

NOME E DOMAIN NAME

Il nome (di dominio) di associazioni (politiche) tra profili ideologici e interessi mediatici

TRIBUNALE DI ROMA, 12 marzo 2008 - Rel. lenzi

Uso di nome e domain names da parte di associazioni politiche non riconosciute - Confondibilità - Estensione della disciplina dei segni distintivi ai domain names - Applicazione dell'art. 7 c.c. e richiamo del diritto all'identità personale - Inibizione della prosecuzione dell'uso del segno distintivo - Trasferimento dei domain names - Pubblicazione del dispositivo della sentenza.

(c.c.art. 7)

La denominazione degli enti, in quanto equivalente del nome, gode della medesima tutela attribuita dall'art. 7 c.c. nel caso in cui il nome (o la denominazione) sia da altri usurpato con un pregiudizio di carattere economico o morale per il titolare. Il diritto di usare un nome a dominio spetta al titolare del diritto al nome e a chi ha provveduto per primo a registrarlo.

...*Omissis*...

I ricorrenti agiscono sia per la tutela del nome e dell'identità personale dell'associazione Rosa bianca, che per quella dei diritti anteriori sul proprio *domain name* "rosabianca.org" registrato il 9 giugno 2000.

Con riferimento al primo aspetto, è ormai pacifico in giurisprudenza il principio secondo cui la denominazione degli enti, in quanto equivalente del nome, gode della medesima tutela a quest'ultimo attribuita dall'art. 7 c.c., nel caso in cui il nome o denominazione sia da altri usurpato con un pregiudizio di carattere economico o morale per il titolare.

In particolare l'ordinamento tutela non solo il nome ma il diritto all'identità personale intesa come interesse del soggetto ad essere se stesso, cioè come diritto della persona ad essere tutelata contro attribuzioni estranee alla propria personalità, ad evitare che questa ne risulti trasfigurata o travisata.

Nel caso di specie è evidente il diritto dell'associazione ricorrente ad agire per chiedere la tutela del proprio nome e della propria identità personale.

Invero il nome "Rosa Bianca" identifica da decenni

l'attività della ricorrente, come dimostrato da tutta la documentazione prodotta, individuando l'identità storica, politica e culturale dell'associazione.

Come specificato nel ricorso si tratta di un'associazione di cultura e impegno politico, che prende il nome e l'ispirazione da un gruppo di studenti tedeschi che si opposero al regime nazista, e che fin dal 1978 opera con lo scopo di diffondere la cultura cattolico-progressista.

Lo stesso nome dunque non può essere usato da un altro e diverso movimento politico, differente per storia e orientamento politico, essendo quell'uso idoneo a creare confusione ed a ledere l'identità personale dell'associazione ricorrente.

In particolare idoneo a creare confusione è l'uso del proprio nome come *domain name* da parte del sig. Sanseverino, dal momento che si tratta di nomi a dominio ("larosabianca.net" e "larosabianca.com") praticamente identici a quello dell'associazione Rosa Bianca (rosabianca.org), che costituisce segno distintivo dell'associazione non riconosciuta ricorrente.

I *domain names* si differenziano solo per la presenza di un articolo determinativo. Inoltre per giurisprudenza

costante le particelle quali “.it” o “.com”, che indicano il c.d. *top level domain name* non sono sufficienti a differenziare il segno distintivo. Del resto i ricorrenti hanno dimostrato che la confusione si è in pratica verificata fin dall’inizio quando tutti gli utenti di internet, ricercando il sito del nuovo partito digitavano direttamente il nome dello stesso “rosabianca” andando così a finire sul sito dell’associazione esponente ed inviando moltissime e-mail all’indirizzo di posta elettronica segnalato dal sito rosabianca.org. La confusione si è poi aggravata quando il nuovo movimento politico ha attivato il proprio sito Internet, a causa della compresenza di sue siti, che presentano sostanzialmente lo stesso nome a dominio, riconducibili tuttavia a due ben distinti movimenti politici. Evidentemente il diritto di usare un nome a dominio caratterizzato dal nome “Rosa Bianca” spetta all’associazione ricorrente, sia per il diritto al nome sia

per il poziore diritto sul nome a dominio rosabianca.org, la cui registrazione risale al 2000.

Il danno che si può verificare per l’associazione ricorrente deriva inevitabilmente dall’oscuramento conseguente alla massiccia presentazione agli elettori del neo-costituito movimento politico e dal suo sito Internet.

Sussiste conseguentemente anche il pericolo nel ritardo, in quanto attendere l’esito del giudizio di primo grado danneggerebbe l’associazione Rosa Bianca, che non avrebbe modo di far conoscere pienamente la propria attività discendente dalla sua identità culturale, con grave lesione dei diritti personalissimi.

Il ricorso va pertanto accolto nelle conclusioni richieste con conseguente condanna alle spese di parte resistenti.

... *Omissis*...

IL COMMENTO

di Lara Trucco

Nell’articolo si esamina a chi spetti il diritto di utilizzo di nome e domain name in caso di riscontrata “confusione” con altri “segni distintivi” e la possibile rilevanza, in tale determinazione, del diritto all’identità personale.

1. I fatti all’origine della controversia

Denominazioni del tipo, “il corsaro nero”, “la lanterna blu”, “bandiera gialla” si può dire che appartengano ormai alla toponomastica più comune, se non addirittura all’immaginario collettivo. Qualcosa del genere avviene anche per “la rosa bianca”, che evoca immagini bucoliche ed insieme momenti romantici ed idilliaci.

Niente però di tutto questo ha a che vedere col caso di specie, in cui oggetto del contenzioso è stato l’utilizzo della medesima denominazione da parte di due associazioni “politicamente impegnate”. Situazione, per vero, che forse non avrebbe nemmeno destato molta attenzione, considerata la predilezione che i partiti dimostrano per certi tipi di nomi (tra cui quelli di piante e fiori), e la rissosità manifestata negli ultimi tempi, specie in campagna elettorale... non fosse stato che la controversia ha riguardato altresì, segno dei tempi che cambiano, l’utilizzo di un analogo *domain name*: “rosabianca.org” e “rosabianca.com” e “.net”.

