

r.g. n. 1171/2022

**Tribunale Ordinario di Catanzaro****Sezione Specializzata Imprese**

Il Giudice, dott.ssa Francesca Rinaldi, a scioglimento della riserva assunta all'udienza del 13.05.2022, ha emesso la seguente

ordinanza

nella causa civile di primo grado iscritta al n. 1171 del Registro Generale Affari Contenziosi dell'anno 2022, e vertente tra Mondo Convenienza Holding S.p.a., in persona del legale rappresentante p.t., 15964501009 ed Iris Mobili S.r.l., in persona del legale rappresentante p.t., 06888411003 (con gli avv.ti Francesco Celluprica, CLLFNC79R17H501P, Fabio Fischetti, FSCFBA77A09L049U, Fabia de Bono, DBNFBA87E43H501V, Corinne Cinelli CNLCNN88L42D972D e Silvia Mosca (MSCSLV90A66H501R) - ricorrenti – e Straface Silvana, STRSVN65R66D005Q, nella qualità di legale rappresentante della ditta individuale Straface Silvana, 03090080783 (con l'avv. Meles Provino MLSPVN82R24B774X) - resistente -;

Conclusioni delle parti: come da “note di trattazione scritta” depositate

ragioni di fatto e di diritto della decisione

premesso che, con ricorso proposto ai sensi dell'art. 131 c.p.i., Mondo Convenienza Holding S.p.a. ed Iris Mobili S.r.l. hanno convenuto in giudizio, dinanzi al Tribunale di Catanzaro, Straface Silvana, nella sua qualità di legale rappresentante della ditta individuale Straface Silvana, al fine di sentire accogliere le seguenti conclusioni: *“Voglia il Tribunale a) accertare la contraffazione dei Marchi Mondo Convenienza come individuati in narrativa e riportati nel Doc. 5, per i motivi esposti in narrativa; b) inibire conseguentemente alla resistente, l'uso in qualsiasi forma e declinazione grafica la riproduzione, la pubblicazione e l'utilizzazione, anche parziale del segno “MOBILI CONVENIENZA – LA MIA FORZA è IL PREZZO”, sia nella configurazione verbale che figurativa ivi compreso l'uso come insegna e/o nome a dominio e/o pagina social, perché in contraffazione dei Marchi delle ricorrenti; c) inibire alla resistente la prosecuzione degli illeciti concorrenziali descritti in narrativa ed in particolare ogni condotta idonea a creare confusione tra il pubblico e diretta a creare un qualsiasi collegamento tra l'attività della resistente e quella della ricorrente nonché qualsiasi condotta non conforme alla correttezza professionale e idonea a danneggiare le ricorrenti; d) adottare qualsiasi provvedimento opportuno per eliminare gli effetti*



confusori ex art. 2599 c.c.; e) fissare una penale di Euro 1.000 per ogni violazione della emananda ordinanza, nonché una penale di pari importo per ogni giorno di ritardo nella sua esecuzione, ex art. 614bis c.p.c.; f) ordinare la pubblicazione del dispositivo della emananda ordinanza, ai sensi dell'art. 126 cpi, per 30 giorni, in posizione apicale e ben visibile e per 2 volte, a distanza di 15 giorni l'una dall'altra, e, quanto alla prima volta, entro 30 giorni dalla pubblicazione dell'ordinanza, in caratteri doppi del normale, sui quotidiani Il Corriere della Sera e La Repubblica e/o Il Sole 24 ore o comunque altri due quotidiani a tiratura nazionale, a cura della parte ricorrente ed a spese della resistente, anticipate prima della pubblicazione medesima dietro presentazione di preventivo da parte dei quotidiani; con vittoria delle spese di lite”;

rilevato che si è costituita Straface Silvana, nella sua qualità di titolare della ditta omonima, chiedendo il rigetto del ricorso poiché infondato;

Osserva:

Come noto, il Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, c.d. Codice della proprietà industriale, prevede un sistema cautelare tipico a tutela della proprietà industriale.

