

ANCHE IN CASO DI MARCHI E BREVETTI LA MEDIAZIONE E' VINCENTE PER ENTRAMBE LE PARTI

A MONZA RISOLTO UN CASO IN 80 GIORNI, CON SOLI 3 INCONTRI, CON UN ACCORDO CHE PREVEDE SOLUZIONI SU MISURA PER LE PARTI E SALVA I RAPPORTI PER FUTURE COLLABORAZIONI

Risolta in Camera Arbitrale -con una mediazione- una controversia di confondibilità di marchi tra una società di Monza e una di Roma entrambe operanti nel settore turistico

La procedura si svolta nell'arco di **due mese e mezzo**, durante il quale le parti si sono incontrate **tre volte**.

La vicenda è relativa ad una controversia insorta tra una **società operante a Roma** nel settore turistico, che usava una denominazione sociale e a un marchio di fatto (marchio non registrato) considerati confondibili con il marchio di una **società di Monza**, registrato e coperto da tutela nell'ambito dell'Unione Europea. Entrambe le società svolgevano servizi considerati affini.

Il titolare del marchio **dell'impresa di Monza** aveva diffidato la società di Roma, che utilizzava la denominazione e il marchio di fatto. I due marchi erano composti da parole piuttosto generiche e descrittive dei servizi in questione, appartenenti entrambi allo stesso settore economico, e ciò generava confusione.

Una volta iniziata la procedura (informale e confidenziale) le parti sono state invitate a esporre i fatti e soprattutto all'ascolto reciproco. In questa fase, le parti hanno potuto ascoltare, ciascuno dalla viva voce dell'altra, la rispettiva versione dei medesimi fatti.

Sebbene, i segni distintivi dei marchi oggetto della controversia fossero piuttosto descrittivi, non vi era, da parte della società di Monza (che aveva registrato il marchio presso Unione Europea) la disponibilità a tollerare segni simili sul mercato. Dopo una prima fase, in cui le parti si sono arroccate sulle proprie posizioni, il mediatore ha scelto di ascoltare le parti separatamente. Ed è in quest'occasione che le parti condividono più spesso informazioni utili allo scopo di raggiungere un accordo.

Nelle sessioni separate con ciascuna parte il mediatore ha appurato che l'imprenditore di Monza era disponibile a concludere un accordo con la società di Roma, a condizione che quest'ultima si impegnasse a cambiare il proprio marchio di fatto. Sebbene i marchi a confronto fossero simili, per la presenza di parole con la medesima radice semantica, si trattava, come detto, di espressioni piuttosto prive di capacità distintiva.

L'imprenditore di Roma inizialmente non comprendeva le ragioni per le quali l'imprenditore di Monza gli stava chiedendo di cambiare marchio, poiché, dal punto di vista del primo, i segni presentavano comunque delle differenze.

Ad ogni modo pur ritenendo che non ci fosse confusione tra i marchi, l'impresa di Roma ha deciso di accettare la richiesta di cambiare marchio, a condizione di mantenere fermi alcuni elementi che lo componevano e da essa considerati irrinunciabili.

Insieme i due hanno concordato un nuovo marchio e una denominazione che la società di Roma potesse usare in modo legittimo, senza creare problemi all'azienda di Monza. Le parti si sono incontrate in un ambiente informale, caratterizzato dalla riservatezza, hanno rappresentato le proprie posizioni e hanno potuto farsi ascoltare. Individuati, con l'aiuto del mediatore, i rispettivi bisogni ed interessi, hanno poi potuto scambiarsi proposte e raggiungere un accordo, che consiste in un titolo esecutivo. Una causa in meno e una relazione commerciale in più.

A Monza è presente un ufficio della Camera Arbitrale di Milano in Piazza Cambiagli, 9.
servizio.conciliazione@mi.camcom.it