Più nello specifico, l’associazione ricorrente si è rivolta in via d’urgenza all’autorità giudiziaria lamentando il fatto che la recente costituzione di una formazione politica, differente per storia e orientamento politico, egualmente denominatasi, avesse prodotto una «gravissima» confusione identitaria. Neppure la pre-

sunta fusione con un’altra formazione politica, poi, secondo la ricorrente, avrebbe risolto le cose, dal momento che l’associazione si era presentata autonomamente alle elezioni amministrative in varie realtà locali, con la conseguenza che in seno agli organi di stampa - e conseguentemente tra il pubblico - l’associazione neo-costituita sarebbe continuata ad essere identificata come “Rosa Bianca”, senza che fosse mai intervenuta nessuna rettifica o smentita pubblica da parte dell’associazione stessa. Che, anzi, da ultimo, si era presentata sul web con un sito con identica denominazione, nonostante la parte ricorrente avesse già provveduto a registrare in precedenza un *domain name* analogo, aggravando, secondo parte attrice, la situazione per “la confusione” e l’“oscuramento” provocati in suo danno a causa della compresenza di due siti, aventi lo stesso nome a dominio, riconducibili tuttavia a due ben distinti movimenti politici. Di qui la lamentata violazione davanti ai giudici di nome ed identità personale, nonché dei diritti anteriori sul *domain name* “rosabianca.org”.

2. Le concezioni “identificativa” e “individuativa” del *domain name*

A quest’ultimo riguardo, benché sia ormai copiosa la giurisprudenza in materia di “nome a dominio”, tuttavia più unici che rari sono i casi in cui compaiono associazioni, in particolare, di “natura politica”. Piuttosto, da quando internet ha fatto la sua comparsa nella società, le controversie direttamente o indirettamente riguardanti il *domain name* hanno visto coinvolte soprattutto società e imprese (di vario genere), ed in qualche caso persone fisiche.

Com’è noto, sin dalle prime controversie sorte in materia, un profilo particolarmente discusso è stato

quello della natura del *domain name*.

In estrema sintesi, tale questione ha visto contendersi il campo fondamentalmente due tesi¹: quella, per così dire “identificatoria”, assolutamente minoritaria, equiparante il *domain name* ad un mero indirizzo telematico², e, quella “individuativa”, invece attenta a considerare anche i contenuti a cui il *domain name* stesso si collega, e dunque “il prodotto” nella sua ben distinta globalità³.

Il fatto è che, al di là del profilo “nominalistico”, alla luce del silenzio serbato in proposito dal legislatore, la scelta per l’uno piuttosto che per l’altro profilo non manca di avere conseguenze di rilievo sulla riconducibilità - negata dal primo approccio⁴ ed invece ammessa dal secondo - dei nomi di dominio ai segni distintivi conformati dal legislatore, il fondamento della cui tutela sta proprio nell’assunto della loro capacità di distinguere e rappresentare in un *flash visivo* l’entità a cui ineriscono, nella consapevolezza del danno che la loro confusione con altri segni analoghi può provocare per il titolare dell’entità “rappresentata”.

Ora, è cosa piuttosto nota che la giurisprudenza, pressoché unanimemente ha sposato l’approccio “individuativo”, con ciò dunque valorizzando - e presupponendo - «le caratteristiche e la funzione di un vero e proprio segno distintivo» del *domain name*, idoneo, come tale, ad individuare sul web una determinata en-

tità, lasciandosi conseguentemente aperta la possibilità di entrare nel merito delle questioni che possono porsi sul piano dell’effettivo utilizzo di questo tipo di “segno”⁵.

Tale scelta ha fatto sì che si presentassero ulteriori questioni, *in primis*, circa la “tipologia” di “segno” (distintivo) del *domain name*: a tale riguardo, accanto a coloro i quali, particolarmente attenti a mettere in evidenza il rilievo che il *domain name* presenta per l’esercizio di attività economiche e commerciali, ne propugnano la riconduzione, a seconda dei casi, alla “ditta”⁶, o all’“insegna”⁷ (della quale il primo costituirebbe l’aspetto virtuale di cui l’imprenditore si avvale per manifestare la propria attività al potenziale cliente fino a concludere il contratto) o, ancora, in modo preponderante, “al marchio” (ora in riferimento alle norme contenute nel c.d. “Codice sulla proprietà industriale”⁸) - a seconda delle diverse situazioni e tesi in campo, “tipico”⁹, o “atipico”¹⁰, o, ancora, “complesso”¹¹, o

Note:

¹ Cfr. sul tema G. Cassano, *Il domain name appartiene alla categoria dei segni distintivi?*, in *Dir. Radiodiffusioni e Telecomunicazioni*, 2001, 82.

² Questa la posizione sposata dal Trib. Bari, nella nota ord. del 24 luglio 1996 (in *Foro it.*, 1997, I, 2316), che rappresenta uno dei pochi casi in cui è stato sostenuto, appunto, che il *domain name* «costituisce un semplice codice d’accesso ai servizi telematici», ovvero «un’entità per identificare univocamente dei gruppi di oggetti (servizi, macchine, caselle postali, ecc.) presenti sulla rete». Tale approccio è stato successivamente ripreso da Trib. Firenze-Empoli 23 novembre 2000 (in *Giur. Merito*, 2001, 923), in una decisione che, tuttavia, è stata immediatamente riformata in senso conforme alla tesi maggioritaria da Trib. Firenze 28 maggio 2001 (in *Foro toscano* 2002, 109), per essere poi pressoché abbandonato.

³ Cfr., in questo senso, tra i primi, Trib. Modena 23 ottobre 1996 (in *Foro it.*, 1997, I, 2316), che ha affermato l’illegittimità dell’impiego dell’abbreviazione del titolo di una rivista nota: il “Foro Italiano”, come *domain name* identificativo di una *chat* attivata all’interno di un apposito “sito” internet e avente ad oggetto la discussione di problematiche analoghe a quelle trattate dalla rivista medesima, per la sua idoneità a creare una situazione di “confusione”; e la “pionieristica” decisione del Trib. Reggio Emilia 30 maggio 2000 (in *Dir. inf. e inf.*, 2000, 669), che dalla considerazione della funzione distintiva dei nomi a dominio «dell’utilizzatore del sito», ha ricavato la loro assimilabilità ai segni distintivi dell’impresa, e l’applicabilità, in caso di conflitto, delle norme a tutela del marchio (nello stesso senso, successivamente, tra gli altri, v. Trib. Parma 22 febbraio 1999, in *Dir. comunitario scambi internaz.*, 1999, 492; Trib. Pistoia 10 novembre 2000, in *Giur. dir. ind.*, 2001, 474; Trib. Prato 19 agosto 2000, in *Dir. ind.*, 2002, 51; Trib. Verona 10 gennaio 2001, in *Giur. dir. ind.*, 2001, 544; Trib. Teramo 5 novembre 2002, in *P.Q.M.*, 2003, 78; Trib. Milano 31 maggio 2005, ined.).

