

**Beni - immateriali - marchio - in genere (esclusività del marchio) – Corte di Cassazione
Sez. 1, Sentenza n. 10826 del 25/05/2016**

Cessione di marchio - Segno distintivo, recante un nome anagrafico, registrato come marchio denominativo - Sua adozione come marchio (oltre che come denominazione sociale) in settori merceologici identici o affini da parte del cedente - Possibilità - Esclusione - Fondamento - Limiti.

In tema di cessione del marchio (nella specie "Fiorucci"), un segno distintivo costituito da un certo nome anagrafico e validamente registrato come marchio denominativo (nella specie, fra gli altri, "Love Therapy by Elio Fiorucci"), non può essere di regola adottato, in settori merceologici identici o affini, come marchio (oltre che come denominazione sociale), salvo il suo impiego limitato secondo il principio di correttezza professionale, neppure dalla persona che legittimamente porti quel nome, atteso che il diritto al nome trova, se non una vera e propria elisione, una sicura compressione nell'ambito dell'attività economica e commerciale, ove esso sia divenuto oggetto di registrazione, prima, e di notorietà, poi, ad opera dello stesso creativo che poi l'abbia ceduto ad altri.

Corte di Cassazione Sez. 1, Sentenza n. 10826 del 25/05/2016