In particolare, l'art. 131 c.p.i., stabilisce che il titolare di un diritto di proprietà industriale può chiedere che sia disposta l'inibitoria di qualsiasi violazione imminente del suo diritto e del proseguimento o della ripetizione delle violazioni in atto, oltre che il ritiro di quanto costituisca contraffazione. Inoltre, ai sensi dell'ultimo comma dell'art. 131, il giudice, pronunciando l'inibitoria, può fissare una somma dovuta per ogni violazione o inosservanza successivamente constatata e per ogni ritardo nell'esecuzione del provvedimento.

Ritiene il Tribunale che la richiesta cautelare proposta da Mondo Convenienza sia fondata e che debba pertanto essere accolta, risultando adeguatamente provato il *fumus boni iuris* ed il *periculum in mora* della pretesa azionata.

Sul *fumus boni iuris*

Dalla documentazione in atti, non specificatamente contestata dalla resistente, emerge che Mondo Convenienza Holding S.p.A. detiene ed amministra il patrimonio dei titoli di proprietà industriale del Gruppo Mondo Convenienza e che Iris Mobili S.r.l. licenziataria dei marchi summenzionati, si occupa invece della gestione ed amministrazione dei punti vendita a marchio Mondo Convenienza, su suolo nazionale (cfr. doc. 1-3 fasc. ricorrente).

Ciò premesso, sotto il profilo del *fumus boni iuris* della domanda avanzata, deve, innanzitutto, reputarsi provata la titolarità esclusiva, da parte del Gruppo Mondo Convenienza, dei seguenti marchi: Registrazione nazionale n. 1609623 per il marchio figurativo, al secondo rinnovo, depositato il 3 agosto 1994 e registrato il 14 ottobre 1996, nelle classi 9, 11, 20, 21; Registrazione



nazionale n. 1619854 per il marchio denominativo “LA NOSTRA FORZA È IL PREZZO” al secondo rinnovo, depositato il 5 dicembre 1994 e registrato il 21 ottobre 1996, nelle classi 20 e 42; Registrazione dell’Unione Europea n. 002635704 per il marchio figurativo, al secondo rinnovo, depositato il 27 marzo 2002 e registrato il 17 giugno 2003, nelle classi 11, 20, 21, 35, 39; Registrazione dell’Unione Europea n. 002640878 per il marchio figurativo al secondo rinnovo, depositato il 2 aprile 2002 e registrato il 27 giugno 2003, nelle classi 11, 20, 21, 35, 39; Registrazione dell’Unione Europea n. 018110362 per il marchio figurativo, depositato il 20 agosto 2019 e registrato il 22 maggio 2020, nelle classi 11, 20, 21, 35, 39, 42 (cfr. doc. 5 fasc. ricorrente).

Parte ricorrente, inoltre, ha provato di aver registrato il noto jingle pubblicitario che include il payoff “Mondo Convenienza-La nostra forza è il prezzo” (cfr. doc. 6) e di essere, altresì, titolare dei seguenti nomi a dominio: www.mondoconv.it; www.mondo-convenienza.it e www.mondoconvenienzaarredi.it (cfr. doc. 7- 7bis- 7ter).

Il “Marchio Mondo Conveniente – la nostra forza è il prezzo” può poi considerarsi un marchio notorio o marchio celebre riconosciuto sia dalle altre imprese operanti nel mercato sia dai potenziali consumatori anche grazie, come allegato dalla difesa attorea, alle citazioni sulla stampa nazionale (cfr. doc. 4 fasc. ricorrente).

Deve, poi, reputarsi ampiamente documentato l’utilizzo da parte della ditta resistente, come marchio di fatto e come insegna, del seguente segno “*Mondo Convenienza – la mia forza è il prezzo*” nonché l’utilizzo del nome a dominio www.mobiliconvenienza.it per la commercializzazione/pubblicizzazione al dettaglio di mobili ed arredi per la casa.