⁴ A meno di non voler condividere l’idea della possibilità, *ex art. 1 bis*, comma 1, l. marchi, «che anche l’uso di un indirizzo costituisca violazione di un altrui segno distintivo» come affermato *en passant* da Trib. Napoli, sent. 13 marzo 2003, in *Foro it.*, 2003, I, 3185.

⁵ *Leading case* al proposito è considerato il “caso Amadeus”, deciso da Trib. Milano, 10 giugno 1997 e 22 luglio 1997, in *Foro it.*, 1998, I, 923. Conseguentemente, l’uso di un *domain name* confondibile con un segno distintivo altrui anteriore viene considerato illecito anche, ma non solo, nei casi in cui la sua appropriazione avvenga all’esclusivo scopo di ottenere un ingiusto profitto (v. tra gli altri, Trib. Milano 7 agosto 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2001, II, 444 e Trib. Viterbo 24 gennaio 2000, in *Foro it.*, 2000, I, 2334).

⁶ Cfr. Trib. Modena 1 agosto 2000, in *Giur. merito*, 2001, 329.

⁷ Cfr., in questo senso, Trib. Milano 13 aprile 2000, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 971; e Trib. Milano 3 giugno 1997, in *Giur. it.*, 1997, 697, che motiva l’affinità tra *domain name* ed insegna considerando “il sito web” alla stregua di un «luogo virtuale» ove l’imprenditore contatterebbe il cliente fino a concludere con esso il contratto (ripetendo l’immagine del «luogo virtuale», tra gli altri, Trib. Roma 22 dicembre 1999, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 851; Trib. Parma 26 febbraio 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, 350).

⁸ Sulla linea di continuità del D.Lgs. 10 febbraio 2004, n. 30 rispetto al quadro venutosi a comporre in precedenza in materia si veda per tutti Corte App. Firenze, 19 settembre 2005, ined.; e, da ultimo, Trib. Bologna 29 agosto 2007, in questa *Rivista*, nell’Osservatorio della giurisprudenza italiana (a cura di) I.P. Cimino e F. Di Ciommo, 2007, 605. In dottrina, rileva come il codice, abbia «volutto assicurare ai *domain names* una tutela non solo sostanziale ma anche formale, in quanto per la prima volta, il nome a dominio, viene equiparato, a livello legislativo, agli altri segni distintivi», seguendo un approccio “unitario”, G. Cassano, *L’impatto del codice dei diritti di proprietà industriale sulle nuove tecnologie e sul regime giuridico di Internet*, in questa *Rivista*, 2005, 115.

⁹ Cfr., tra gli altri, in questo senso, Pret. 27 maggio 1998, in *Giur. it.*, 1998, 1875; Trib. Parma 12 ottobre 1998, in *Dir. comunitario scambi internaz.*, 1999, 491; Trib. Verona ord. 25 maggio 1999, in *Foro it.*, 1999, I, 3061; Trib. Modena 28 luglio 2000, in *Giur. merito*, 2001, 329 (con commento di G. Cassano, *L’utilizzo del domain name quale atto di concorrenza sleale*, ivi, 339, che esamina i vari tipi di “marchi” e la loro possibile associazione col *domain name*); nonché Trib. Genova 13 ottobre 1999, in *Dir. inf. e inf.*, 2000, 494 (con commenti, che dimostrano una certa “cautela” da parte degli autori, di G. Tarizzo, *L’applicabilità della disciplina sui marchi ai nomi di dominio: certezze e dubbi*, ivi 500, e G. Cassano, *In tema di domain name*, ivi, 495, che ritiene che allo stato attuale l’estensione dei principi in materia di marchi ai *domain names* sia la più corretta e a ben vedere l’unica praticabile, «anche se non del tutto appagante») in cui viene ravvisata la permanenza della violazione anche quando il *domain name* venga utilizzato come *link* per accedere ad un altro sito. Per diverso profilo, Trib. Roma 24 gennaio 2001 (in *Annali it. dir. autore*, 2001, 642), ha reputato legittimo l’uso da parte di un concorrente, del *domain name* altrui, quale me-

“indifferentemente inteso”¹² -; si è posto chi, osservando invece come non sempre il sito contrassegnato dal *domain name* sia strumento per l’esercizio di un’attività economica, considera possibile ed anzi doveroso quando in gioco vi siano profili “non patrimoniali” ricondurne la tutela alla disciplina prevista per la salvaguardia del “nome”¹³ o, a seconda dei casi, del “diritto d’autore”¹⁴.

A questo stesso riguardo, il Tribunale di Roma, nel caso in esame, ha seguito una strada “unitaria”, applicando, combinatamene, le norme sulla tutela del nome e del marchio, senza tuttavia fare di queste ultime espressamente menzione, ma rilevando, si direbbe, in “via diretta” l’idoneità del *domain name* della formazione politica neocostituita (“larosabianca.net” e “larosabianca.com”) «a creare confusione» con quello dell’associazione ricorrente (“rosabianca.org”).

3. Segue: La “confondibilità” del “segno”...e del *domain name*

Proprio con riguardo al profilo della “confondibilità”, può essere di un qualche interesse rilevare come, in genere, la giurisprudenza abbia escluso l’“effetto confusorio” del *domain name* per il pubblico, o a motivo della sua evidente diversità di “forma”¹⁵; o perché composto da termini generici «come tali privi di capacità distintiva»¹⁶; o, ancora, trattandosi di un segno utilizzato in “numerosissimi” siti (nel mondo)¹⁷; o, co-

ta-tag del proprio sito internet.

¹⁰ Cfr., da ultimo, Trib. Catania 5 luglio 2004, ined. Di un qualche interesse può essere inoltre Trib. Palermo 4 dicembre 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, 287, che nel caso di utilizzazione “abusiva”, come *domain name*, di un marchio di fatto, ritiene di doversi fare riferimento non già alle norme della c.d. l. marchi, o, quanto meno, non esclusivamente a queste, bensì alle previsioni del codice civile in tema di marchi, ed in particolare all’art. 2571 c.c., che si riferisce appunto al marchio non registrato.

¹¹ V. in commento a Trib. Bergamo 5 maggio 2001 (in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 735) P. Sammarco, *La riconducibilità a nome a dominio dei marchi complessi e la loro tutela*, ivi, 737, che esamina la questione della riconducibilità del nome a dominio alla figura del marchio c.d. “complesso” (quel particolare tipo di marchio, cioè, che riunisce in sé elementi emblematici o figurativi accanto ad elementi nominativi).

¹² Cfr. Trib. Napoli, 13 marzo 2003, cit., che, peraltro, reputa tale questione di “rilievo non decisivo”.

