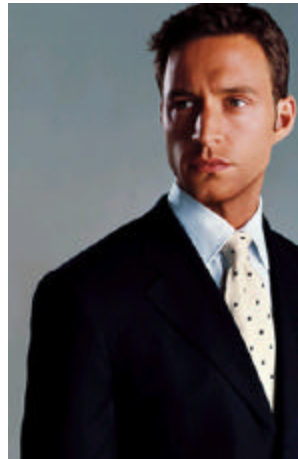


La Proprietà Intellettuale nel Gruppo Ermenegildo Zegna



Il Gruppo Ermenegildo Zegna oggi

Principali mercati:

| | |
|----------------|-----|
| Europa | 40% |
| Asia | 22% |
| America | 38% |

Prodotti:

| | |
|----------------------|---------------------|
| 2.000.000 Mt. | TESSUTO |
| 500.000 | CAPOSPALLA |
| 500.000 | CAMICIE |
| 2.500.000 | CRAVATTE |
| 1.500.000 | SPORTSWEAR |
| Fatturato | 634 MILIONI DI EURO |
| 86% | DI EXPORT |

n. marchi: c.a **5.000** (marchio/paese/classe) di cui 90% comprendenti la denominazione Zegna e 10% comprendenti altre denominazioni

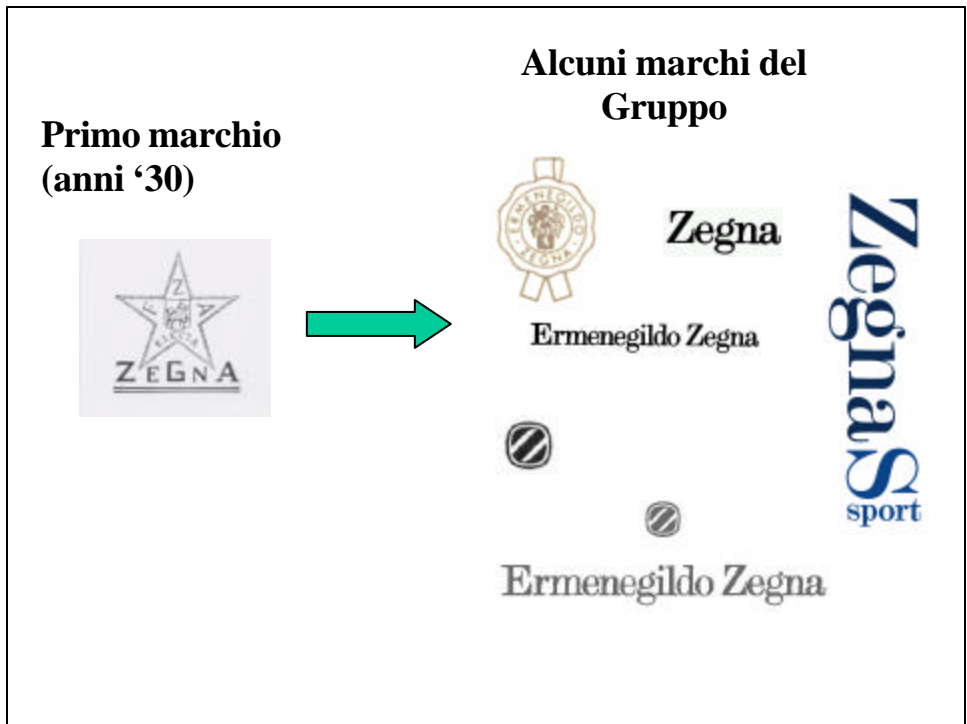
n. Classi merceologiche principali: 10

MISSIONE

SODDISFARE I DESIDERI DEL CONSUMATORE INTERNAZIONALE
DELLA FASCIA ALTA DEL MERCATO
DEL TESSILE ED ABBIGLIAMENTO MASCHILE
AL FINE DI
DIVENTARE E RIMANERE IL GRUPPO LEADER
CON UNA POLITICA PRIORITARIA DI MARCA ERMENEGILDO
ZEGNA CON PRODOTTI MARCATI, SPECIALISTICI, INNOVATIVI
DI ALTA QUALITA' E SERVIZIO
DISTRIBUITI SELETTIVAMENTE