L’utilizzo da parte della resistente di tali segni può, peraltro, reputarsi incontestato avendo la difesa della sig.ra Straface Silvana espressamente confermato di utilizzare detti segni nello svolgimento della propria attività imprenditoriale ed avendo, piuttosto, eccepito che detto utilizzo dovrebbe considerarsi del tutto legittimo poiché inidoneo a generare confusione con i marchi registrati dalle ricorrenti e che, in ogni caso, nel caso di specie, non sussisterebbe il *periculum in mora*.

Ciò posto, ritiene il Tribunale che l’utilizzo da parte della ditta resistente, impresa che commercializza al dettaglio mobili e prodotti di arredo per la casa, rappresenti condotta lesiva dei diritti di privativa del Gruppo Mondo Convenienza trattandosi di segno idoneo a confondersi con il marchio di cui è titolare la ricorrente trattandosi di marchio che ricalca tutti gli elementi distintivi dei marchi Mondo Convenienza e che viene utilizzato nel medesimo settore merceologico della ricorrente.



Sul punto giova osservare, in conformità alla consolidata giurisprudenza di legittimità, in tema di tutela del marchio, che l'apprezzamento del giudice del merito sulla confondibilità dei segni nel caso di affinità dei prodotti non deve essere compiuto in via analitica, attraverso il solo esame particolareggiato e la separata considerazione di ogni singolo elemento, ma in via globale e sintetica, con riguardo all'insieme degli elementi salienti grafici e visivi, mediante una valutazione d'impressione, che prescinde dalla possibilità di un attento esame comparativo e che va condotta in riferimento alla normale diligenza e avvedutezza del pubblico dei consumatori di quel genere di prodotti, dovendo il raffronto essere eseguito tra il marchio che il consumatore guarda ed il mero ricordo mnemonico dell'altro (cfr., da ultimo, Cass. civ. Sez. 1, Ordinanza n. 39764 del 13/12/2021).

Inoltre, è opportuno evidenziare che il giudizio di "affinità" di un prodotto rispetto ad un altro coperto, come nel caso di specie, da un marchio notorio o rinomato deve essere formulato secondo un criterio più largo di quello adoperato per i marchi comuni. Ne consegue che in relazione ai marchi cosiddetti "celebri" - ai quali il pubblico ricollega non solo un prodotto, ma un prodotto di qualità "soddisfacente" e che quindi garantiscono un successo del prodotto stesso a prescindere dalle sue qualità intrinseche - occorre tener conto del pericolo di confusione in cui il consumatore medio può cadere attribuendo al titolare del marchio celebre la fabbricazione anche di altri prodotti, non rilevantemente distanti sotto il piano merceologico e non caratterizzati - di per sé - da alta specializzazione, cosicché il prodotto meno noto si avvantaggi di quello notorio e del suo segno (cfr. Cass. civ. Sez. 1, Sentenza n. 13090 del 27/05/2013).

Procedendo, dunque, con il richiesto giudizio di comparazione di carattere globale, rileva il Tribunale la sostanziale identità dei marchi denominativi e figurativi contestati e quindi la confondibilità fra i due segni.

Invero, come allegato dalla difesa di parte ricorrente, il segno contestato riproduce quasi integralmente l'elemento denominativo dei marchi Mondo Convenienza ed è caratterizzato dai colori identificativi delle ricorrenti (rosso e bianco); è formato da due parti distinte posizionate nel medesimo modo (il binomio MONDO CONVENIENZA / MOBILI CONVENIENZA nella parte superiore del marchio e il payoff LA NOSTRA FORZA è IL PREZZO / LA MIA FORZA è IL PREZZO nella parte inferiore) ed è iscritto all'interno di una figura tondeggianti, esattamente come i marchi delle ricorrenti, il cui bordo viene tracciato in bianco, proprio come nei marchi del Gruppo

Contrariamente a quanto eccepito dalla difesa di parte resistente, infatti, il marchio della sig.ra Straface, "Mondo Convenienza – la mia forza è il prezzo" riproduce quello registrato sin



dagli anni '90 dalle società riferibili al Gruppo Mondo Convenienza, apportandovi modifiche talmente insignificanti da poter certamente passare inosservate ad un consumatore medio.