¹³ In particolare, applicano la tutela del nome prevista dall’art. 7 c.c.: Trib. Torino 23 dicembre 2000, nel noto caso che ha vista coinvolta la *show girl* Alessia Merz (in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 539, con commento di *La tutela dei nomi a dominio come tutela del diritto al nome*, ivi 546, che esamina i presupposti della tutela prevista dall’art. 7 c.c., nonché la dottrina e la giurisprudenza in proposito); e Trib. Napoli 27 maggio 2000, in *Annali it. dir. autore*, 2001, 464.

¹⁴ Così, per esempio, per riconoscere il diritto all’uso del *domain name* applicano le norme sul diritto d’autore Trib. Padova ord. 14 dicembre 1998, in *Foro It.*, 1999, I, 3061; Trib. Macerata 2 dicembre 1998, in *Dir. ind.*, 1999, 35; Trib. Roma 23 dicembre 1999, in *Giur. dir. ind.*, 1999, 1407; nonché Trib. Modena ord. 23 ottobre 1996, cit.

¹⁵ Ci sembra che possa essere letta in questa chiave, in particolare, la decisione del Trib. Firenze 5 gennaio 2000, in *Foro toscano*, 2000, 14.

¹⁶ Così Trib. Bergamo 5 maggio 2001, cit., 735; v. altresì Trib. Mantova, 5 giugno 2004, ined.; e Trib. Torino, sez. IX, 7 dicembre 2005, ined.

¹⁷ V. Trib. Gorizia 25 giugno 1999, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 760,

ma, in generale, constatandone la «scarsa capacità identificativa»¹⁸.

In alcuni casi, poi, la mancanza di rischi di confusione è stata dedotta in considerazione della diversa attività effettivamente svolta¹⁹, e tenendo altresì conto dei soggetti coinvolti e delle circostanze²⁰, nonché «della capacità di discernimento media dei consumatori» riguardati²¹, e, non in ultimo, della non («allegata»²² o «comprovata»²³) rinomanza, del segno distintivo.

Per contro, si ravvisa il rischio di confusione nelle situazioni per così dire “speculari” a quelle appena menzionate, quindi, in estrema sintesi: identità di a-

che su tale base ha considerato privo della capacità distintiva necessaria ad essere tutelato ex art. 2598 n. 1 c.c. il *domain name* “icon-it”.

¹⁸ Cfr. Trib. Messina 20 giugno 2001, in *Foro it.*, 2001, I, 2975 (con nota adesiva di P. Laghezza, “Nomina nuda tenemus”, ovvero: della testata giornalistica e del “domain name”, un conflitto annunciato nella guerra dei nomi, ivi, 2975).

¹⁹ Cfr. sul punto Trib. Bari 24 luglio 1996, cit., secondo cui si deve aver riguardo «alla concreta attività svolta dalla resistente e non invece alle enunciazioni contenute nell’atto costitutivo», considerato che queste «molto spesso contengono previsioni di attività ben più ampie e variegata di quelle effettivamente svolte». Da questo punto di vista, fatte ovviamente le dovute differenze del caso, può essere di qualche interesse rilevare come, nella fattispecie in esame, forse anche constatata la possibile confusione di ruoli con altre associazioni, la convenuta decise, ad un certo punto, di nominarsi “Una Rosa per l’Italia-Libertà e Solidarietà”: tuttavia sulla considerazione di questo ha fatto premio il rilievo del nome con cui l’associazione è continuata ad essere identificata dagli organi di stampa e (conseguentemente) dall’opinione pubblica.

²⁰ Così nella menzionata vicenda decisa dal Tribunale di Bari 24 luglio 1996, cit., si aveva a che fare con due società (con attività) diverse: una svolgeva esclusivamente attività di *provider*, e l’altra, invece, di produzione e progettazione di apparecchiature elettroniche ed elettromeccaniche per il controllo di processi industriali nel settore calzaturiero, di assistenza tecnica per la relativa manutenzione e di elaborazione di *software*, senza però alcuna attività di *provider*. Ancora, per esempio, Trib. Gorizia 25 giugno 1999, cit. ha ritenuto diverse e dunque “inconfondibili” l’attività di produzione e di elaborazione di immagini fotografiche pubblicitaria con quella di produzione multimediale. Cfr. altresì Trib. Pistoia 10 novembre 2000, cit., che non ha ravvisato alcun elemento di confusione tra il marchio *Winnerland*, relativo a servizi promozionali e commerciali di prodotti di largo consumo, e il *domain name Winnerland.it*, identificativo di un sito sportivo, considerandoli “segni” relativi a servizi diversi; e Trib. Roma (dec. del 9 marzo 2000, in *Foro it.*, 2000, I, 2333) che ha escluso la confondibilità dei *domain names* considerando come i siti (nella fattispecie, contenenti informazioni sulle caratteristiche di autovetture e sulle opportunità per il loro acquisto), avessero ad oggetto mercati diversi: riferito l’uno all’acquisto di autovetture negli Usa, l’altro in Italia.

²¹ In particolare, Trib. Modena (23 agosto 2000 in *Arch. civ.*, 2001, 895), fa attenzione a verificare se il segno distintivo fa riferimento al medesimo «bacino di utenza».

²² Cfr. sul punto Trib. Modena 24 gennaio 2001, in *Annali it. dir. autore*, 2001, 646.

²³ Cfr. al proposito Trib. Verona 10 gennaio 2001, cit. che vedeva contrapposti da un lato l’utilizzazione come *domain name* da parte di un’impresa operante nel settore delle attrezzature elettriche e dei servizi informatici e, dall’altro lato, il marchio registrato per articoli di abbigliamento: il giudice ha ritenuto che i “segni” non fossero confondibili «data la totale mancanza di affinità tra i rispettivi ambiti merceologici, in difetto di ogni prova in ordine alla rinomanza del marchio da tutelare e all’assunto del titolare del marchio secondo cui il *domain name* in questione [sarebbe stato] impiegato allo scopo di trarre indebito vantaggio dalla notorietà del marchio, convogliando verso il sito contraddistinto da tale *domain name* un gran numero di visitatori».

