

Cortese att.ne:

Dott. Gian Matteo Fiorini

Curatore fallimentare

Via Francesco Daverio n. 6

20122 - Milano

e-Mail: [fiorini@fiorinidotcom.it](mailto:fiorini@fiorinidotcom.it)

Torino, 18/09/2024

Oggetto : Liquidazione controllata IKIGAI S.R.L. RG 50/2024 Tribunale di Milano |  
Nota integrativa alla Relazione di Stima del 9 giugno 2023 | Marchio “SPARPAGLIATO”  
Vs. rif. :  
Ns. rif. : Y868IT00

Egregio Dott. Fiorini,

Facendo seguito alla Sua cortese richiesta dello scorso 6 settembre, procediamo ad integrare la nostra precedente Relazione di Stima del 9 giugno 2023, redatta (su incarico della IKIGAI S.R.L.) con riferimento al marchio “ARMONICO SUSHI”.

Nella presente nota integrativa verrà quindi preso in esame anche il marchio “SPARPAGLIATO”.

#### **Premessa.**

In data 07/09/2021, la IKIGAI S.R.L. depositava domanda di registrazione per marchio dell’Unione Europea, domanda n. 018553411, per la tutela della parola scritta in caratteri standard “SPARPAGLIATO”; il marchio giungeva a concessione in data 13/01/2022 per la tutela dei seguenti prodotti e servizi:

*Classe 14 Portachivi [anelli portachivi con gingillo o charm]; ciondoli per portachivi a catenella; ciondoli per portachivi ad anello; anelli portachivi in metalli preziosi.*

*Classe 16 Cartelloni; flyer; brochure; menù; immagini stampate; pubblicazioni.*

*Classe 20 Statue di legno, cera, gesso o plastica.*

*Classe 21 Bastoncini [strumenti da cucina]; Articoli di vetro; Oggetti in porcellana; Maiolica; Recipienti per la casa o per la cucina; Utensili da cucina o di uso domestico; Vetro grezzo o semilavorato all’eccezione del vetro di costruzione; Stuoie per arrotolare il sushi; Attrezzatura per arrotolare il sushi; Statue in porcellana, terracotta, in ceramica o in vetro; Cavatappi, elettrici e non elettrici; Piatti; Piattini; Tovagliette, non di carta o di tessuto.*

*Classe 25 Articoli di abbigliamento, in particolare magliette, divise, grembiuli.*

*Classe 28 Peluche; giochi; giocattoli.*

*Classe 35 Servizi di vendita al dettaglio e online di portachiavi [anelli portachiavi con gingillo o charm], ciondoli per portachiavi a catenella, ciondoli per portachiavi ad anello, anelli portachiavi in metalli preziosi; Servizi di vendita al dettaglio e online di cartelloni, flyer, brochure, menù, immagini stampate, pubblicazioni; Servizi di vendita al dettaglio e online di statue di legno, cera, gesso o plastica; Servizi di vendita al dettaglio e online di bastoncini [strumenti da cucina], articoli di vetro, oggetti in porcellana, maiolica, recipienti per la casa o per la cucina, utensili da cucina o di uso domestico, vetro grezzo o semilavorato all'eccezione del vetro di costruzione, stuoie per arrotolare il sushi, attrezzatura per arrotolare il sushi, statue in porcellana, terracotta, in ceramica o in vetro, cavatappi, elettrici e non elettrici, piatti, piattini, tovaglette, non di carta o di tessuto; Servizi di vendita al dettaglio e online di articoli di abbigliamento, in particolare magliette, divise, grembiuli; Servizi di vendita al dettaglio e online di peluche, giochi, giocattoli.*

*Classe 43 Servizi di ristorazione con specialità sushi; Fornitura di alimenti e bevande; Servizi di ristorazione da asporto e take-away; Servizi di bar; Servizi di catering.*

Il marchio "SPARPAGLIATO" risulta pertanto protetto in Unione Europea per tutti i prodotti/servizi sopra menzionati.

Allegati n. 1: Certificato di Registrazione UE marchio "SPARPAGLIATO".

Durante la fase di esame della relativa domanda da parte dell'Ufficio marchi competente, non è stato emesso alcun rilievo; inoltre, non è stata avanzata alcuna opposizione alla registrazione di detto marchio da parte di soggetti terzi. Considerato quanto appena detto, nonché il fatto che il marchio è pervenuto a registrazione con successo, detto marchio gode di una presunzione di validità assoluta; si segnala, inoltre, che è allo stato attuale non è soggetto all'onere della prova d'uso.

Dall'esame del Registro marchi dell'Unione Europea emerge che in data 20 giugno 2024 è stata iscritta, presso l'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO), Procedura di Insolvenza con riferimento al marchio in esame. Numero del fascicolo: T 025760607.

Allegato n. 2: Estratto EUIPO del marchio n. 018553411

\*\*

Occorre qui brevemente ricordare che la qualificazione del marchio come forte o debole è antecedente logico necessario rispetto all'indagine sul suo valore economico. A tal proposito, la parola SPARPAGLIATO è un termine che non ha un collegamento semantico diretto né con il mondo della ristorazione, né con i servizi di vendita rivendicati in classe 35 e neanche con i prodotti rivendicati nelle classi 14, 16, 20, 21, 25 e 28; pertanto, il marchio in esame può essere considerato un marchio forte stante la mancanza di sostanziale aderenza concettuale ai servizi contraddistinti. La forza di un marchio è rapportata alla sua capacità di catturare l'interesse dei consumatori, anche grazie alle eventuali suggestioni ed associazioni mentali che esso è in grado di evocare. Giurisprudenza ricorrente ha più volte confermato che "L'obbligo di differenziazione incombente per i marchi successivi è tanto più gravoso quanto maggiore è la forza individualizzante del marchio antecedente, nel senso che il soddisfacimento dell'obbligo predetto rispetto ai marchi ad alta capacità distintiva implica variazioni ed aggiunte assai più consistenti e penetranti di quelle sufficienti al soddisfacimento dell'obbligo medesimo rispetto ai marchi a bassa capacità distintiva." [App. Roma 24 novembre 2007].