Rappresentano, infatti, modifiche certamente irrilevanti ed, in quanto tali, inidonee a distinguere – nella prospettiva del consumatore medio - il segno della ditta convenuta, l'utilizzo della parola “mobili” invece della parola “mondo” e l'utilizzo dell'espressione “la mia forza è il prezzo” invece della nota espressione “la nostra forza è il prezzo” che connota il Marchio notorio Mondo Convenienza.

Per quanto concerne, poi, il segno figurativo del marchio “Mondo Convenienza” la difesa di parte convenuta ha eccepito che il marchio della ditta Straface è iscritto all'interno di un cerchio e non di una ellisse, che nel segno usato da Straface manca la stilizzazione del globo in luogo della prima “o” della prima parola ed il tricolore e che il marchio della resistente utilizzerebbe il minuscolo mentre quello della ricorrente utilizza il maiuscolo. Pertanto, secondo parte convenuta, i due marchi in questione non sarebbero in alcun modo confondibili.

Ritiene, in definitiva, il Tribunale che la prospettazione difensiva di parte resistente non sia in alcun modo condivisibile in quanto le modifiche apportate dalla Straface al marchio notorio registrato dalla ricorrente non sono tali rendere certamente distinguibili dal consumatore medio i due prodotti.

Invero, è noto che la tutela rafforzata accordata dal Codice della proprietà industriale al marchio rinomato – come può considerarsi quello registrato dalle ricorrenti - comporta, oltre alla sua applicazione in caso di prodotti merceologici non affini, anche che si debba prescindere dall'accertamento di un rischio di confusione tra i segni, essendo sufficiente che il pubblico interessato in concreto possa cogliere l'esistenza di un nesso, ossia di un grado di similarità, tra il marchio notorio e quello successivo (Cass. civ. Sez. 1 , Ordinanza n. 27217 del 07/10/2021).

Stante la riscontrata sostanziale identità fra i marchi delle parti in causa le quali, come detto, operano nel medesimo settore merceologico deve, pertanto, reputarsi provata la contraffazione contestata dal gruppo Mondo Convenienza alla società resistente.

Infatti, l'art. 20 del menzionato c.p.i. dispone che *“I diritti del titolare del marchio d'impresa registrato consistono nella facoltà di fare uso esclusivo del marchio. Il titolare ha il diritto di vietare ai terzi, salvo proprio consenso, di usare nell'attività economica: a) un segno identico al marchio per prodotti o servizi identici a quelli per cui esso è stato registrato; b) un segno identico o simile al marchio registrato, per prodotti o servizi identici o affini, se a causa dell'identità o somiglianza fra i segni e dell'identità o affinità fra i prodotti o servizi, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che può consistere anche in un rischio di associazione fra i*



due segni; c) un segno identico o simile al marchio registrato per prodotti o servizi anche non affini, se il marchio registrato goda nello stato di rinomanza e se l'uso del segno senza giusto motivo consente di trarre indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla rinomanza del marchio o reca pregiudizio agli stessi.”

Lo *jus prohibendi* del titolare della privativa investe tutti i possibili usi nell'attività economica (art. 20, comma 2 c.p.i.) e gli consente di “vietare ai terzi di apporre il segno sui prodotti o sulle loro confezioni; di offrire i prodotti, di immetterli in commercio o di detenerli a tali fini, oppure di offrire o fornire i servizi contraddistinti dal segno; di importare o esportare prodotti contraddistinti dal segno stesso; di utilizzare il segno nella corrispondenza commerciale e nella pubblicità.”; peraltro, trattandosi di tutela assoluta, essa prescinde dal rischio di confusione o associazione fra i segni.