spetto dei “segni”, nonché il fatto che essi si compongano di termini specifici, come tali maggiormente idonei a distinguere ciò a cui si riferiscono e che riguardino entità operanti in un medesimo settore o, comunque aventi attività affini. Per altro verso, la giurisprudenza presume esservi pericolo di confusione quando di mezzo c’è un nome che gode di una certa rinomanza: in questi casi, infatti, il suo impiego come *domain name* viene ritenuto di per sé lesivo dei diritti del titolare (dunque indipendentemente dall’attività svolta), comportando «l’immediato vantaggio di ricollegare la propria attività a quella del titolare» “famoso” stesso, attirando con ciò la clientela e dunque traendo un indebito vantaggio dallo sfruttamento della notorietà “altrui”²⁴. Vanno poi considerate le ipotesi in cui la registrazione di *domain name* corrispondente al segno distintivo da altri precedentemente registrato - siano essi più o meno notori - viene realizzata per mera finalità di disturbo: in questi casi, infatti, la giurisprudenza tende a tutelare il titolare “in buona fede”, facendo premio la consapevolezza della limitatezza del *domain name* come risorsa²⁵, e dunque l’opportunità di sorvegliarne la legittima

²⁴ Così Trib. Salerno 30 giugno 2000, in *Giur. dir. ind.*, 2000, 1019; nello stesso senso v. Trib. Napoli 19 febbraio 2002, in *Dir. inf. e inf.*, 2002, 362; e Trib. Vicenza 6 luglio 1998, cit. In dottrina, sui “tipi di conflitto” tra i segni contrapposti che possono presentarsi, v. da ultimo L. Albertini (in commento a Trib. Arezzo, 7 novembre 2006), *Sulla contraffazione del marchio “striscia la notizia” tramite domain name (con cenni all’uso “civile” di internet)*, in questa *Rivista*, 2007, 570.

²⁵ Cfr., tra gli altri, Trib. Macerata 2 dicembre 1998, cit.; e Trib. Parma 26 febbraio 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, 350; più specificamente incentrate sul profilo della violazione delle norme che presiedono alla correttezza e lealtà della concorrenza, sono invece Trib. Genova 13 ottobre 1999, in *Dir. e pratica società*, 1999, 76; Trib. Genova 17 luglio 1999, in *Dir. e pratica società*, 1999, 73; Trib. Roma 22 dicembre 1999, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 851; e Trib. Torino 21 luglio 2000, in *Giur. it.*, 2001, 774. Sempre in tema di concorrenza sleale, derivante dall’appropriazione di un marchio altrui come *domain name* v. altresì Trib. Crema 24 luglio 2000, in *Discipl. comm.*, 2001, 27; Trib. Roma 18 luglio 2002, in *Impresa*, 2002, 1627; Trib. Perugia 5 ottobre 2000, in *Giur. dir. ind.*, 2000, 1183; Trib. Reggio Emilia 5 dicembre 2001 in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, 399; e Trib. Modena, sez. I, 18 ottobre 2005, in ned. (là dove sembrerebbe invece avere percorso una strada meno lineare Trib. Milano, 13 aprile 2000, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 971, col reputare illecita la registrazione di un *domain name* contenente la denominazione sociale di un imprenditore concorrente per il rischio di “confondibilità in astratto” - contraria, come tale, agli art. 2564 e 2598 n. 1 c.c. -, derivante dall’uso potenziale del *domain name* stesso).

Da questo punto di vista è stata fatta ampia luce da parte della dottrina sull’idoneità della registrazione (abusiva) di determinati *domain name*, di procurare un duplice danno all’avente diritto: e per l’ingiusto profitto traibile dall’utilizzazione del segno distintivo altrui, e per l’impossibilità che ne deriva per il legittimo titolare di registrare il proprio dominio internet al fine di pubblicizzare la propria attività e i propri prodotti. In alcuni casi il fatto stesso di registrare il *domain name* (in particolare, della denominazione sociale di un concorrente) col deliberato intento di precludere l’uso della denominazione per i siti web, è stato configurato come concorrenza sleale ex art. 2598 n. 3, «anche quando non ricorra in concreto l’intento estorsivo e speculativo proprio del *domain grabbing*» (così Trib. Milano 13 aprile 2000, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 971; v. altresì Trib. Parma 26 febbraio 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, 350). Per una “proposta interpretativa” di differenziare il c.d. *domain name grabbing* (che si avrebbe nel caso di incidenza della attività illecita sulla sfera patrimoniale del danneggiato) rispetto al *cybersquatting* (che invece si avrebbe nell’ipotesi di incidenza nella sfera personale), v. G. Casano, *Cybersquatting*, in *Dir. inf. e inf.*, 2001, pagg. 88. Ancora, sul

acquisizione, indipendentemente dall’effettivo utilizzo²⁶.

Nel caso di specie, il contenzioso è sorto tra due soggetti aventi la medesima natura e svolgenti analoga attività (significativo è notare come, invece, se si digita l’indirizzo *www.rosabianca.it* si sia introdotti in un ambiente bucolico, facente peraltro da sfondo ad un’attività d’indole invece marcatamente economica) con *domain names* tutt’altro che generici (al punto da poter essere considerati veri e propri nomi di persona), distinguendosi per la (sola) presenza di un articolo determinativo, e, ovviamente per il fatto di essere denotati da diversi *top level domain* (“.net”, “.com” e “.org”) che, in linea peraltro, con l’orientamento giurisprudenziale predominante, l’autorità giudicante ha considerato insufficienti a operare una sufficiente differenziazione²⁷.

Del resto, ancora una volta in linea, per certi versi, con la giurisprudenza predominante, della “confusione” prodotta da tale omonimia - «in particolare», di *domain names* - il Tribunale considera contro-prova il fatto che gli utenti, digitando l’indirizzo (*rectius*, componendo il *domain name*) non si collegavano con il sito Internet cercato, ma con quello dell’associazione ricorrente²⁸ inviando erroneamente all’indirizzo di posta elettronica ivi segnalato “moltissime” e-mail.

4. La titolarità dell’uso del (domain) name

Posta la confondibilità del “segno”, si è trattato di stabilire a chi dunque esso spettasse, ovvero chi ne fosse il legittimo titolare.

Al proposito si deve intanto del tutto preliminarmente ricordare come per giurisprudenza costante, i soggetti istituzionali, costituiti su base convenzionale²⁹, a cui spetta nel nostro Paese di assegnare i (nomi dei) siti internet (in estrema sintesi, la *Registration Authority* e gli organismi ad essa connessi, facenti capo, com’è noto, all’*Internet Assigned Numbers Authority*: IANA), si limitino a svolgere un’attività di carattere tec-

nuovo fenomeno che si va diffondendo via internet, meglio noto come *typosquatting* (consistente nel registrare un nome di dominio molto simile a quello utilizzato da altri, magari invertendone le lettere o sostituendone alcune, mossi dall’obiettivo di intercettare il traffico indirizzato verso il “sito ufficiale”) v. C. Tack, in questa *Rivista*, 2007, 382.

