



Stampa e Informazione

Tribunale dell'Unione europea
COMUNICATO STAMPA n. 41/12
Lussemburgo, 29 marzo 2012

Sentenza nella causa T-369/10
You-Q BV / UAMI

L'Apple Corps può impedire la registrazione di un marchio comunitario figurativo composto dal termine «BEATLE» per mezzi a rotelle elettrici

Appare verosimile che la You-Q, utilizzando tale marchio, possa trarre indebito vantaggio dalla notorietà e dalla durevole attrattività dei marchi BEATLES e THE BEATLES detenuti dall'Apple Corps

Nel gennaio 2004 la Handicare Holding BV ha presentato all'UAMI, l'Ufficio dei marchi comunitari, una domanda di registrazione di un segno figurativo composto dal termine «BEATLE» come marchio comunitario per apparecchi di locomozione (mezzi a rotelle elettrici) per le persone a mobilità ridotta.

Tuttavia, l'Apple Corps Ltd, impresa fondata dal gruppo «The Beatles», si è opposta a tale domanda, invocando diversi marchi comunitari e nazionali anteriori, fra i quali il marchio denominativo «BEATLES» e vari marchi figurativi composti dai termini «BEATLES» o «THE BEATLES».

Il 31 maggio 2010 l'UAMI ha respinto la domanda della Handicare, ritenendo che, a causa della somiglianza dei segni, della considerevole notorietà acquisita da lungo tempo dai marchi anteriori dell'Apple Corps e della sovrapposizione dei pubblici di riferimento, appariva verosimile che la Handicare, utilizzando il marchio richiesto, avrebbe tratto indebito vantaggio dalla notorietà e dalla durevole attrattività dei marchi dell'Apple Corps. L'UAMI ha pertanto concluso che sussisteva un rischio concreto che venisse arrecato pregiudizio ai marchi anteriori di cui l'Apple Corps è titolare.

La Handicare – divenuta You-Q successivamente all'avvio della presente causa – ha chiesto al Tribunale di annullare tale decisione.

Con la sua odierna sentenza, **il Tribunale conferma l'analisi dell'UAMI e respinge il ricorso.**

Anzitutto, il Tribunale osserva che l'UAMI poteva concludere, sulla base degli elementi prodotti, in particolare sulla base delle vendite dei dischi dei Beatles, che i marchi anteriori BEATLES e THE BEATLES godevano di importante notorietà con riferimento alle registrazioni sonore, alle registrazioni video ed ai film, e di notorietà, sia pure inferiore, sui prodotti derivati quali giocattoli e giochi.

Inoltre, secondo il Tribunale, l'UAMI ha a giusto titolo dichiarato che visivamente, foneticamente e concettualmente i segni in conflitto erano assai simili.

Peraltro, tali marchi sono dotati di un carattere distintivo il quale fa sì che, posto di fronte ad essi, il grande pubblico – in particolare negli Stati non anglofoni dell'Unione – penserà immediatamente al gruppo eponimo ed ai suoi prodotti.

Parimenti, l'UAMI ha correttamente rilevato che esisteva una sovrapposizione tra i due pubblici di riferimento dei segni in conflitto, dal momento che le persone a mobilità ridotta fanno altresì parte del grande pubblico interessato dai marchi anteriori.

Di conseguenza, l'UAMI poteva correttamente dedurre da tali elementi che, nonostante la differenza tra i prodotti in questione, esisteva un nesso tra i segni in conflitto.

Pertanto, a causa dell'esistenza di tale nesso, il pubblico di riferimento, anche in assenza di rischio di confusione, sarebbe indotto a trasferire i valori dei marchi anteriori ai prodotti contraddistinti dal marchio richiesto. L'immagine veicolata dai marchi anteriori è, anche dopo 50 anni di esistenza, tuttora sinonimo di giovinezza e di una certa contro-cultura degli anni '60, che gode di un'immagine ancora positiva. Orbene, tale immagine positiva potrebbe avvantaggiare i prodotti contrassegnati dal marchio richiesto, dato che il pubblico di riferimento – a causa, precisamente, dell'handicap subito – sarebbe particolarmente attirato dall'immagine assai positiva di libertà, di giovinezza e di mobilità legata ai marchi BEATLES e THE BEATLES, e ciò, a maggior ragione, perché una parte del pubblico interessato dai prodotti della You-Q appartiene alla generazione delle persone che hanno conosciuto i prodotti dei Beatles negli anni '60 e che, in alcuni casi, possono ora essere interessate dai prodotti designati dal marchio richiesto. Tale trasferimento di immagine consentirebbe quindi alla You-Q di introdurre il proprio marchio nel mercato senza esporsi a rischi significativi e senza dover sopportare i costi di lancio, in particolare pubblicitari, di un marchio creato ex novo.

Di conseguenza, il Tribunale conclude che l'UAMI non ha commesso errori nel dichiarare che appariva verosimile che, utilizzando il marchio richiesto, la You-Q avrebbe tratto indebito vantaggio dalla notorietà e dalla durevole attrattività dei marchi dell'Apple Corps o di taluni di essi.

IMPORTANTE: Contro la decisione del Tribunale, entro due mesi a decorrere dalla data della sua notifica, può essere proposta un'impugnazione, limitata alle questioni di diritto, dinanzi alla Corte.

IMPORTANTE: Il ricorso di annullamento mira a far annullare atti delle istituzioni dell'Unione contrari al diritto dell'Unione. A determinate condizioni, gli Stati membri, le istituzioni europee e i privati possono investire la Corte di giustizia o il Tribunale di un ricorso di annullamento. Se il ricorso è fondato, l'atto viene annullato. L'istituzione interessata deve rimediare all'eventuale lacuna giuridica creata dall'annullamento dell'atto.

IMPORTANTE: Il marchio comunitario è valido su tutto il territorio dell'Unione europea e coesiste con i marchi nazionali. Le domande di registrazione di un marchio comunitario sono indirizzate all'UAMI, avverso le decisioni del quale può essere proposta impugnazione dinanzi al Tribunale.

Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna il Tribunale.

Il [testo integrale](#) della sentenza è pubblicato sul sito CURIA il giorno della pronuncia

Contatto stampa: Estella Cigna Angelidis ☎ (+352) 4303 2582

Immagini della pronuncia della sentenza sono disponibili su «[Europe by Satellite](#)» ☎ (+32) 2 2964106