Ebbene, nel caso di specie, l'illegittima appropriazione da parte della Ditta Straface del marchio registrato dalle società ricorrenti rappresenta una violazione del diritto di privativa del gruppo Mondo Convenienza, nonché un atto di concorrenza sleale, atteso che, mediante tale condotta, la società resistente trae un ingiusto vantaggio economico dalla notorietà del marchio altrui e genera confusione nel consumatore.

Invero, è pacifico che l'utilizzo non consentito di un marchio sostanzialmente identico a quello registrato dal gruppo Mondo Convenienza, da parte di un soggetto che opera nel medesimo settore merceologico, pregiudica la sua funzione essenziale di garantire ai destinatari la provenienza del servizio

Nel caso di specie, appare, infatti, concreto il rischio di confusione anche sotto il profilo del rischio di associazione, inteso come probabile errore del pubblico circa l'esistenza di rapporti contrattuali o di gruppo fra le società Mondo Convenienza e la ditta del resistente.

E tali considerazioni non sono, peraltro, smentite dalla circostanza, allegata dalla difesa del convenuto, che la ditta convenuta ha una sola sede in Rossano mentre il gruppo Mondo Convenienza non ha alcuna sede in Calabria essendo pacifico che la tutela accordata al marchio registrato si estende per tutta Italia (marchio italiano) e per l'Europa (marchio europeo).

Come anche risulta del tutto irrilevante ai fini del decidere la circostanza, allegata dalla convenuta, che, al momento, la ricorrente non subirebbe alcun danno dall'utilizzo del marchio oggetto di controversia avendo appena assunto nuovi lavoratori.

Nel caso di specie, infatti, deve farsi applicazione del consolidato principio giurisprudenziale secondo il quale la confondibilità, che la legge richiede ai fini della tutela del marchio, si manifesta anche come potenzialità illecita, deducibile dalla naturale espansività



dell'impresa titolare del segno; l'apprezzamento circa la ricorrenza della possibilità di confusione, pertanto, non può aver luogo con giudizio "ex post", dovendosi piuttosto verificare, con riguardo al momento in cui è stata introdotta la domanda giudiziale, se l'attività dell'attore, anche per la sua possibile espansione - intesa quale normale potenzialità - possa risultare pregiudicata dalla somiglianza o identità dei segni, che sia tale da determinare, nell'evoluzione naturale della sua posizione nel mercato, un pericolo di confusione (cfr. da ultimo, Cass civ. Sez. 1, Sentenza n. 10205 del 11/04/2019).

Più in particolare giova evidenziare che per i marchi che godono di rinomanza, quali sono senza dubbio i marchi "Mondo Convenienza", è prevista una tutela che prescinde dalla sussistenza di qualsiasi rischio di confusione per il pubblico e che vieta l'uso di un segno identico o simile all'altrui marchio celebre ove esso dia luogo, alternativamente, ad un pregiudizio alla sua capacità distintiva o alla rinomanza, ovvero un indebito approfittamento delle stesse; fattispecie che, nel caso in esame, risultano ricorrere entrambe.

Invero l'uso del marchio della convenuta produce uno anche uno "svilimento" e una "diluizione" del marchio "Mondo Convenienza" che perde capacità "distintiva", non solo in termini di sicura riconducibilità del prodotto ad una impresa, ma anche in termini di capacità evocativa di qualità, eleganza, esclusività, prestigio dell'impresa che ne è titolare e che, attraverso esso, comunica al mercato un'immagine aziendale ed un target qualitativo.

