

Il caso La piemontese Invicta contro la «Invictus» del principe



«Guerra dei marchi, così abbiamo battuto Harry»

a pagina 5 **Rullo**

«Così abbiamo sconfitto il principe Harry»

Di Stasio (presidente di Invicta): il suo marchio Invictus era troppo simile al nostro

La storia

di **Floriana Rullo**

Lo zainetto Invicta batte il principe Harry in una battaglia legale a colpi di brand. All'indomani dei festeggiamenti per il Giubileo di Platino della regina Elisabetta a cui il nipote il duca di Sussex ha partecipato solo in parte e con scarso consenso di pubblico, arriva una nuova tegola per il secondogenito della casa reale inglese. Questa volta a far saltare i piani del duca di Sussex la nota azienda piemontese Invicta, con sede a Leini, in frazione Fornacino, nel Torinese. Un marchio che per tutti è rappresentato dallo zainetto diventato il simbolo di un'intera

generazione, quella degli anni Ottanta. Un nome che però era messo in pericolo dall'idea di Harry che aveva intenzione di registrare un marchio e un logo ritenuti troppo simili a quello del conosciutissimo brand piemontese. «Era un marchio pressoché identico al nostro — spiega Aldo Di Stasio, ad del Gruppo e Presidente di Invicta —. Questo ha reso inevitabile

l'intervento di Invicta Spa presso l'ufficio marchi inglese. Abbiamo dovuto tutelare gli interessi del nostro brand storico». L'azienda piemontese, che fa capo al Gruppo Seven - Invicta, posseduto dal al 55% dal fondo di private equity **Green Arrow** Capitale e per la restante quota a tre fratelli di Stasio, fondatori dell'azienda, si è mossa subito e ha così vinto la causa contro il duca

costringendolo a rinunciare al marchio Invictus, creato legandolo all'associazione da lui nata nel 2014 per promuovere una competizione sportiva annuale rivolta a veterani con disabilità, per il duca di Sussex. A deciderlo il tribunale di Londra. Il motivo è che la registrazione avrebbe generato confusione tra il pubblico internazionale ormai abituato a collegare la parola Invicta al brand italiano, produttore degli zainetti simbolo degli anni '80 e '90. Il marchio di Harry avrebbe dovuto griffare sia capi di abbigliamento, sia zaini.



Troppo simili, per i giudici, alcune lettere del logo Invictus a quelle del brand che ha contraddistinto il fenomeno dei «paninari». Per farla breve «Invicta» ed Invictus rappresentano la formula alternativa della medesima parola di derivazione latina. Tra le prove fornite al tribunale anche uno

striscione con la scritta «I am Invictus» che era stato esposto quando Harry ha consegnato un premio al personaggio sportivo dell'anno della BBC nel 2014. «Siamo soddisfatti dal riconoscimento delle nostre posizioni e del carattere distintivo del nostro marchio che conta su una lunga storia e su solidi valori — continua Di Stasio —. Auguriamo alla Invictus Games Foundation tutto il successo possibile per il perseguimento dei propri scopi benefici rispetto ai quali non possiamo che con-

fermare la nostra condivisione e il nostro rispetto». Per l'azienda torinese, fondata a Londra nel 1906 quando originariamente produceva borse per i militari e nel 1921 acquisita da una società che l'ha trasferita a Torino per poi essere venduta a Seven Spa, nel 2006, non è solo una vittoria morale, ma anche pecuniaria: l'associazione benefica del nipote della regina Elisabetta II dovrà versarle 1.600 sterline.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vicenda

● L'Invicta batte il principe Harry in una battaglia legale a colpi di brand

● Invicta, sinonimo di uno zainetto diventato il simbolo della generazione anni Ottanta, con sede a Leini, in frazione Fornacino, nel Torinese, ha vinto la causa contro il duca che dovrà rinunciare al marchio Invictus, legato all'associazione da lui creata nel 2014

Zainetti e principi

Nella foto in alto il principe Harry, nipote della regina d'Inghilterra, Elisabetta II. In basso un classico zainetto Invicta