²⁶ Trib. Milano 7 agosto 2001, in *Riv. dir. ind.*, 2001, II, 444.

²⁷ Cfr., tra i primi, Trib. Milano 3 giugno 1997 (in *Giur. it.*, 1997, I, 697), che ha ritenuto «priva di attitudine distintiva» la particella indicante il *top level domain name* in quanto «relativa alla mera localizzazione geografica dell’elaboratore». Successivamente nello stesso senso v. Trib. Roma 22 dicembre 1999, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 851; Trib. Siracusa-Lentini 23 marzo 2001, in *Foro It.*, 2001, I, 3705; Trib. Napoli 8 gennaio 2002, in *Dir. inf. e inf.*, 2002, 359.

²⁸ Cfr. Trib. Teramo 5 novembre 2002, cit., attento a distinguere tale situazione con quella «affatto diversa» dell’utente che esegue ricerche ipertestuali attraverso i motori di ricerca, in quanto mentre componendo un *domain name* si digiterebbe un indirizzo/nome identificativo di un sito Internet ben preciso, diversamente, effettuando una ricerca ipertestuale si avrebbe il generico scopo di ottenere un elenco di siti, i quali richiederebbero di venire ulteriormente selezionati.

²⁹ Cfr. Trib. Genova 17 luglio 1999, cit.

nico³⁰, consistente, fondamentalmente, per quanto qui rileva, nel verificare la rispondenza delle richieste di assegnazione dei *domain names* al relativo regolamento (le c.d. regole di *namings*, appunto, di assegnazione e gestione dei *domain names*), non dando corso all'assegnazione in uso dei *domain names*, riservati a soggetti determinati (in genere istituzionali)³¹ o, secondo il criterio c.d. "*first come first served*", di quelli già registrati³². Per contro, la ricerca di anteriorità identiche non si estende al confronto con antecedenti registrazioni del medesimo segno come marchio o come altro segno distintivo (a differenza all'attività svolta dall'Ufficio italiano brevetti e marchi)³³, rivelandosi con ciò stesso inidonea ad assicurare un idoneo filtro a tutela dei segni distintivi³⁴.

La considerazione delle regole per l'attribuzione dei *domain name* alla stregua di mere regole tecniche o, al più, di natura "contrattuale"³⁵, ha favorito l'affermarsi dell'idea dell'inidoneità della, pur regolare, registrazione (effettuata, come s'è visto, sulla base della regola del *first*) a conferire diritti di sorta³⁶, non potendo né essere opposta a terzi³⁷, né tanto meno vincolare l'attività dell'autorità giurisdizionale³⁸ - che, anzi, in alcuni casi si è trovata a censurare la stessa regi-

strazione del *name*³⁹ - ; e della possibilità, al più, di tener conto delle regole di *namings* «in via sussidiaria ed interpretativa», in quanto pur sempre espressive delle peculiarità del sistema internet.

In quest'ultimo senso pare muoversi quella giurisprudenza che al fine di accertare il preuso del segno distintivo ha riconosciuto un qualche rilievo alla data di avvenuta registrazione del *domain name* presso la *Registration Authority*⁴⁰. Nondimeno, si ispira a ben diverso principio la giurisprudenza preponderante che, nel caso di rilevata confondibilità di *domain name* con altri segni distintivi "comuni", ne riconosce la titolarità in capo a chi per primo ha "registrato" (non il *domain name* ma) il segno distintivo, applicando solo in tale contesto la regola del *first*, tanto da "trascinare" con sé l'eventuale utilizzabilità del *domain name*⁴¹. Là dove in presenza, invece, di nomi "notori"⁴² continua ad imporsi la fondamentale regola contenuta nell'art. 21 l. marchi - che vuole che essi possano essere registrati come marchio solo dall'avente diritto o con il suo consenso⁴³ - rendendo possibile che la persona notoria (si

³⁰ Così, tra gli altri, Trib. Napoli 26 febbraio 2002, in *Arch. civ.*, 2002, 706; e Trib. Pistoia 10 novembre 2000, in *Giur. dir. ind.*, 2001, 474.

³¹ V. sul tema P. Costanzo, *Nomi di dominio della Pubblica Amministrazione*, in <http://www.costituzionale.unige.it/dottorato/Costanzo.pdf>.

³² Sul ruolo delle Autorità di registrazione v. E. Bassoli, *Domain grabbing e tutela inibitoria*, in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 524.

³³ V. sul punto Trib. Genova 18 dicembre 2000, in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 521.

³⁴ Così da ultimo, Corte app. Firenze, sez. I, 9 settembre 2005, n. 1284, ined.; nello stesso senso, precedentemente, cfr. Trib. Pistoia 10 novembre 2000, in *Giur. dir. ind.*, 2001, 474; e Trib. Napoli 26 febbraio 2002, in *Arch. civ.*, 2002, 706.

³⁵ Così Pret. Vicenza 6 luglio 1998, in *Annali it. dir. autore*, 1999, 526.

³⁶ V. Trib. Cagliari 25 febbraio 2000 (relativa alla tutela di un marchio celebre "di fatto"); Trib. Vicenza 6 luglio 1998, *Giur. it.*, 1998, 2342; Trib. Roma 2 agosto 1997, in *Foro it.*, 1998, I, 923; Trib. Firenze 28 maggio 2001, cit.

³⁷ Cfr. in questo senso, Trib. Roma 2 agosto 1997, cit.; Trib. Parma 22 febbraio 1999, cit.; Trib. Torino 21 luglio 2000, cit.; e Trib. Genova 18 dicembre 2000 in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 521.

³⁸ Per contro, sono rimaste isolate quelle pronunce in cui o si è riconosciuto un qualche rilievo alla data di registrazione del *domain name* presso la *Registration Authority* (v. per esempio Trib. Catania 5 luglio 2004 in *Gius* 2004, 3649); o, in aggiunta al preteso utilizzatore abusivo del *domain name*, è stata chiamata in causa anche la *Registration Authority* italiana (v. per tutte Trib. Modena 7 dicembre 2000, in *Giur. merito*, 2001, 328). Così come quelle in cui è stato individuato in capo al gestore di rete, assimilandone la figura a quella dell'"editore", l'obbligo di vigilare affinché attraverso la sua pubblicazione non venissero compiute, tra l'altro, registrazioni di *domain name* abusive (cfr. Trib. Macerata 2 dicembre 1998, cit.; Trib. Milano 22 luglio 1997, cit.); sulla responsabilità del *provider*, v. P. Sammarco, *Assegnazione di nomi a dominio su Internet, interferenze con il marchio, domain grabbing e responsabilità del provider*, in *Dir. inf. e inf.*, 2000, 78; più in generale, sul "ruolo" dei *provider* e sulla (problematica) possibilità di rinvenire nei loro confronti precisi obblighi di controllo, in particolare, estendendo loro la normativa sulla stampa, v. per tutti, P. Costanzo, *Libertà di manifestazione del pensiero e "pubblicazione" in Internet*, in *Dir. informaz. e inf.*, 1998, 377; e V. ZenoZencovich, *La pretesa estensione alla telematica del regime della stampa, note critiche, ibidem*, 27.