Quanto precede vale anche agli effetti della confondibilità presupposta dall'art. 2598 n. 1 c.c., che non è una confondibilità fra prodotti, ma sull'origine imprenditoriale dei prodotti stessi, e dell'appropriazione parassitaria di pregi di cui al n. 2 della stessa norma, poiché, con l'illecita condotta descritta, la ditta resistente realizza l'indebito vantaggio dell'agganciamento al carattere distintivo e alla rinomanza dei marchi del gruppo Mondo Convenienza, proiettati sui prodotti designati dal segno identico o simile, con palese sfruttamento della scia del marchio notorio e del credito che lo stesso è giunto a godere sul mercato

E queste medesime conclusioni svolte devono essere estese anche al nome a dominio della resistente "*mobiliconvenienza.it*" atteso che, come noto, l'articolo 22 CPI estende il divieto di riproduzione dei marchi di terze parti anche all'uso di segni distintivi diversi dal marchio, sancendo che è altresì "*vietato adottare come ditta, denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio di un sito usato nell'attività economica o altro segno distintivo un segno uguale o simile all'altrui marchio se, a causa dell'identità o dell'affinità tra l'attività di impresa dei titolari di quei segni ed i prodotti o servizi per i quali il marchio è adottato, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni.*"



Ritiene, infatti, il Tribunale che il nome a dominio della resistente “*mobiliconvenienza.it*” sia confondibile con nomi a dominio precedentemente registrati dalle società del gruppo Mondo Convenienza (www.mondoconv.it; www.mondo-convenienza.it e www.mondoconvenienzaarredi.it) e che, pertanto, il relativo utilizzo da parte della Ditta Straface rappresenti condotta violativa dei diritti di privativa delle ricorrenti.

In definitiva, tenuto conto che le due imprese operano nel medesimo settore merceologico, e che parte ricorrente gode di ampia rinomanza nel predetto settore, deve, quindi, alla luce degli atti di causa e delle allegazioni attoree, reputarsi sussistente il *fumus boni iuris* della domanda.

Sul *periculum in mora*

Venendo, quindi, all’esame del *periculum in mora*, il pericolo nel ritardo (ossia un significativo scarto di effettività fra la tutela giurisdizionale immediata e quella differita all’esito dell’ordinaria cognizione), nel caso di specie, appare imminente poiché l’agganciamento alla sfera e ai prodotti del concorrente comporta drenaggio irreversibile di clientela e devalorizzazione o discredito dell’immagine commerciale e dei segni distintivi.

D'altra parte in materia di privative industriali, stante la natura dei diritti violati, la pericolosità del ritardo deve essere considerata insita nelle conseguenze irreversibili che la contraffazione può produrre sul mercato nel tempo necessario a far valere il diritto in via ordinaria (Trib. Ord. Torino, Sez. spec. propr. industr. ed intell., 09/11/2009).

Ed infatti lo sviamento di clientela, che rappresenta il tipico effetto dannoso dell’attività illecita, integra certamente, per costante giurisprudenza, gli estremi del pregiudizio irreparabile ed irreversibile; l’irreparabilità del danno deriva dall’obiettivo difficoltà di recupero della quota di mercato eventualmente perduta e dall’impossibilità di addivenire nel futuro giudizio di merito ad una esatta quantificazione del pregiudizio patrimoniale arrecato all’immagine ed agli interessi della impresa pregiudicata (Trib. Napoli, Sez. spec. Impresa, 05/02/2016).

Ebbene, nel caso di specie, ritiene il Tribunale, sebbene nella necessaria sommarietà che connota la presente fase cautelare, che l’utilizzazione, da parte della resistente, del segno distintivo sostanzialmente identico a quello delle ricorrenti, come insegna, marchio e nome a dominio, per la commercializzazione e promozione dei propri prodotti (arredi e mobili), rappresenta una condotta illegittima, trattandosi di condotta che ingenera confusione con il marchio di proprietà della società ricorrente, e che tale condotta prova sia il *fumus boni iuris* che il *periculum in mora*.

