

Oltreconfine. Sentenza contro il produttore Foshan

Ariston convince il tribunale cinese: stop ai loghi copiati

Rimosso anche il sito web; per il made in Italy sentenza storica

Rita Fatiguso
MILANO

■ Orecchiabile, accattivante: *Ariston*, al posto di *Ariston*, tradotto in ideogrammi. Con quel marchio dal suono così cinese, competitor del gruppo italiano leader negli scaldacqua invadevano il mercato locale di prodotti pressochè identici. Anni di concorrenza sleale tollerata a stento, com'è intuibile.

Fino a quando M&B Marchi e Brevetti srl e Ariston Thermo China Co. Ltd (titolare dei marchi Ariston e sub licenziataria per la Cina) non hanno deciso di difendersi in giudizio, ottenendo una recente, vittoriosa, pronuncia del tribunale di Shanghai. Che ha condannato il produttore di scaldabagni Foshan Shunde Arizhu Electric Appliances Co. Ltd per contraffazione di marchio sui prodotti, sul sito web, sull'imballaggio e sul materiale pubblicitario e, per concorrenza sleale, per l'uso di una ragione sociale simile al marchio Ariston e in grado di confondere il consumatore.

Una sentenza storica, cruciale per i futuri effetti sul made in Italy, forse anche più della pur nota sentenza della Suprema corte di Pechino sul caso Ferrero. Una sentenza esemplare: Foshan Shunde Arizhu Electric Applian-

ce Co. Ltd è stata condannata a un risarcimento di 300mila renminbi oltre a dover cancellare il proprio sito web (<http://www.ariston.com/>) e cambiare la propria ragione sociale. Non solo. Distributore e produttore devono pubblicare un'inserzione in cui ammettono gli atti di contraffazione di marchio e concorrenza sleale.

Al quartier generale di Ariston, ufficio legale, non nascondono la soddisfazione. E tengono a sottolineare i tre punti più importanti della sentenza: il riconoscimento che la controparte è un

contraffattore, anche se ha usato nomi composti; il fatto che la corte ha riconosciuto come il marchio goda in Cina di *high reputation*, uno status molto importante per dare più tutela in futuro contro analoghi episodi e, infine, per la condanna del contraffattore, non solo al pagamento della somma in denaro, ma a dichiarare esplicitamente che l'uso del marchio era illegale.

Ariston Thermo Group (nel 2010 1,5 miliardi di euro di fatturato nel mondo, 6,4 milioni di prodotti venduti) in Cina è molto forte, un milione e mezzo di cinesi, ogni anno, compra un prodotto Ariston. «Siamo presenti da 25 anni - dice il presidente, Paolo Merloni - abbiamo una quota importante nel riscaldamento dell'acqua e degli ambienti, Ariston è un marchio molto noto. Questa decisione è un risultato molto importante per noi e per l'industria di marca. È la prima sentenza favorevole a un produttore di prodotti di riscaldamento e di comfort. Anche i prodotti ad alta tecnologia sono più tutelati e potranno beneficiare di una protezione più estesa del brand, passo fondamentale per investire più serenamente in un paese importantissimo per la nostra strategia di crescita».

Federica Santonocito, l'avvocato dello studio Avvocati Associati Franzosi Dal Negro Pensato Setti, che per ha seguito il caso per conto di Ariston in Cina, aggiunge: «Il problema è enorme, ma ce la si può fare: anche se è stata dura raccogliere le prove in Cina, il processo è stato molto più veloce di quanto non si possa immaginare».

IL PRINCIPIO

 **ARISTON**

Marchio originale

 **ARISTON**
阿里斯顿

Marchio cinese

■ Gli avvocati di Ariston sono andati in tribunale trasportando, alla lettera, una carretta di documenti. Perché, con quattro caratteri simili su cinque, secondo l'ordinamento cinese, Ariston non aveva troppe speranze di avere giustizia. Bisogna provare che i due marchi sono identici. Così è stato necessario preparare un corposo fascicolo con il quale provare l'*high reputation*, l'alta reputazione, del marchio italiano sul mercato cinese

Missioni spaziali



La società apre un n Fiocchi <

Serena Uccello
MILANO

■ Ogni diecimila imprese in Lombardia ce ne sono 28, anzi 28,1, che hanno avviato una procedura di fallimento. Il dato è di ieri ed è soprattutto un dato (in crescita del del 21,7%) che ben fotografa il malessere del modello produttivo italiano. Colpa della crisi e colpa di un sistema che fatica a centrare l'esigenza di «chi ha una fabbrica», dice Stefano Fiocchi. L'ingegner Fiocchi da 48 ore è al centro di un'attenzione della quale non riesce quasi a capacitarsene. «Non immaginavo certo - racconta - che la nostra decisione di aprire uno stabilimento in Svizzera avesse questa eco». La Fiocchi, azienda lecchese che produce munizioni, investirà tre milioni di euro in un comune («quale preferisco non dirlo per scaramanzia») del Canton dei Grigioni. «Comunque vorrei chiarire - aggiunge - che la nostra non è una delocalizzazione. Noi siamo un'azienda in fase di espansione che si trova nelle condizio-