³⁹ Cfr., per esempio, Trib. Napoli, sent. 13 marzo 2003, cit.

⁴⁰ Così Trib. Catania 5 luglio 2004, cit.

⁴¹ Così, per esempio, da ultimo la Corte app. Firenze (sez. I, 19 settembre 2005, n. 1463, ined.) dinanzi a segni distintivi di pari rilievo e appartenenti al medesimo settore ha accordato la preferenza «al soggetto che con priorità ha registrato il proprio», ritenendo che così facendo esso abbia acquisito il diritto ad ottenere un corrispondente *domain name*. Di un qualche interesse può essere segnalare come per questa strada si sia giunti a ritenere che l'autorizzazione all'uso di un marchio conferita da un'impresa a terzi per pubblicizzare i propri prodotti comprendesse anche la sua registrazione, come *domain name*, di un sito Internet (cfr. Trib. Firenze, 5 gennaio 2000, cit.); diversamente, sponano l'idea secondo cui il titolare di un marchio non vanta un positivo diritto ad ottenere un *domain name* corrispondente al marchio, Trib. Firenze 29 giugno 2000, in *Dir. inf. e inf.*, 2000, 672, successivamente confermata dal Trib. di Firenze il 10 luglio 2000, in *Annali it. dir. autore*, 2000, 1000; Trib. Pistoia 10 novembre 2000, cit. Ancora più radicale, da questo punto di vista è la pronuncia, ancora una volta (tanto da indurre la più attenta dottrina a interrogarsi sulla possibilità di parlare di una "giurisprudenza toscana" in materia: cfr. G. Cassano, *Una "giurisprudenza toscana" sui nomi di dominio?*, in *Dir. inf. e inf.*, 2001, 511 e Id., *Un filone giurisprudenziale anarchico: la giurisprudenza toscana e i nomi di dominio*, in *Giur. it.*, 2001, 1902) del Trib. Firenze, 23 novembre 2000, cit., che non condivide la possibilità di equiparare il marchio con il *domain name*, perché mentre il primo sarebbe caratterizzato da vari tipi di segni grafici "idonei a formare infinite combinazioni", finalizzati a tutelare il prodotto di una impresa, il secondo potrebbe invece essere formato soltanto da lettere o numeri e costituire nient'altro che un indirizzo telematico.

⁴² Affrontano il particolare profilo della "notorietà", tra gli altri, Trib. Parma 9 giugno 2000, in *Impresa*, 2000, 1148; Trib. Verona 14 luglio 1999, in *Giur. it.*, 2000, 341; Trib. Vallo Lucania 10 giugno 2005, ined.

⁴³ Con più stretto riguardo ai nomi di persona ci limitiamo qui ad osservare come a fronte della tesi favorevole al divieto di utilizzo di "nomi di persona" per la composizione di "segni distintivi" (per la "degradazione" che si produrrebbe a scapito del nome patronimico, che, da attributo della personalità, si ridurrebbe a mero strumento di individuazione di prodotti: al proposito, ricordiamo che nel 2001 era stato approvato in Commissione al Senato un disegno di legge sui nomi a dominio, il "d.d.l. Passigli", reperibile su <http://www.interlex.it/nomiadom/testo.htm>, che all'art. 2 disponeva il divieto di registrazione di nomi a dominio corrispondenti, tra l'altro, a nomi identificanti persone fisiche), per giurisprudenza ormai costante li si ritiene di massima leciti, nel rispetto, ovviamente, della normativa di riferimento ed in particolare a patto che non si tratti di nomi notori e che

tratti di persona fisica o di altro tipo) possa “riappropriarsi” del proprio *domain name*, anche se registrato prima da altri⁴⁴.

5. Il rilievo dell’“identità personale” nella definizione della controversia

Posto dunque il carattere recessivo della registrazione del *domain name* rispetto a quello dei segni distintivi “tradizionali”, qualche problema si pone quando si ha a che fare con un segno distintivo non registrato e nemmeno, in certi casi, registrabile, né tanto meno notorio...

In queste situazioni (a fronte della possibile riemersione del principio del *first*), la giurisprudenza prevalente percorre una strada per certi versi speculare (o, se si vuole, complementare) a quella intrapresa nel caso di “notorietà”, valorizzando l’idea della presenza, al di là del segno distintivo (già, peraltro, “identificatorio”, come s’è visto al §2) di un “valore aggiunto” - sia esso di ordine industriale o intellettuale, anche se poi, nella maggior parte dei casi le due cose si tengono... - precipitato della storia e dell’attività dell’ente, meritevole, come tale, della più adeguata tutela

È in quest’ottica che, talvolta, si chiama in campo l’“identità personale”⁴⁵, identificando in essa il diritto del soggetto «ad essere sé stesso», ovvero «ad essere tutelato contro attribuzioni estranee alla propria personalità», idonee a «trasfigurarla o travisarla», tra l’altro, confondendola con altre entità. Ed è quello che fa nel caso in esame il Tribunale di Roma, dapprima ravvisando una violazione del nome “tradizionale”, tutelato dall’art. 7 c.c., essendo «ormai pacifico in giurisprudenza il principio secondo cui la denominazione degli enti, in quanto equivalente del nome, gode della medesima tutela a quest’ultimo attribuita dall’art. 7 c.c., nel

non venga lesa l’immagine di chi porta quel nome (v. App. Milano 30 luglio 1996, ined.). A quest’ultimo riguardo, peraltro, è tutt’ora aperto il dibattito sulla possibilità di configurare limiti (ulteriori) in materia tenuto conto del “Codice in materia di protezione dei dati personali”. Al proposito, mentre la prospettiva tendente ad equiparare la disciplina “industrialistica” rispetto a quella civilistica porta ad estendere il controllo individuale su ogni aspetto della propria personalità, ivi inclusa la gestione del “proprio” *domain name*, concludendo a favore dell’illegittimità dell’uso di segni distintivi composti da nomi altrui senza il consenso dell’avente diritto, sia esso persona notoria o meno (al punto da ritenere implicitamente abrogato l’art. 21, comma 2, l. marchi); diversamente, in un’ottica volta ad affermare la prevalenza della disciplina industrialistica su quella civilistica si è indotti a sostenere che la normativa sulla *privacy* incida del tutto relativamente sulla legge marchi, specie nei casi in cui la persona non è “famosa”, dal momento che proprio la mancata notorietà del nome renderebbe inattuabile la «trasmissione» del suo “valore aggiunto”, nonché dell’“informazione dato personale”, al prodotto o servizio «marcato», rendendo conseguentemente “inutile” il consenso dell’avente diritto (salvo i casi del tutto “improbabili” in cui la persona, anche non nota, il cui nome risulti ricompreso nel marchio, sia identificabile).