Un altro aspetto da prendere in considerazione è la modalità di acquisizione del diritto all'uso del marchio oggetto della valutazione. Come già ricordato, il marchio risulta registrato in Unione Europea.

La ricerca svolta nella banca dati marchi dell'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO) ha permesso di verificare che, presso detto Registro, non ci sono marchi registrati identici al marchio "SPARPAGLIATO" con riferimento al settore oggetto di tutela, oltre al marchio di titolarità della IKIGAI S.R.L.; analogo risultato è emerso da una ricerca svolta sul data base marchi TMVIEW prendendo in esame anche i singoli registri dei Paesi membri dell'Unione Europea.

Allegato n. 3: Estratto esito ricerca identità presso EUIPO;

Allegato n. 4: Estratto esito ricerca identità data base TMVIEW;

Si segnala, infine, che la IKIGAI S.R.L. ha certificato, tramite lo strumento della *Blockchain*, i render dei packaging e le brochure comprendenti il marchio "SPARPAGLIATO".

Allegato n. 5: Materiale oggetto di certificazione tramite strumento *Blockchain*;

Allegato n. 6: Certificato *Blockchain*.

\*\*

Premesso quanto sopra, e venendo al possibile impatto economico del marchio "SPARPAGLIATO" sulla stima complessiva dei due marchi "ARMONICO SUSHI" e "SPARPAGLIATO", prendiamo buona nota delle indicazioni, da Lei gentilmente fornite allo scrivente Studio in data 6 settembre 2024, dopo essersi confrontato con l'amministratore delegato della citata Società IKIGAI S.R.L., ovvero:

*"- il marchio "SPARPAGLIATO" risultava essere un marchio secondario di minore importanza legato al ristorante sito a Milano via [REDACTED], di cui costituiva l'insegna;*

*- i ricavi all'epoca comunicati allo Studio Interpatent per citata Relazione di stima sul marchio "ARMONICO SUSHI" comprendevano anche i ricavi relativi al marchio "SPARPAGLIATO";*

*- i ricavi del marchio "SPARPAGLIATO" rappresentavano circa il 2% dei ricavi esposti nei bilanci sociali;*

*- per il marchio "SPARPAGLIATO" non era stata elaborata una strategia di comunicazione, come invece era stata predisposta per il marchio "ARMONICO SUSHI";*

*- i dati sui costi in pubblicità sostenuti dalla Società IKIGAI srl e all'epoca comunicati allo Studio Interpatent si riferivano esclusivamente al marchio "ARMONICO SUSHI";*

*- i dati dei costi in pubblicità per il marchio "SPARPAGLIATO" risultavano essere irrilevanti."*

\*\*

Sulla base di tali indicazioni, osserviamo quindi che, sotto il profilo dei costi sostenuti dalla Società IKIGAI S.R.L. in termini di strategia di comunicazione e pubblicità, l'impatto del marchio "SPARPAGLIATO" è stato irrilevante. Inoltre, per quanto attiene ai ricavi, quanto indicato ed esposto nella precedente Relazione di stima (del 9 giugno 2023) era già comprensivo dei ricavi collegabili al marchio "SPARPAGLIATO".

Rileviamo invece che, sulla base dei dati a nostra disposizione, tenendo conto anche dei costi di ricostruzione del marchio “SPARPAGLIATO”, il totale dei costi complessivi di ricostruzione dei due marchi in questione (“ARMONICO SUSHI” + “SPARPAGLIATO”) è variato.

Allegato n. 7: Conteggi.

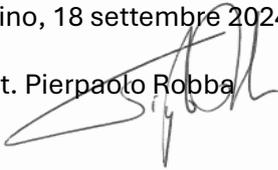
Sulla base di quanto abbiamo potuto visionare, altre variazioni rilevanti in termini di costi/ricavi non sono da segnalare.

#### CONCLUSIONI

Tenendo conto di tutto quanto sopra e applicando la medesima metodologia di valutazione utilizzata nel corso della precedente Relazione di Stima, complessivamente il valore dei due marchi “ARMONICO SUSHI” e “SPARPAGLIATO” viene fissato in € 20.900,00 (ventimilanovecento) (arrotondato per difetto).

Torino, 18 settembre 2024

dott. Pierpaolo Robba



dott. Alberto Furno



Allegati:

Allegati n. 1: Certificato di Registrazione UE marchio “SPARPAGLIATO”;

Allegato n. 2: Estratto EUIPO del marchio n. 018553411;

Allegato n. 3: Estratto esito ricerca identità presso EUIPO;

Allegato n. 4: Estratto esito ricerca identità data base TMVIEW;

Allegato n. 5: Materiale oggetto di certificazione tramite strumento *Blockchain*;

Allegato n. 6: Certificato *Blockchain*;

Allegato n. 7: Conteggi;