

INDICE SOMMARIO

I.	LA VALORIZZAZIONE DEGLI ISTITUTI DI FATTO NELL'EVOLUZIONE DELLA DISCIPLINA DELLA PROPRIETÁ INDUSTRIALE	
1.	Il Codice della proprietà industriale come momento di valorizzazione del marchio di fatto	1
2.	Il cammino dei segni distintivi di fatto verso la valorizzazione	2
3.	La valorizzazione degli altri istituti di fatto della proprietà industriale	6
II.	PROFILI DI ANALISI ECONOMICA E DIFFERENZIALE	
1.	La registrazione del marchio comporta maggiore onere economico	9
2.	Le motivazioni alla base della opzione per il marchio di fatto	11
3.	La rinuncia alla registrazione si traduce in minore competitività	12
4.	Registrazione ed uso: due sistemi a confronto	14
III.	LE CONSEGUENZE DELLA “CODIFICAZIONE” DEL MARCHIO DI FATTO IN UN BENE DELLA PROPRIETÁ INDUSTRIALE	
1.	Il marchio di fatto quale diritto non titolato	17
2.	Le motivazioni del passaggio della tutela del marchio di fatto dalla disciplina della concorrenza sleale al Codice della proprietà industriale	18
3.	Il diverso trattamento riservato alla forma tutelabile con l'azione di imitazione servile	21
4.	Il marchio di fatto e la nuova disciplina sanzionatoria del Codice della proprietà industriale	24
5.	Il “frazionamento” della disciplina del marchio di fatto	30

IV. TITOLARITÀ DEL MARCHIO DI FATTO

- | | | |
|----|---|----|
| 1. | L'assenza di registrazione può rendere problematica la individuazione del titolare del marchio di fatto | 33 |
| 2. | La legittimazione alla titolarità del marchio di fatto | 37 |
| 3. | In caso di conflitto la titolarità spetta al preutente | 39 |

V. I REQUISITI DEL MARCHIO DI FATTO

- | | | |
|----|---|----|
| 1. | I requisiti del marchio di fatto coincidono con quelli del marchio registrato | 41 |
| 2. | Il requisito della novità | 43 |
| 3. | Il requisito della idoneità distintiva | 44 |
| 4. | Il requisito della liceità | 46 |

VI. LA FATTISPECIE COSTITUTIVA: L'USO

- | | | |
|----|---|----|
| 1. | Le norme applicabili | 51 |
| 2. | La concreta idoneità distintiva | 56 |
| 3. | La fattispecie costitutiva tra uso e notorietà | 60 |
| 4. | L'uso non coincide con quello richiesto ai fini della "secondarizzazione" del segno nè con quello idoneo a neutralizzare la decadenza | 62 |
| 5. | La nozione di uso deve essere correlata alla previsione normativa del marchio di fatto sprovvisto di notorietà | 67 |
| 6. | L'uso come utilizzazione del marchio sul prodotto od in correlazione al servizio | 69 |
| 7. | La "consistenza" dell'uso | 73 |
| 8. | Profili particolari dell'uso | 75 |
| 9. | L'uso pubblicitario | 77 |

VII. LA FATTISPECIE COSTITUTIVA: LA NOTORIETÀ

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | Notorietà ed uso | 87 |
| 2. | La nozione di notorietà | 89 |
| 3. | Il contenuto della notorietà: profili generali | 91 |
| 4. | La valutazione della notorietà nel profilo quantitativo | 94 |
| 5. | I fattori della valutazione quantitativa della notorietà | 99 |
| 6. | Notorietà e forza espansiva del marchio di fatto | 106 |
| 7. | Il profilo territoriale della notorietà: notorietà locale e notorietà non puramente locale | 112 |
| 8. | I criteri per l'accertamento della notorietà non puramente locale | 119 |

VIII. LA TUTELA MERCEOLOGICA

- | | |
|----|--|
| 1. | La tutela del marchio di fatto non è limitata ai prodotti o servizi in connessione |
|----|--|

ai quali è usato	112
2. Il giudizio di affinità merceologica	132
3. Il marchio di fatto che gode di rinomanza	135
IX. LA COESISTENZA TRA MARCHIO DI FATTO E MARCHIO REGISTRATO	
1. Il conflitto tra marchio di fatto e marchio registrato	141
2. L'attenuazione della valenza invalidante attribuita al marchio di fatto	142
3. Lo scopo della convalidazione	144
4. Convalidazione e marchio di fatto	145
5. Profili generali della convalidazione	148
6. I parametri della convalidazione secondochè operi tra marchi registrati o tra un marchio di fatto ed uno registrato	151
7. Il quinquennio d'uso	154
8. La conoscenza dell'uso	157
9. Eventi esterni e convalidazione	159
10. Gli effetti della convalidazione	159
11. La cristallizzazione del marchio di fatto	163
12. Convalidazione e correttezza della condotta concorrenziale	169
13. Decorrenza, prova della fattispecie costitutiva e legittimazione	170
X. L'ESTINZIONE	
1. Cessazione dell'attività di impresa ed estinzione del marchio di fatto	175
2. La cessazione dell'uso del marchio di fatto ed i suoi molteplici possibili effetti	178
3. La cessazione dell'uso quale fatto estintivo del marchio di fatto	179
4. Il profilo differenziale nella neutralizzazione del non uso tra marchio di fatto e marchio registrato	186
5. Le modificazioni del marchio di fatto e la fattispecie estintiva	189
XI. PROFILI PROCESSUALI	
1. Il rafforzamento della tutela giurisdizionale del marchio di fatto	191
2. La prova del preuso	195
BIBLIOGRAFIA	205