

# A PLUS Quarta Commissione di ricorso

## 04-07-2018



Stiamo parlando del marchio figurativo A PLUS classe 9: Apparecchi per uso di laboratorio; apparecchi e strumenti scientifici; vetreria da laboratorio; laboratorio scientifico e ceramica; vetro bacchette, tubi, profilati, tubi e capillare in vetro e prese di corrente per laboratori e per uso scientifico.

Ad avviso dell'esaminatore il marchio non ha carattere distintivo. Vediamo perché.

La lettera «A» codificata nel sistema di classificazione a livello mondiale significa «eccellente», «prima categoria», ad esempio nel settore della classificazione di efficienza energetica per elettrodomestici.

Il termine «PLUS» è definito come un supplemento, qualcosa di più di che cosa ci si aspetta o abituale.

Il carattere distintivo di un marchio deve essere valutato in relazione alla percezione che ne ha il pubblico a cui è destinato e in questo caso i prodotti di cui parliamo sono prodotti usati in laboratorio e a fini scientifici rientranti nella classe 9, destinati ad pubblico di professionisti con un grado elevato di attenzione.

Nel nostro caso agli occhi dei professionisti del settore a cui sono destinati i prodotti/servizi oggetto del marchio, le parole A PLUS non diranno se non delle caratteristiche già proprie dei prodotti e servizi della classe 9.

Quindi il marchio ha valore descrittivo e non è distintivo.

### DECISIONE

della quarta commissione di ricorso  
del 4 luglio 2018

Nel procedimento R 250/2018-4

Dixon Glass Limited (a diffusione limitata società secondo il diritto

dell'Inghilterra e del Galles)

127-129 Avenue Road

Beckenham BR3 4RX, Kent

Regno Unito Ricorrente Holder/IR

rappresentata da Hiddleston Trade Marks, Polhill Business Centre, London Road,

Polhill Sevenoaks TN14 7AA, Halstead, Kent, Regno Unito

Impugnazione relativa alla registrazione internazionale n. 1 327 193 che designa

l'Unione europea

LA QUARTA COMMISSIONE DI RICORSO

composto da D. Schennen (presidente e relatore), L. Marijnissen (membro) e R. Ocquet (deputato)

Cancelliere: H. Dijkema

ha pronunciato la seguente

Lingua processuale: L'inglese

04/07/2018, R 250/2018-4, A PLUS (fig.)

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

Decisione

Sintesi dei fatti

1 In data 26/05/2016, Dixon Glass Limited (in

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

l'articolo 7, paragrafo 2 EUTMR per tutte le merci oggetto della designazione dell'Unione europea.

5 La decisione era basata sulle seguenti principali conclusioni:

□ I prodotti rifiutati sono specializzate principalmente merci volto a un pubblico di professionisti la cui conoscenza sarà elevata.

□ Poiché il marchio «A PLUS» è composto da una lettera e matematici il termine corrispondente al simbolo «+», il pubblico rilevante con riferimento al quale l'impedimento assoluto alla registrazione è il consumatore deve essere esaminata in tutto il territorio dell'Unione.

□ Il marchio è costituito da «A PLUS» con il seguente significato:

«A» – come marchio per un pezzo di lavoro o in un esame, il vostro lavoro sia estremamente buono ([https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/a\\_1](https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/a_1)),

«PLUS» – Insegnanti uso più nel lavoro di classificazione nelle scuole e collegi.

«B» è un migliore grado «B», ma non è buona come «A». «A plus» è un vantaggio o un beneficio.

□ Il termine «PLUS» è definito come un supplemento, qualcosa di più di che cosa ci si aspetta o abituale. La lettera «A», non solo fa riferimento a qualcosa di estremamente buona in materia di istruzione ma in molti altri ambiti di attività, in quanto A è la prima lettera dell'alfabeto.

□ È utilizzato anche nel settore dell'efficienza energetica degli apparecchi (lavastoviglie, frigoriferi, apparecchi di cottura, ecc.), dove «A» è la più

efficiente sotto il profilo energetico, «G» la meno efficiente. I consumatori europei sono utilizzati per le tabelle con cui sono in contatto su base giornaliera, e «A +» o «A PLUS» sarebbe la migliore della scala.

□ Il consumatore di riferimento comprenderà i termini richiesti tenendo conto della significatività dello stesso quale espressione, come un messaggio promozionale elogiativa: oltre estremamente buona, ma tendono a percepire nel segno ogni indicazione di una particolare origine commerciale al di là dell'informazione promozionale.

