



Ministero delle Imprese e del Made in Italy

DIPARTIMENTO MERCATO E TUTELA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROPRIETÀ INDUSTRIALE - UIBM
DIVISIONE VII –
TRASCRIZIONE E ANNOTAZIONI, NULLITÀ, PROCEDIMENTO DI OPPOSIZIONE

OPPOSIZIONE n. 652024000061504

La società estera CHICAGO MUSIC, INC., con sede negli Stati Uniti, rappresentata dalla SOCIETÀ ITALIANA BREVETTI S.P.A. di Roma (**Opponente**)

contro

la società estera MILESTONE RECORDS LTD, con sede nel Regno Unito, (MN), domiciliata presso DANIELE PEROBELLI in Mantova (**Richiedente**)

L'esaminatore, dott.ssa Gabriella Rosaria Garozzo, ha adottato la seguente

DECISIONE:

1. L'opposizione n. **652024000061504** è integralmente accolta.
2. La domanda di registrazione di marchio n. **302023000126984** è, pertanto, integralmente respinta.

Spese

È posto a carico del Richiedente l'onere del rimborso all'Opponente dei costi sostenuti per le spese del procedimento pari ad € 250,00 e della rappresentanza professionale quantificata in € 300,00, e così per complessivi € 550,00.

PROCEDIMENTO

In data 04/09/2023 il Richiedente ha depositato la domanda di registrazione n. **302023000126984** per



il segno

per contraddistinguere i seguenti prodotti/servizi:

classe 9: apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo dell'elettricità; apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, fotografici, cinematografici, ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; compact disk, dvd e altri supporti di registrazione digitale; meccanismi per apparecchi di prepagamento; registratori di cassa, macchine calcolatrici, corredo



per il trattamento dell'informazione, computer, software, estintori.; supporti di registrazione magnetica, dischi acustici;

classe 25: *articoli di abbigliamento; cappelleria; scarpe;*

classe 41: *attività sportive e culturali; educazione; servizi di divertimento.*

La domanda è stata ritenuta registrabile ed è stata pubblicata nel bollettino UIBM dei marchi di impresa n. 1013 del 04/01/2024. Nei confronti della citata domanda, il sig. STANGHELLINI LUCA, ha depositato, in data 04/04/2024, un atto di opposizione basato su tutti i prodotti/servizi dei seguenti diritti anteriori, e precisamente:



Marchio nazionale n. 362015000029414

classe 9: *apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, elettrici (compresa la radio), fotografici, cinematografici, ottici, di peso, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; apparecchi automatici funzionanti con l'introduzione di una moneta o di un gettone; macchine parlanti; registratori di cassa, macchine calcolatrici; apparecchi estintori.*

classe 42: *istruzione, spettacolo.*



Marchio dell'Unione Europea n. 000237859

classe 9: *dischi, nastri audio, compact disc, nastri video e videocassette preregistrati, contenenti musica e divertimenti;*

classe 25: *abbigliamento per uomo, donna e bambino, ovvero camicie, giacche, maglioni, pantaloni, calzature, t-shirt, calzini, completi camicia, giacca e pantaloni, scarpe da tennis, felpe, jerseys, pantaloncini, tute da ginnastica, pantaloni di felpa, cappelli/cuffie, sciarpe, guanti, maglieria, cravatte, impermeabili, pigiama, accappatoi, camicie da notte, biancheria personale termica, fasce per la testa, polsini e costumi da halloween;*

classe 41: *divertimenti, ovvero spettacoli dal vivo di gruppi musicali.*

Marchio nazionale n. 014173447 **CHICAGO**

classe 9: *registrazioni audio e video contenenti musica rock and roll e spettacoli artistici di rock and roll; supporti digitali, ovvero videocassette preregistrate, videodischi digitali, dischi versatili digitali, registrazioni audio e video scaricabili, dvd e dischi digitali ad alta definizione contenenti musica rock and roll e spettacoli artistici di rock and roll; tutti i suddetti articoli sotto forma del genere artistico*



del rock and roll;

classe 41: *servizi di divertimento nell'ambito del rock and roll, ovvero spettacoli vocali e strumentali.*

L'opposizione è basata su tutti i prodotti/servizi dei diritti anteriori ed è diretta contro la registrazione della domanda di marchio per tutti i prodotti/servizi rivendicati.

