

Il dominio «fiorentina.it» spetta solo alla società: sconfitto il sito dei tifosi

Calcio & marchi

Il tribunale: marchio notorio, registrazione e usi sono illegittimi

Alessandro Galimberti

Le *community* di tifosi non possono utilizzare il nome e neppure i segni distintivi della propria squadra del cuore per dialogare e generare traffico *online* attraverso siti dedicati. Tantomeno possono registrare il marchio (copiato) della squadra per produrre e per commercializzare gadget, abbigliamento e oggetti griffati.

La sentenza con cui il Tribunale di Milano - Sezione impresa, 3435/2024 - ha riconosciuto alla Fiorentina la sostanziale esclusiva dell'utilizzo del nome e del marchio, fissa principi importanti per quei tifosi - e sono tanti - che "partecipano" anche troppo intensamente alle sorti della squadra del cuore. I giudici del capoluogo lombardo, sottolineando che i marchi delle franchigie - e soprattutto quelli del calcio - non possono essere qualificati tecnicamente come «deboli» (anche se, normalmente, fanno riferimento a città o aree geografiche), hanno ribadito che i nomi usati in campo sportivo, se notori, possono essere registrati o usati come marchi solo «dall'avente diritto, o con il consenso di questi» come del resto prevede il codice della proprietà industriale (articolo 8, terzo comma). Il caso che oppo-

neva la Fiorentina - assistita dai legali Roncaglia, Rossi e Zanon, di Spheriens - a Zaffiro srl e C&C Media, era complicato dalla risalente esistenza del sito "*fiorentina.it*" (1998, con prima registrazione nel 2001) e dalla altrettanto lunga coesistenza con le attività della stessa società gigliata, tra conferenze stampa e accrediti per seguire le partite nella tribuna dei giornalisti. Quanto bastava alle società convenute a giudizio (C&C mera fornitrice di contenuti del sito della Zaffiro) per eccepire la lunga tolleranza del ricorrente, anche nella più ampia materia del contendere relativa al marchio «fiorentina.it» registrato nel 2009 (la causa è stata intentata solo nel 2020).

Ma è proprio sull'eccezione di convalidazione che la sentenza spende le argomentazioni più pesanti: «Considerata la notorietà dei marchi della Fiorentina, che sono celebri e conosciuti in Italia e all'estero, per effetto dei successi sportivi della squadra, che è il simbolo della città di Firenze, può ritenersi provato che la dante causa della convenuta Zaffiro fosse a conoscenza dell'esistenza e dell'uso del marchio "Fiorentina"» e che quindi all'origine ci fu quella «malafede» che fa crollare la pretesa. Anche le tipologie merceologiche registrate «estrane alle attività editoriali» lasciano intendere che dall'inizio ci fu l'intenzione di sfruttare commercialmente e abusivamente il marchio Fiorentina.

Marchio che, insieme al dominio del sito, va restituito all'unico titolare legittimo. Che non è, romanticamente, la *community* dei tifosi.