Contrariamente a quanto eccepito dalla resistente in modo del tutto generico deve, infatti, evidenziarsi che gli illeciti di contraffazione e concorrenza sleale sono illeciti di pericolo, cioè non necessitano di prova con riguardo alla concreta realizzazione del danno ma solo di dimostrazione



della sua potenzialità lesiva. Nella vicenda per cui è causa, peraltro, la potenzialità lesiva deriva dalla presenza, sullo stesso mercato, di segni distintivi quasi identici per prodotti identici, con il corollario che non spettava certamente alle ricorrenti provare di aver subito un calo nelle vendite.

Deve, quindi, riconoscersi la sussistenza anche del *periculum in mora*.

Stante la ricorrenza dei due requisiti del *fumus* e del *periculum*, l'inibitoria richiesta dalle odierne parti ricorrenti deve, pertanto, essere accolta e, per l'effetto, deve essere inibito alla resistente l'uso, in qualsiasi forma e declinazione grafica, la riproduzione, la pubblicazione e l'utilizzazione, anche parziale del segno "MOBILI CONVENIENZA – LA MIA FORZA è IL PREZZO", sia nella configurazione verbale che figurativa ivi compreso l'uso come insegna e/o nome a dominio e/o pagina social.

Inoltre, ai sensi dell'ultimo comma dell'art. 131 C.p.i., si fissa in € 300,00 la somma dovuta per ogni eventuale violazione constatata successivamente a trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento. L'importo così determinato per ogni violazione della presente ordinanza deve ritenersi assorbente della misura di coercizione indiretta ex art. 614 *bis* c.p.c. pure richiesta dalle ricorrenti nell'atto introduttivo del giudizio.

La richiesta di pubblicazione della presente ordinanza non può invece essere accolta trattandosi di misura che, nel caso di specie, appare eccessivamente afflittiva (cfr. art. 126 c.p.a. che prevede che l'autorità giudiziaria può ordinare che l'ordinanza cautelare o la sentenza che accerta la violazione dei diritti di proprietà industriale sia pubblicata integralmente o in sunto o nella sola parte dispositiva "tenuto conto della gravità dei fatti"). Invero, la sommarietà dell'attività istruttoria del procedimento cautelare e la tendenziale definitività degli effetti che scaturirebbero dall'ordine di pubblicazione, anche in relazione alle ripercussioni personali e patrimoniali che graverebbero su parte resistente, sconsigliano la concessione di tale misura. Non emerge, infatti, dalla documentazione in atti, che l'attività di illecita concorrenza abbia raggiunto dimensioni tali da rendere necessaria un'immediata contro reazione così incisiva (cfr. nello stesso senso, Tribunale Bologna Sez. spec. Impresa, 04/06/2021, n.1396; Tribunale di Roma, Sez. Proprieta' Industriale e Intellettuale, 24/01/2020; Tribunale Venezia, Sez. Proprieta' Industriale e Intellettuale, 07/11/2005).

Le spese di lite seguono la soccombenza e sono liquidate come in dispositivo in applicazione delle tabelle di cui al d.m. 2014 n.55, con esclusione della fase istruttoria che non si è svolta.

p.q.m.

- accoglie il ricorso e, per l'effetto, inibisce alla resistente l'uso, in qualsiasi forma e declinazione grafica, la riproduzione, la pubblicazione e l'utilizzazione, anche parziale del segno



“*MOBILI CONVENIENZA – LA MIA FORZA è IL PREZZO*”, sia nella configurazione verbale che figurativa ivi compreso l’uso come insegna e/o nome a dominio e/o pagina social;

- fissa in € 300,00 la somma dovuta per ogni eventuale violazione constatata successivamente a trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento;

- condanna Straface Silvana, nella sua qualità di legale rappresentante della ditta individuale Straface Silvana, al pagamento in favore Mondo Convenienza Holding S.p.a. ed Iris Mobili S.r.l. delle spese di lite del giudizio, liquidate in complessivi € 4.190,00, di cui € 3.645,00 per compensi ed € 545,00 per esborsi, oltre rimborso forfettario per spese generali, iva, cpa, come per legge.

Catanzaro, 17/05/2022

Il Giudice

dott.ssa Francesca Rinaldi