Il marchio nazionale n. **362015000029414** ed il marchio dell'Unione Europea n. **000237859** appaiono più vicini al segno contestato e rivendicano prodotti/servizi complessivamente identici/affini a quelli rivendicati dal Richiedente. Pertanto, nella presente decisione si procederà al confronto del marchio nazionale n. **362015000029414** e del marchio dell'Unione Europea n. **000237859**, in quanto aventi la caratteristica di segni “catch-all”.

OSSERVAZIONI PRELIMINARI E ARGOMENTI DELLE PARTI

In seno all'atto di opposizione, la parte Opponente ha lamentato la confondibilità del segno rispetto ai propri marchi anteriori, per tutti i prodotti/servizi rivendicati dal Richiedente. A seguito della prima comunicazione alle parti, il termine per addivenire ad un accordo di conciliazione è scaduto, senza che le parti abbiano raggiunto alcun accordo.

La parte Opponente ha depositato, ai sensi dell'art. 176, c. 4 CPI, le osservazioni a sostegno dell'opposizione in oggetto, argomentando la confondibilità del segno contestato rispetto ai propri marchi anteriori. In particolare, è stata sostenuta l'identità o comunque l'affinità dei prodotti/servizi contestati, nonché l'elevato grado di somiglianza dei segni, determinato dalla condivisione del termine CHICAGO caratterizzato, peraltro, dalla stessa stilizzazione grafica. L'Opponente ha formulato, infine, espressa domanda di rimborso delle spese.

La parte Richiedente non ha depositato deduzioni.

MOTIVAZIONE

Rischio di confusione – art. 12 comma 1 lettera d) CPI

L'art. 12, comma 1, lettera d), CPI dispone che non possono costituire oggetto di registrazione come marchio di impresa i segni che alla data del deposito della domanda

“siano identici o simili ad un marchio già da altri registrato nello Stato e con efficacia nello Stato in seguito a domanda depositata in data anteriore o avente effetto da data anteriore in forza di un diritto di priorità o di una valida rivendicazione di preesistenza 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 i servizi possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni.”

a) Prodotti/servizi

Per valutare la somiglianza tra prodotti/servizi, occorre tener conto di tutti i fattori rilevanti che caratterizzano il rapporto fra di essi. Tali fattori includono, in particolare, la loro natura, la loro destinazione, il loro impiego nonché la loro concorrenzialità o complementarietà (sentenza del 29/09/1998, C-39/97, caso *Canon*, punto 23); si può tenere conto anche di altri fattori quali, ad



esempio, i canali di distribuzione dei prodotti/servizi in esame. Occorre, altresì, notare che la classificazione dei prodotti/servizi definita dall'Accordo di Nizza serve esclusivamente a fini amministrativi; pertanto, non possono essere considerati simili o diversi l'uno rispetto all'altro sul solo presupposto che figurano nelle stesse classi o in classi diverse della classificazione di Nizza.

I prodotti/servizi rivendicati con i marchi anteriori e posti a fondamento della presente opposizione sono i seguenti:

Marchio nazionale n. 362015000029414

classe 9: *apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, elettrici (compresa la radio), fotografici, cinematografici, ottici, di peso, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; apparecchi automatici funzionanti con l'introduzione di una moneta o di un gettone; macchine parlanti; registratori di cassa, macchine calcolatrici; apparecchi estintori.*

classe 42: *istruzione, spettacolo.*

Marchio dell'Unione Europea n. 000237859

classe 9: *dischi, nastri audio, compact disc, nastri video e videocassette preregistrati, contenenti musica e divertimenti;*

classe 25: *abbigliamento per uomo, donna e bambino, ovvero camicie, giacche, maglioni, pantaloni, calzature, t-shirt, calzini, completi camicia, giacca e pantaloni, scarpe da tennis, felpe, jerseys, pantaloncini, tute da ginnastica, pantaloni di felpa, cappelli/cuffie, sciarpe, guanti, maglieria, cravatte, impermeabili, pigiama, accappatoi, camicie da notte, biancheria personale termica, fasce per la testa, polsini e costumi da halloween;*

classe 41: *divertimenti, ovvero spettacoli dal vivo di gruppi musicali.*

I prodotti/servizi contestati sono i seguenti:

