

Il marchio dell'hotel non viene ceduto insieme all'edificio

Proprietà intellettuale

Con la compravendita viene trasferita solo la proprietà del fabbricato

Gianluca De Cristofaro
Matteo Di Lerna

Anche se un contratto di compravendita di un immobile prevede la cessione di tutti i «diritti inerenti al complesso immobiliare», questi «diritti» non comprendono l'uso del marchio che contraddistingue i servizi resi attraverso l'immobile. Il marchio, infatti, non corrisponde necessariamente al «nome» dell'immobile oggetto di compravendita (nomi di palazzi sono, ad esempio «Spini-Feroni», o «Strozzi»).

Lo ha stabilito la Cassazione con l'ordinanza del 5 marzo 2024 (n. 5866), con cui ha ribadito che un marchio è un segno che contraddistingue i prodotti e/o i servizi di un'impresa, e non un diritto correlato ad un edificio oggetto di una compravendita immobiliare.

La decisione riguarda lo storico «Hotel Britannique» di Napoli, che nel 2016 è stato venduto dalla società Hotel Britannique alla società Palazzo Caracciolo, che ha acquisito la proprietà (le mura) del palazzo che ospitava il famoso albergo.

A fronte della compravendita, l'Hotel Britannique ha cessato la sua attività alberghiera, e la società Palazzo Caracciolo ha deciso di continuare ad utilizzare il nome «Hotel Britannique», per contraddistin-

guere il servizio alberghiero erogato nel palazzo acquisito, depositando altresì una domanda di marchio.

Hotel Britannique ha però contestato a Palazzo Caracciolo di non aver ottenuto – con l'acquisto delle mura – anche i diritti di marchio sul nome «Britannique» (che non corrisponde al «nome» del palazzo). Il suo uso, dunque, era illegittimo, e il relativo marchio nullo. Palazzo Caracciolo, al contrario, sosteneva che il contratto di compravendita includeva la cessione del marchio e che, in ogni caso, la cessazione dell'attività alberghiera di Hotel Britannique impediva a quest'ultimo di continuare a vantare diritti sul nome dell'Hotel. Hotel Britannique ha, così, instaurato un giudizio di merito di fronte al Tribunale di Roma, per la nullità del marchio depositato da Palazzo Caracciolo. Il Tribunale ha rigettato le richieste di Hotel Britannique, ritenendo che quest'ultima non potesse vantare diritti sul nome «Britannique».

La decisione è stata appellata. La Corte d'Appello di Roma ha, invece, ritenuto che il marchio «Britannique» fosse rimasto in titolarità di Hotel Britannique nonostante la vendita dell'immobile, e che, quindi, quest'ultimo potesse validamente contestare il deposito e l'uso dello stesso nome da parte di Palazzo Caracciolo.

Contro la decisione, Palazzo Caracciolo ha proposto ricorso in Cassazione, che ha respinto il ricorso confermando che tra le parti fosse intercorsa una semplice compravendita immobiliare, che non prevedeva alcunché circa la cessione del marchio «Hotel Britannique».