□ Non vi è nulla circa la dicitura «A PLUS» che potrebbero consentire al pubblico di riferimento di memorizzare facilmente e immediatamente il segno come un marchio distintivo per i prodotti di cui trattasi.

□ Gli elementi figurativi con una certa stilizzazione siano minime e non dotare

il marchio con carattere distintivo. La forma esagonale richiesto assomiglia più di un'etichetta di qualità o di riciclaggio rispetto a una rappresentazione

di una cellula in un diagramma molecolare.

□ Di conseguenza, considerato nel suo insieme, il marchio è privo di carattere

distintivo, non è idoneo a distinguere i prodotti per i quali è stata chiesta la

3

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

registrazione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) e Articolle EUTMR EUTMR 7 (2).

□ Le ME titolare non ha presentato prove dell'uso entro il termine.

6 In data 2/02/2018 IR, il titolare ha presentato ricorso contro la decisione controversa, chiedendo che la decisione sia annullata e che le ME essere concessa

la protezione. La memoria contenente i motivi del ricorso è stata ricevuta il 29/03/2018.

7 Le ME titolare della memoria contenente i motivi possono essere riassunti come

segue:

□ L'esaminatore conflated efficacemente il termine «PLUS» nell'ambito del marchio della ricorrente con «+».

□ L'eccezione dovrebbe riguardare soltanto i paesi di lingua inglese in quanto il

termine «PLUS» non esiste in spagnolo, portoghese o norvegese.

□ Non vi è alcun sistema di classificazione per le merci molto specifiche per le

quali si richiede la protezione.

□ Per quanto riguarda i prodotti della ricorrente, l'uso di «A PLUS» saranno considerati dal consumatore di riferimento come un riferimento alla classificazione di fantasia educativi nelle scuole e nelle strutture educative

tenendo conto del fatto che i prodotti saranno utilizzati in tali enti, anche se

essi saranno utilizzati anche negli stabilimenti in strutture di laboratorio

ecc.

□ L'esaminatore non aveva fornito alcuna prova a sostegno della conclusione che il termine «PLUS» o i termini «A PLUS» sono stati utilizzati nel settore dell'istruzione la classificazione in diversi paesi anglofoni.

□ Tenendo in considerazione gli specifici prodotti designati dal marchio, il consumatore di riferimento percepisce immediatamente il confine con il dispositivo combinato esagonale centrale capitalizzato la lettera «A» come un riferimento alle formule chimiche utilizzate per composti chimici.

□ Il duplice significato sopra sottolineato a causa dell'uso della parola «PLUS»

che figura in appresso «A».In formule chimiche, il simbolo chimico a livello centrale, come appare nel marchio della ricorrente.

□ «A PLUS» costituisce uno scherzo o termine lavori relativi all'ambiente in cui il prodotto sarà utilizzato.

□ Il pubblico pertinente comprenderà che il marchio nel suo complesso sono utilizzati a fancifullly alludono alla buona qualità dei prodotti, ma il marchio

non è direttamente descrittivo dei prodotti in questione.

4

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

Motivi

8 Il ricorso non è fondato, in quanto il marchio di cui si richiede la protezione è privo di carattere distintivo.

9 A norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), i marchi EUTMR è escluso dalla

registrazione quando essi sono privi di carattere distintivo. A norma dell'articolo

193 EUTMR, le registrazioni internazionali che designano l'Unione sono soggette al medesimo esame su impedimenti assoluti alla registrazione come direttamente depositato EUTM domande.

10 Secondo una giurisprudenza costante, il carattere distintivo di un marchio ai sensi

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), significa che il segno EUTMR serve a

identificare i prodotti per i quali è chiesta la registrazione come proveniente da

un'impresa determinata e, quindi, a distinguere tali prodotti da quelli di altre

imprese (29/04/2004, C-468/01, Tabs (3D), EU: C:2004: 259, punto 32;

21/10/2004, C-64/02, Das Prinzip der Bequemlichkeit, EU: C:2004: 645, § 42;

8/05/2008, C-304/06, Eurohypo, EU: C:2008: 261, § 66).Ciò deve essere

valutata

con riferimento in primo luogo ai prodotti o ai servizi per i quali è chiesta la

registrazione e, dall'altro, alla percezione del pubblico di riferimento di tale segno

(12/07/2012, C-311/11, «Wir machen das Besondere einfach, EU: C:2012: 460, § 24).