classe 9: *apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo dell'elettricità; apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, fotografici, cinematografici, ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; compact disk, dvd e altri supporti di registrazione digitale; meccanismi per apparecchi di prepagamento; registratori di cassa, macchine calcolatrici, corredo per il trattamento dell'informazione, computer, software, estintori; supporti di registrazione magnetica, dischi acustici;*

classe 25: *articoli di abbigliamento; cappelleria; scarpe;*

classe 41: *attività sportive e culturali; educazione; servizi di divertimento.*

I prodotti contestati “apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo dell'elettricità; apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, fotografici, cinematografici, ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; meccanismi per apparecchi di prepagamento; registratori di cassa, macchine calcolatrici, corredo per il trattamento dell'informazione, computer, software, estintori;” sono **identici** ai prodotti “apparecchi e strumenti scientifici, nautici, geodetici, elettrici (compresa la radio), fotografici, cinematografici, ottici, di peso, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento” rivendicati dall'Opponente con il marchio anteriore nazionale n. 362015000029414 nella medesima classe 9.



I prodotti contestati “*apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; compact disk, dvd e altri supporti di registrazione digitale; supporti di registrazione magnetica, dischi acustici*” sono **identici** ai prodotti *dischi, nastri audio, compact disc, nastri video e videocassette preregistrati, contenenti musica e divertimenti*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 9.

I prodotti contestati “*articoli di abbigliamento*” sono **identici** ai prodotti “*abbigliamento per uomo, donna e bambino, ovvero camicie, giacche, maglioni, pantaloni, calzature, t-shirt, calzini, completi camicia, giacca e pantaloni, scarpe da tennis, felpe, jerseys, pantaloncini, tute da ginnastica, pantaloni di felpa, cappelli/cuffie, sciarpe, guanti, maglieria, cravatte, impermeabili, pigiama, accappatoi, camicie da notte, biancheria personale termica, fasce per la testa, polsini e costumi da halloween*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 25.

I servizi contestati “*servizi di divertimento*” sono **identici** ai servizi “*divertimenti, ovvero spettacoli dal vivo di gruppi musicali*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 41.

I servizi contestati “*servizi di divertimento*” sono **identici** ai servizi “*divertimenti, ovvero spettacoli dal vivo di gruppi musicali*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 41.

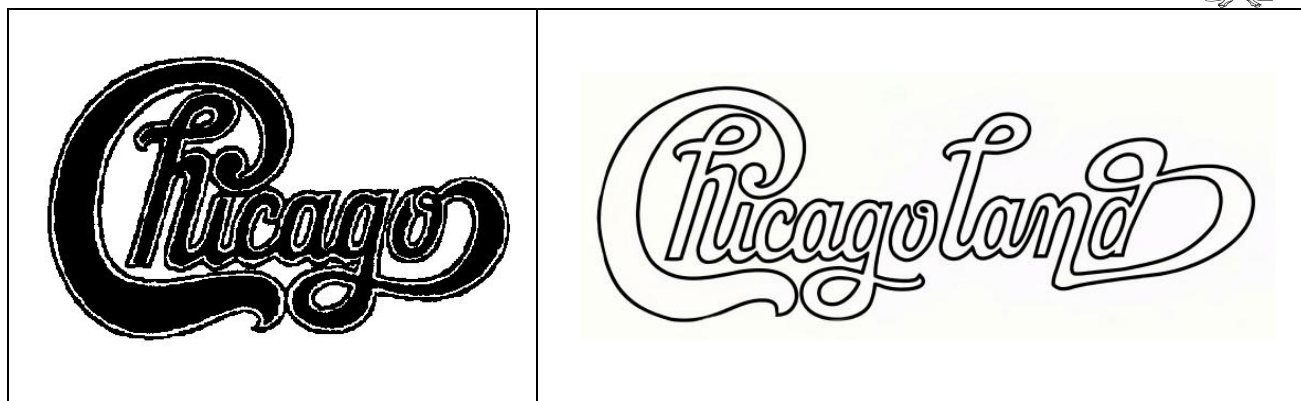
Il servizio contestato “*educazione*”, rivendicato dal Richiedente nella classe 41, è **identico** al servizio “*istruzione*” rivendicato dall’Opponente con il marchio anteriore nazionale n. 362015000029414 nella classe 42.

