 19) originale bolletta Enel;

doc. 20) copia finto Metro distribuito da Greenpeace;

doc. 21) comunicato stampa di Greenpeace relativo alla distribuzione del finto Metro;

doc. 22) pagina internet *ad hoc*, *http://www.greenpeace.it/metro/*, ove è rinvenibile, il finto Metro;

doc. 23) foto relative alla diffusione del finto Metro;

doc. 24) copia ricorso Enel;

doc. 24 *bis*) copia ordinanza del Tribunale di Roma del 6 luglio 2012;

doc. 25) verbale dell'udienza del procedimento di reclamo del 12 ottobre 2012;

doc. 26) copia ordinanza del Tribunale di Roma del 21 luglio 2010.

Copia cartacea dei predetti documenti resta a disposizione su richiesta del designando Giudice.

Milano, 26 febbraio 2013

Avv. Enrico Adriano Raffaelli

Avv. Giuseppe Ferrara

Avv. Elisabetta Teti

Avv. Ottavia Raffaelli

TRIBUNALE DI MILANO
Depositato in Cancelleria
CENTRALE CIVILE
6 FEB 2013
L'ASSISTENTE GIUDIZIARIO

TRIBUNALE DI MILANO

Sezione specializzata in materia d'impresa

Sezione A

Decreto

nel procedimento cautelare iscritto al N. 14408/2013 R.G. promosso da:

ENEL s.p.a.

ricorrente

contro:

GREENPEACE ONLUS

resistente

****

Il giudice designato, dott. Claudio Marangoni;

visto il ricorso cautelare depositato dalla parte ricorrente;

ritenuto che non sussistano i presupposti per l'adozione di provvedimenti *inaudita altera parte;*

p.q.m.

fissa per la comparizione delle parti dinanzi a sé l'udienza del 5.4.2013 ore 11.00 con termine per la notifica del ricorso e del presente decreto entro il 15.3.2013 ed assegnando a controparte termine fino al 2.4.2013 per deposito di memoria di costituzione e documenti.

Milano, 4.3.2013

il Giudice

Dott. CLAUDIO MARANGONI

FATTO AVVISO TELEMATICO IL 5/3/13 DA

E' copia conforme all'originale

Milano, - 6 MAR 2013

L'ASSISTENTE GIUDIZIARIO
Franca ESPOSITO

Firmato Da: CIROLLA LUCIA Emesso Da: POSTECOM CA2 Serial#: c2514 - Firmato Da: MARANGONI CLAUDIO Emesso Da: POSTECOM CA2 Serial#: c1b58

<u>RELAZIONE DI NOTIFICA</u>: ad istanza di Enel S.p.A. ut supra rappresentata e difesa Io sottoscritto Ufficiale Giudiziario addetto all'Ufficio Notifiche della Corte d'Appello di Roma ho notificato copia autentica del retroesteso ricorso e pedissequo decreto all'Associazione Greenpeace – Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale (Cod. Fisc. 97046630584) in persona del legale rappresentante *pro-tempore*, presso la sede legale in Roma, Via della Cordonata, 7, ivi a mani:

RELAZIONE DI NOTIFICA: ad istanza di Enel S.p.A. ut supra rappresentata e difesa Io sottoscritto Ufficiale Giudiziario addetto all'Ufficio Notifiche della Corte d'Appello di Roma ho notificato copia autentica del retroesteso ricorso e pedissequo decreto all'Associazione Greenpeace – Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale (Cod. Fisc. 97046630584) in persona del rappresentante *pro-tempore*, presso la sede operativa in Milano, Via Piranesi Giovanni Battista, 10, ivi.

COPIA

UNEP - CORTE DI APPELLO DI ROMA

Settore **7** Zona **108**

CASSA **1** /2013 Cron. **4.368** Dest. **1/1** Data Ric. **11/03/2013**

Richiedente: **COCCO/RUCCELLAI**

Relazione di Notificazione **URGENTE**

Trasf. **5,28** Sp.postale **0,00**

Richiesto come in atti, io sottoscritto Ufficiale Giudiziario addetto all'Ufficio Unico c/o la Corte di Appello di Roma, ho notificato il presente atto a **ASSOCIAZIONE GREENPEACE ORGANIZZAZIONE NON LUCRATIVA DI UTILITÀ SOCIALE IN PERSONA DEL LEG.RAPPR. PRO TEMPORE**

ROMA - VIA DELLA CORDONATA, 7

mediante consegna di copia conforme all'originale a mani di persona qualificatasi per Paga Manuela dipendente

capace e convivente, che si incarica della consegna in assenza del destinatario e di persone idonee a ricevere l'atto, in busta chiusa e sigillata, ai sensi di legge.

Roma, 12/03/13

L'Ufficiale Giudiziario

D.ssa Laura SANSONI

Ai sensi dell'art. 140 c.p.c., curando il deposito della copia dell'atto in busta chiusa e sigillata completa di numero cronologico, nella Casa Comunale di Roma, per non aver rinvenuto alcuno all'indicato domicilio e/o per l'assenza o il rifiuto di persone idonee a cui poter consegnare l'atto ai sensi di legge.

Roma, _____ L'Ufficiale Giudiziario _____

CORTE DI APPELLO DI ROMA