

Cessione del marchio patronimico – Cass. n. 20269/2022

Beni - immateriali - marchio (esclusività del marchio) - in genere - Cessione del marchio patronimico - Decadenza ex art. 14, comma 2, lett. a), del c.p.i. - Presupposti - Accertamento - Questione di fatto - Conseguenze.

In tema di cessione di marchio patronimico, l'art. 14, comma 2, lett. a), c.p.i., nel prevedere la generale decadenza del marchio divenuto idoneo a indurre in inganno il pubblico circa la qualità o la provenienza dei prodotti, non richiede semplicemente che si verifichi un peggioramento dei livelli qualitativi dei prodotti contraddistinti, essendo necessaria una relazione eziologica col modo e col contesto in cui il marchio viene utilizzato dal nuovo titolare, fermo restando che l'accertamento di tali profili, e della stessa relazione eziologica, è questione di fatto e il relativo giudizio, se debitamente motivato, resta sottratto al sindacato di legittimità.

Corte di Cassazione, Sez. 1 - , Ordinanza n. 20269 del 23/06/2022 (Rv. 665226 - 01)

Corte

Cassazione

20269

2022