I prodotti contestati “*capperia; scarpe*” sono **affini in grado elevato** ai prodotti “*abbigliamento per uomo, donna e bambino, ovvero camicie, giacche, maglioni, pantaloni, calzature, t-shirt, calzini, completi camicia, giacca e pantaloni, scarpe da tennis, felpe, jerseys, pantaloncini, tute da ginnastica, pantaloni di felpa, cappelli/cuffie, sciarpe, guanti, maglieria, cravatte, impermeabili, pigiama, accappatoi, camicie da notte, biancheria personale termica, fasce per la testa, polsini e costumi da halloween*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 25, in considerazione della natura dei prodotti, del rapporto di complementarietà tra gli stessi sussistente, oltre che della normale coincidenza dei relativi produttori, pubblico e canali di distribuzione.

I servizi contestati “*attività sportive e culturali*” sono **affini in grado medio** ai servizi “*divertimenti, ovvero spettacoli dal vivo di gruppi musicali*” rivendicati dall’Opponente con il marchio anteriore dell’Unione Europea n. 000237859 nella medesima classe 41 in considerazione del medesimo scopo ricreativo perseguito dagli stessi, oltre che della normale coincidenza dei relativi fornitori, pubblico e canali di distribuzione.

b) I segni

L’accertamento della somiglianza tra i segni deve basarsi non tanto sui singoli elementi da cui questi sono composti quanto, soprattutto, su una valutazione globale dei segni in conflitto che tenga conto, tra l’altro, dei profili visivo, fonetico e concettuale.



marchi anteriori

segno contestato

Esame visivo

Il marchio anteriore è di tipo complesso e risulta composto dalla parola CHICAGO, scritta in caratteri corsivi di colore nero in una grafia particolarmente stilizzata, caratterizzata dalla lettera C iniziale maiuscola che racchiude quasi l'intera parola, così come la lettera corsiva finale O che si unisce con una sorta di "occhiello" alla lettera G.

Il segno contestato è di tipo complesso e risulta composto dalla medesima parola CHICAGO, raffigurata con le stesse identiche caratteristiche e stilizzazioni grafiche di cui sopra, e dalla parola LAND, attaccata a CHICAGO, raffigurata con la medesima stilizzazione grafica di quest'ultima. La lettera corsiva finale D si unisce con una sorta di "occhiello" alla lettera N, richiamando la stilizzazione dei marchi anteriori. Le lettere sono di colore bianco con contorno nero.

Quando un marchio è composto da elementi verbali e figurativi, i primi, in genere, sono considerati maggiormente distintivi rispetto ai secondi, atteso che il consumatore, nel processo che porta a sintetizzare gli aspetti visivi di un'immagine nelle sue componenti essenziali, sarà più facilmente portato a riferirsi ai prodotti/servizi in questione citando il nome piuttosto che descrivendo gli elementi figurativi del marchio. Nel caso in esame, l'elemento grafico caratterizza i segni a confronto. L'identica stilizzazione dell'elemento verbale caratterizza entrambi i segni, imprimendo un'analogha impressione visiva complessiva.

Nel confrontare i segni sul piano visivo, la giurisprudenza ribadisce costantemente il principio per cui i segni sono simili se condividono un notevole numero di lettere nella medesima posizione e non sono altamente stilizzati o sono stilizzati nello stesso modo o in un modo simile. È, inoltre, sostenuta la somiglianza nonostante le lettere siano rappresentate graficamente con caratteri diversi, in corsivo o grassetto, con lettere maiuscole o minuscole (18/06/2009, T-418/07, *LiBRO*, EU:T:2009:208; 15/11/2011, T-434/10, *Alpine Pro Sportswear & Equipment*, EU:T:2011:663).

Nell'esaminare l'elemento verbale dei segni a confronto, si rileva che identico è il termine CHICAGO, che rappresenta l'elemento distintivo di entrambi i segni.

Pertanto, la somiglianza visiva tra i segni in contrapposizione deve essere complessivamente considerata di grado molto alto.



