

## **Beni - immateriali - marchio (esclusivita' del marchio) – Cass. n. 8942/2020**

Capacità distintiva - Valutazione - Termine di riferimento - Capacità percettiva del consumatore medio - Riferimento alla particolare categoria dei soggetti destinatari dei beni o dei servizi - Necessità - Criteri.

In tema di marchi, ai fini della valutazione della capacità distintiva dei segni utilizzati dall'imprenditore per contraddistinguere i propri prodotti e servizi, in modo da consentire l'immediata individuazione della loro provenienza, differenziandoli da quelli dei concorrenti, occorre fare riferimento alla capacità percettiva non del pubblico in genere, ma di quella particolare categoria di soggetti ai quali i prodotti sono destinati, le cui facoltà di discernimento devono essere rapportate alla capacità critica propria di un destinatario mediamente intelligente, accorto ed informato sui prodotti del genere merceologico di appartenenza.

Corte di Cassazione, Sez. 1 - , Sentenza n. 8942 del 14/05/2020 (Rv. 657905 - 02)

Riferimenti normativi: [Cod\\_Civ\\_art\\_2598](#)

**corte**

**cassazione**

**8942**

**2020**