

Causa T-320/03

Citicorp

contro

**Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno
(marchi, disegni e modelli) (UAMI)**

«Marchio comunitario — Marchio denominativo LIVE RICHLIY —
Impedimenti assoluti alla registrazione — Carattere distintivo —
Art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento (CE) n. 40/94 — Diritto di essere sentiti —
Art. 73 del regolamento n. 40/94»

Sentenza del Tribunale (Terza Sezione) 15 settembre 2005 II - 3415

Massime della sentenza

- 1. Marchio comunitario — Decisioni dell'Ufficio — Rispetto dei diritti della difesa
[Regolamento (CE) del Consiglio n. 40/94, art. 73]*

2. *Marchio comunitario — Procedimento di ricorso — Ricorso dinanzi al giudice comunitario — Domanda di registrazione di un segno per più categorie di prodotti o di servizi — Riconoscimento da parte del ricorrente della limitazione dell'oggetto della controversia ad una sola categoria — Rinuncia di fatto ad un motivo riferentesi ad un'altra categoria*
3. *Marchio comunitario — Definizione e acquisizione del marchio comunitario — Impedimenti assoluti alla registrazione — Mancanza di carattere distintivo — Segno che può avere diversi significati, costituire un gioco di parole ed essere percepito come ironico, sorprendente e inatteso — Presupposto per la registrazione — Idoneità ad essere percepito come indicazione dell'origine commerciale dei prodotti o dei servizi interessati [Regolamento del Consiglio n. 40/94, art. 7, n. 1, lett. b)]*
4. *Marchio comunitario — Definizione e acquisizione del marchio comunitario — Impedimenti assoluti alla registrazione — Marchi privi di carattere distintivo — Marchio denominativo LIVE RICHLIY [Regolamento del Consiglio n. 40/94, art. 7, n. 1, lett. b)]*
5. *Marchio comunitario — Definizione e acquisizione del marchio comunitario — Impedimenti assoluti alla registrazione — Mancanza di carattere distintivo del segno — Insufficienza della constatazione dell'assenza di un'aggiunta di fantasia o di un minimo tocco d'inventiva per negare il carattere distintivo del segno [Regolamento del Consiglio n. 40/94, art. 7, n. 1, lett. b)]*

1. Ai sensi dell'art. 73, seconda frase, del regolamento n. 40/94, sul marchio comunitario, le decisioni dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) possono essere fondate esclusivamente su motivi in ordine ai quali le parti hanno potuto presentare le proprie deduzioni. Tale disposizione sancisce, nell'ambito del diritto dei marchi comunitari, il principio generale della tutela dei diritti della difesa, in forza del quale i destinatari delle decisioni delle pubbliche autorità che ledano in maniera sensibile i loro interessi devono essere

messi in grado di presentare tempestivamente le loro difese.

(v. punti 21-22)

2. Nell'ambito di un ricorso contro la decisione di una commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) che ha respinto una domanda di registrazione di un marchio per diverse categorie di prodotti e di servizi, non compete al Tribunale di pronunciarsi su un motivo riferentesi unicamente ad una categoria di prodotti o di servizi, laddove il ricorrente abbia di fatto rinunciato al suo motivo riconoscendo espressamente che l'oggetto della controversia si limitava ad un'altra categoria.

confusione i prodotti o i servizi di colui che richiede il marchio da quelli aventi un'altra origine commerciale.

(v. punto 84)

(v. punto 48)

3. Il fatto che un segno non descrittivo possa avere diversi significati, possa costituire un gioco di parole e possa essere percepito come ironico, sorprendente e inatteso non lo rende per ciò stesso distintivo, ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, sul marchio comunitario. Tali differenti elementi rendono questo segno distintivo solo se esso venga percepito prima facie dal pubblico destinatario come un'indicazione dell'origine commerciale dei prodotti o dei servizi considerati, e ciò per consentire al pubblico destinatario di distinguere senza possibilità di

4. È privo di carattere distintivo rispetto ai servizi interessati, ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, sul marchio comunitario, il segno denominativo LIVE RICHLY, la cui registrazione quale marchio comunitario è richiesta per servizi finanziari e monetari appartenenti alla classe 36 dell'Accordo di Nizza, in quanto il pubblico destinatario, ovvero un consumatore medio, normalmente informato e avveduto, dal momento che il livello di attenzione può essere relativamente basso verso indicazioni di carattere promozionale che non siano determinanti per un pubblico avveduto anglofono, oppure anche non anglofono, ma con una comprensione sufficiente della lingua inglese, percepirà tale segno, nell'ambito dei servizi finanziari e monetari, anzitutto come una formula promozionale e non come un'indicazione dell'origine commerciale dei servizi in parola. Il segno di cui trattasi non possiede elementi che potrebbero, al di là del suo evidente significato promozionale, consentire al pubblico interessato di memorizzarlo facilmente e immediatamente quale marchio distintivo per i

servizi designati. Perfino nell'ipotesi in cui il segno di cui trattasi fosse utilizzato da solo, senza altro segno o marchio, il pubblico destinatario, se non previamente avvertito, non potrebbe intenderlo che nella sua accezione promozionale.

(v. punti 70, 74, 76, 85)

senza di un elemento di fantasia aggiuntivo o di un minimo tocco d'inventiva, poiché un marchio comunitario non deriva necessariamente da un procedimento creativo e non si basa su un elemento d'originalità o d'immaginazione, bensì sulla capacità di individuare determinati prodotti o servizi sul mercato rispetto ai prodotti o ai servizi del medesimo tipo offerti dai concorrenti.

5. La mancanza di carattere distintivo di un marchio, ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, sul marchio comunitario, non può risultare dall'as-

(v. punto 91)