Il valore fondamentale del marchio

- 1) Tradizione
- 2) Innovazione
- 3) Comunicazione



Zegna in caratteri locali

| | | | |
|-------------|-------|--------------|--------|
| • Cinese | 杰尼亚 | • Indi | जेनिया |
| • Arabo | زچنا | • Giapponese | ゼニア |
| • Cirillico | ЗЕНЬЯ | • Tailandese | เชกนา |
| • Ebraico | זעניא | • Greco | ΤΞΕΝΙΑ |
| | | • Coreano | 제나 |

La politica di sviluppo

Paesi

- Priorità 1 = 22 paesi ad interesse commerciale fondamentale
- Priorità 2 = 19 paesi ad interesse commerciale elevato
- Priorità 3 = 27 paesi ad interessi commerciale medio
- Priorità 4 = 24 paesi ad interesse commerciale medio basso
- Priorità 5 = tutti gli altri paesi ad interesse commerciale minimo

Classi

- Priorità 1 = 39 TM/classi
- Priorità 2 = 10 TM/classi
- Priorità 3 = 5 TM/classi
- Priorità 4 = 1 TM/classi
- Priorità 5 = 0 TM/classi salvo eccezioni

La gestione del contenzioso

Parametri

1) CONTRAFFAZIONE DI PRODOTTO:

- a) importanza del paese
- b) importanza del prodotto
- c) importanza e tipologia del canale di distribuzione
- d) dimensione e valore della contraffazione
- e) valutazione complessiva
 - contraffazione strategica
 - contraffazione locale
 - contraffazione occasionale

Azioni

- Qualsiasi azione necessaria senza limite di spesa
- Azione entro limite massimo di spesa di 20.000 USD
- Solo azione di polizia
- Solo diffida

2) DEPOSITO ABUSIVO

- classi merceologiche cui è estesa la protezione del marchio
- classi merceologiche cui non è estesa la protezione del marchio
- denominazioni simili/confondibili

Zegna sul web



La protezione su Internet



Arbitrati

The screenshot shows a web browser displaying the WIPO Case Details for Case D2001-4128. The page is titled "Case Details for WIPO Case D2001-4128" and contains a table with the following information:

| | |
|-------------------|---|
| WIPO Case Summary | |
| WIPO Case Number | D2001-4128 |
| Case file website | quidemongibloggy.com |
| Casefile URL | http://www.wipo.int/amc/en/mediation/cases/4128/summary.html |
| Respondent | Quidem Media S.A. |
| Casefile | Quidem Media S.A. v. Euronews (Quidem Media S.A. v. Euronews) |
| Casefile Date | 08-Apr-2001 |
| Casefile | View Casefile |

Below the table, there is a section titled "WIPO Arbitration and Mediation Center" and "ADMINISTRATIVE PANEL DECISION". The case is identified as "Euronews (Quidem Media S.A. v. Euronews) (Quidem Media S.A. v. Euronews)".

Meta Tags

The screenshot shows a web browser displaying the Channer's website. The website features a banner for "Channer's" with the tagline "Channer's stress for excellence" and a "bugatti" logo. Below the banner, there is a section titled "Channer's Menu" and a paragraph of text.

The browser's developer tools are open, showing the meta tags for the page. The meta tags are as follows:

```
<meta charset="utf-8" />
<meta name="description" content="Channer's Menu" />
<meta name="keywords" content="Channer's Menu, Channer's Menu, Channer's Menu" />
<meta name="author" content="Channer's Menu" />
<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />
```

Guidelines

- Pianificazione a lungo termine
- Tolleranza zero ragionata
- Collaborazione con altre aziende
- Prevenzione più che repressione
- Stimolo ad associazioni di categoria
- Educazione del consumatore