Esame fonetico

Per quanto riguarda il piano fonetico, l'impressione fonetica complessiva suscitata da un segno è particolarmente influenzata dal numero e dalla sequenza delle sillabe che lo compongono. Il ritmo e la cadenza abituali dei segni svolgono un ruolo importante nella percezione fonetica dei segni. L'esame fonetico può svolgersi, dunque, solo limitatamente alle componenti letterali dei segni. Gli elementi chiave per determinare l'impressione fonetica complessiva di un marchio sono le sillabe e la loro particolare sequenza e accentazione. La valutazione delle sillabe comuni è particolarmente importante quando si pongono a confronto i marchi sotto il profilo fonetico, dato che un'impressione fonetica complessiva sarà determinata per lo più da quelle sillabe comuni e dalla loro combinazione identica o simile.

I marchi anteriori consistono nel termine CHICAGO, che sarà verosimilmente letto così come scritto, e dunque: *ci-cà-go*.

Il segno contestato è composto dal termine CHICAGOLAND, che sarà verosimilmente letto così come scritto, e dunque: *ci-cà-go-lànd*.

Il marchio anteriore è composto da tre sillabe; il segno contestato è composto da quattro sillabe. L'elemento verbale dei marchi anteriori è interamente contenuto nella parte iniziale del segno contestato. Le prime tre sillabe del segno contestato coincidono, dunque, con quelle dei marchi anteriori e sono poste nella medesima sequenza.

Pertanto, la somiglianza fonetica tra i segni in contrapposizione deve essere complessivamente considerata di grado molto alto.

Esame concettuale

I marchi anteriori consistono nel termine CHICAGO che richiama verosimilmente l'omonima città di Chicago sita negli Stati Uniti.

Il segno contestato è composto dal termine CHICAGOLAND. Il primo termine CHICAGO richiama verosimilmente l'omonima città di Chicago sita negli Stati Uniti; il termine LAND verrà verosimilmente inteso nel suo significato italiano corrispondente di *terra*, stante l'ampio e diffuso utilizzo anche in Italia.

Pertanto, la somiglianza concettuale tra i segni in contrapposizione deve essere complessivamente considerata di grado molto alto.

a) Elementi distintivi e dominanti

Nel determinare la sussistenza del rischio di confusione, il confronto fra i segni in conflitto deve basarsi sull'impressione generale prodotta dagli stessi, tenendo conto, in particolare, dei loro elementi distintivi e dominanti. Elemento dominante è quello che per dimensioni o caratterizzazioni particolari è in grado di attirare l'attenzione del consumatore medio condizionandone il dato mnemonico. Elementi distintivi sono quelli in grado di contraddistinguere il marchio nella sua funzione di indicatore di provenienza dei prodotti o servizi da una determinata impresa, in quanto mentalmente non associabili agli stessi.



L'elemento dominante e distintivo dei segni a confronto è costituito dal termine CHICAGO, rispetto cui gli ulteriori elementi risultano del tutto secondari e subvalenti.

b) Carattere distintivo del marchio anteriore

Il carattere distintivo del marchio anteriore è uno di quei fattori di cui tenere conto in sede di valutazione globale del rischio di confusione. L'Opponente non ha rivendicato per il diritto azionato un carattere distintivo accresciuto a seguito della notorietà o dell'uso intenso sul mercato di riferimento.

Il marchio anteriore consiste in un termine che risulta distante dai prodotti/servizi rivendicati. Pertanto, il carattere distintivo del marchio anteriore deve essere complessivamente considerato di grado normale.

c) Pubblico di riferimento – livello di attenzione

Il consumatore medio percepisce normalmente un marchio come un tutt'uno e non effettua un esame delle sue singole componenti. Occorre anche prendere in considerazione il fatto che il livello di attenzione del consumatore medio, mediamente avveduto ed informato, può variare in funzione della categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi.

Si ritiene che il consumatore medio della categoria dei prodotti/servizi in questione abbia un grado di attenzione di livello normale.

d) Valutazione globale, altri argomenti e conclusione

I criteri che sovrintendono l'accertamento della confondibilità dei segni impongono che il confronto degli stessi sia compiuto non in via analitica, ma attraverso un esame unitario e sintetico che tenga conto degli effetti visivi, fonetici e concettuali delle espressioni usate riferiti alla percezione dei consumatori ai quali i prodotti sono destinati. Il raffronto va operato tra il marchio che un consumatore può guardare e quello di cui lo stesso possiede un mero ricordo mnemonico.

