

Mancato riferimento ad altri marchi registrati o con forza evocativa – Cass. n. 8276/2022

Beni - immateriali - diritti di autore (proprietà intellettuale) (soggetti del diritto) - opere protette (oggetto del diritto) - carattere creativo - Diritto d'autore - Oggetto - Messaggio pubblicitario (c.d. slogan o claim) - Possibilità - Condizioni - Originalità - Mancato riferimento ad altri marchi registrati o con forza evocativa - Necessità.

In tema di diritto di autore, la rivendicazione, ai sensi dell'art. 2 n. 4, della l. n. 633 del 1941 (legge sul diritto d'autore), del diritto di privativa per intervenuta registrazione di un messaggio pubblicitario (cd. slogan o claim), postula che sia dimostrata l'originalità del creato, da escludersi quando il messaggio faccia riferimento a marchi già registrati o dotati di forte capacità evocativa, perché quel collegamento, per la sua forza evocativa autonoma, fa venir meno la parte creativa dello slogan e ne esclude il carattere innovativo.

Corte di Cassazione, Sez. 1 - , Sentenza n. 8276 del 14/03/2022 (Rv. 664363 - 01)

Corte

Cassazione

8276

2022