⁴⁴ V. il noto caso, già menzionato, che ha riguardato il marchio “Porta Portese”, deciso dal Trib. Roma, il 2 agosto 1997, cit.; successivamente, nello stesso senso, tra gli altri, si vedano Trib. Napoli, 26 marzo 2004, in *Foro it.*, 2004, I, 1548; e Trib. Perugia, 5 ottobre 2000, ined.

⁴⁵ Al proposito, ci si consenta di rinviare a L. Trucco, *Introduzione allo studio dell’identità individuale nell’ordinamento costituzionale italiano*, Torino 2004, 207.

caso in cui il nome o denominazione sia da altri usurpato con un pregiudizio di carattere economico o morale per il titolare»; e, quindi, evidenziando che «si tratta di un’associazione di cultura e impegno politico, che prende il nome e l’ispirazione da un gruppo di studenti tedeschi che si opposero al regime nazista, e che fin dal 1978 opera con lo scopo di diffondere la cultura cattolico-progressista». Ritenendo con ciò “evidente” la lesione dell’identità personale della ricorrente, non potendo lo stesso nome «essere usato da un altro e diverso movimento politico, differente per storia e orientamento politico», a motivo della confusione che quell’uso è idoneo a ingenerare.

La decisione a cui approda il giudice induce ad interrogarsi in particolare sulle ragioni del richiamo del diritto all’“identità personale”, specie se si condivide l’idea che la lettura «unitaria» ed estremamente estensiva della normativa di riferimento sarebbe stata già di per sé idonea a condurre ad analoghe conclusioni con riguardo alle lesioni ravvisate e alle tutele apprestate.

Del resto la stessa autorità giudicante riconosce infine il diritto dell’associazione ricorrente ad usare in via esclusiva il nome a dominio in questione «sia per il diritto al nome sia per il poziore diritto sul nome a dominio rosabianca.org, la cui registrazione risale al 2000», riferendosi dunque essenzialmente alle norme sul nome e sul marchio. Inoltre, applica in via d’urgenza, *ex art. 700 c.p.c.*⁴⁶, le tutele richieste dall’associazione ricorrente, ancora, sulla base delle norme sul marchio (inibizione dell’uso di segni identici o simili al nome oggetto del contendere e al suo nome a dominio; immediato trasferimento dei nomi a dominio “abusivi” a favore dei ricorrenti; fissazione di una sanzione per ogni violazione o inosservanza del provvedimento e della sua esecuzione); e sul nome (pubblicazione sui quotidiani e sui i siti contesi, del dispositivo della sentenza; condanna alle spese di lite), facendo con ciò venir meno uno dei motivi che tradizionalmente ha condotto ad invocare tale diritto: quello, appunto, di mancanza di adeguati strumenti di tutela. Senza voler poi qui considerare le problematiche che desta l’estensione del riconoscimento del diritto all’identità personale, anche nei confronti di soggetti diversi dalle persone fisiche, specie là dove si dia risalito al suo radicamento nelle norme costituzionali inerenti alla dignità umana⁴⁷.

Tutto ciò considerato ci pare che la chiamata in campo del diritto all’identità personale, al di là della comprova della perdurante vitalità dell’associazione (da notare al proposito che il giudice nella decisione in

⁴⁶ Come rivela il Tribunale di Napoli nella sent. del 13 marzo 2003, cit., ormai in questa materia (ma a ben vedere sin dall’inizio: v. le decisioni capostipiti dei Trib. di Bari e di Modena) la tutela è «quasi sempre cautelare», al punto da portare taluni giudici a censurare la mancata tempestività dell’azione a tutela del diritto all’uso esclusivo del proprio segno distintivo, individuandovi un’ipotesi di decadenza, specificamente prevista, tra l’altro, dall’art. 42, comma 1, l. marchi.

⁴⁷ V. al proposito, L. Trucco, *Introduzione allo studio dell’identità individuale nell’ordinamento costituzionale italiano*, cit., 233.

commento evidenzia il fatto che «il nome “Rosa Bianca” identifica da decenni l’attività della ricorrente»), sia riuscita utile, in qualche misura, nel dotare il “nome” - e, conseguentemente, nell’ottica “unitaria” sposata dal giudice, il “*domain name*” - di un “peso” (ulteriore) tale da renderlo al possibile resistente bilanciamento con la “notorietà” (non tanto dell’altra associazione, quanto, soprattutto) dei componenti del movimento politico convenuto, che, in un’ottica volta alla valorizzazione dell’interesse mediatico rispetto a quello ideologico, avrebbe potuto condurre ad una diversa definizione della vicenda⁴⁸.

⁴⁸ Cfr. Trib. Napoli (26 febbraio 2002, in *Arch. civ.*, 2002, 706), nel noto caso in cui oggetto del contendere era nome di dominio “*Playboy.it*”, riferito ad un sito di contenuto pornografico e di cui la società *Playboy enterprises inc.* aveva chiesto l’assegnazione, posto il presunto esclusivo diritto di marchio, come termine *Playboy*, anche come *domain name*. Il giudice nel caso di specie evidenzia come l’*initial confusion* possa rivelarsi già di per sé idonea a produrre l’effetto utile per il titolare del sito, che, grazie al “momento del contatto” riesce a farsi conoscere “drenando” la clientela da una parte (il titolare del marchio da tutelare) all’altra (il titolare del nome di dominio). Per diverso profilo, mettono in luce l’idoneità del *domain name* (utilizzato) a rafforzare la “notorietà” (anche degli altri segni distintivi) del soggetto e le scelte del consumatore, rispettivamente, Trib. Biella, 16 maggio 2000, in *Giur. piemontese*, 2000, 443; e Trib. Firenze, 7 giugno 2001, in *Dir. e pratica società*, 2001, 80.