La comparazione fra i segni in conflitto ha consentito di rilevare che, ai sensi dell'art. 12, comma 1, lettera d), CPI gli stessi sono dotati di un livello molto alto di somiglianza sotto il profilo visivo, fonetico e concettuale.

I prodotti/servizi contestati con la presente opposizione sono risultati identici e/o affini a quelli rivendicati dall'Opponente. Il pubblico di riferimento è dotato di un grado di attenzione di livello normale.

L'accertamento circa la confondibilità dei marchi in conflitto è effettuato in via globale e sintetica avendo riguardo all'insieme dei loro elementi salienti, grafici, visivi e fonetici nonché di quelli concettuali o semantici (Cass. 21086/2005 - Cass. 15840 del 28/7/2015 – *Kelemata - Erboristeria magentina*). Due marchi sono simili quando, dal punto di vista del pubblico di riferimento, sussiste tra gli stessi un'identità almeno parziale per quanto riguarda uno o più aspetti pertinenti (sentenza del 23/10/2002, T-6/01, *Matratzen*, EU:T:2002:261). La coincidenza, pertanto, deve essere «pertinente» dal punto di vista del consumatore che di solito percepisce un marchio nel suo complesso e non procede, salvo eccezioni, a un'analisi dei suoi vari dettagli (sentenza del 13/02/2008, T-146/06,



Aturion, EU:T:2008:33).

I segni presentano un'impressione visiva globale molto simile e sono, inoltre, accomunati dal medesimo elemento distintivo consistente nella identica parola CHICAGO.

Il consumatore medio raramente ha la possibilità di effettuare un confronto diretto tra marchi diversi, ma deve fidarsi nella sua imperfetta memoria degli stessi (Corte di Giustizia, causa C-342/97 del 22 giugno 1999, *Lloyd Schuhfabrik*). Memoria che, per quanto sopra rilevato, verosimilmente sarà focalizzata, in entrambi i segni, sull'identica parola CHICAGO.

A tal riguardo, deve osservarsi che *“nella valutazione del rischio di confusione gli aspetti visivo, fonetico e mentale dei segni in conflitto non hanno sempre lo stesso valore. Occorre analizzare le condizioni obiettive nelle quali i marchi possono presentarsi sul mercato”* (Corte di Giustizia, causa T-97/05 del 12 luglio 2006, *Sergio Rossi*). Il pubblico, infatti, tende a riferirsi ad un marchio ed a portarne memoria soprattutto in riferimento alla componente fonetica/verbale (Corte di Giustizia, causa T-312/03 del 14 luglio 2005, *Selenium Ace*). In tal senso, si ritiene che il grado di somiglianza molto alto sotto il profilo visivo, fonetico e concettuale sia rilevante ai fini del giudizio di confondibilità.

La soluzione è rafforzata, inoltre, dall'applicazione del c.d. principio di interdipendenza, a mente del quale anche un ridotto grado di somiglianza tra i segni a confronto può far ritenere sussistente un rischio di confusione in presenza di identità o comunque affinità tra i prodotti/servizi (cfr sentenza Corte di Giustizia, T-281/13 dell'11 giugno 2014, *Metabiomax*, par. 57). Tale principio è *a fortiori* applicabile al caso di specie, stante l'accertata identità/affinità dei prodotti/servizi contestati.

Alla luce delle valutazioni sopra esposte, considerati tutti i fattori rilevanti per il caso di specie, si ritiene che, ai sensi dell'art. 12, comma 1 lettera d) CPI, l'opposizione sia fondata e debba essere integralmente accolta.

La domanda di registrazione di marchio n. **302023000126984** è, pertanto, integralmente respinta.

Spese

È posto a carico del Richiedente l'onere del rimborso all'Opponente dei costi sostenuti per le spese del procedimento pari ad € 250,00 e della rappresentanza professionale quantificata in € 300,00, e così per complessivi € 550,00.

Si precisa che la determinazione dei tempi e modalità di corresponsione delle spese, come stabilite, rientra nell'ambito dell'autonomia delle parti, non avendo l'Ufficio alcuna competenza al riguardo.

L'esaminatore
dott.ssa Gabriella Rosalia Garozzo