11 Sebbene non vi sia una considerevole sovrapposizione tra le due disposizioni, anche se un determinato termine potrebbe non essere descrittivo per quanto riguarda i beni e i servizi in questione, di modo che un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c) EUTMR sarebbero applicabili, essa può ancora essere censurabile ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) (EUTMR Biomild, 12/02/2004, C-265/00, EU: C:2004: 87, punto 19) per il motivo che esso sarà percepito dal pubblico rilevante come solo fornire informazioni sulla natura dei beni e/o servizi interessati e non come un'indicazione della loro origine.

12 Termini semplicemente che denota una particolare qualità o funzione positiva o attraente dei beni e dei servizi dovrebbe essere rifiutata se richiesto da soli o in combinazione con termini descrittivi.

13 La lettera «A» del sistema di classificazione a livello mondiale significa che il lavoro è stato il 95-100 % corretta.«A» rappresenta un equivalente di «eccellente», «prima categoria», «distinzione/pendente» ([https://en.wikipedia.org/wiki/Grading\\_systems\\_by\\_country](https://en.wikipedia.org/wiki/Grading_systems_by_country)); la lettera «A», non solo fa riferimento a qualcosa di estremamente buona in materia di istruzione ma in molti altri settori di attività, come l'esaminatore ha già precisato, ad esempio nel settore della classificazione di efficienza energetica per elettrodomestici.

14 Le etichette energetiche aiutano i consumatori a scegliere prodotti efficienti sotto il profilo energetico. Prescrizioni in materia di etichettatura per singoli gruppi di prodotti sono attualmente creati nell'ambito della direttiva sull'etichettatura energetica, un processo gestito dalla Commissione europea. I prodotti sono etichettati su una scala da A + + + (efficienza massima) a G (efficienza minima).<https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy> (efficienza/prodotti efficienti sotto il profilo energetico). La lettera «A» è utilizzata in molti altri

5  
Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]  
settori, nonché di una parte di un sistema di classificazione, non solo nel settore dell'istruzione e dell'elettricità.

15 «PLUS», aggiunti; extra ([www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com)); definita nella maggior parte delle lingue europee come integrazione, qualcosa di più di che cosa ci si

aspetta o abituale.«PLUS» indica «complementare, extra, di qualità superiore, di

eccellenza del suo genere» (15/12/1999, R 329/1999-1, PLATINUM PLUS).

16 Il carattere distintivo di un marchio deve essere valutato in relazione alla

percezione del pubblico mirato. Nel caso di specie, i prodotti di cui trattasi sono

prodotti usati in laboratorio e a fini scientifici rientranti nella classe 9, destinate al

pubblico di professionisti, che pagano un livello di attenzione elevato.

17 La Corte ha dichiarato che taluni termini inglesi in campo medico (29/03/2012,

T- 242/11, 3D eXam, EU: T:2012: 179, § 26), e in settori tecnici (9/03/2012, T

172/10, BASE-SEAL-, EU: T:2012: 119, § 54) sarà compreso dai professionisti del settore in tutta l'Unione europea, in quanto l'inglese è la lingua comunemente

utilizzata professionale in tali settori.

18 Pertanto, gli elementi denominativi del segno sarà percepito dal pubblico di

riferimento semplicemente come facenti riferimento alla qualità delle merci rifiutate, e non sarà percepito come indicazione dell'origine commerciale per i

prodotti in questione.

19 Il termine «PLUS» sarà inteso nella maggior parte delle lingue dell'Unione europea. Anche il pubblico francese o portoghese dovrebbe comprendere la parola «PLUS».Il termine «PLUS» è una parola di base con cui la maggior parte dei consumatori conoscono a causa del suo uso comune nella vita quotidiana.

20 I prodotti di cui trattasi sono per l'uso nei laboratori e consistono principalmente

di oggetti di vetro, ceramica di forme diverse e precise per usi di laboratorio e a

fini scientifici, nonché gli apparecchi per usi scientifici e gli «apparecchi e

strumenti, che di solito sono utilizzati come parte del laboratorio o scientifiche se

i processi, l'elevata qualità, affidabilità e solidità delle merci e l'accuratezza dei

risultati è fondamentale. Un ulteriore laboratorio è auspicabile la qualità dei

prodotti di migliore qualità, di prima classe, anche di una «classe A».Queste merci affrontare un pubblico di professionisti altamente specializzati.

21 Se apposto sui prodotti in questione, il sintagma «A PLUS» considerata nel suo

insieme, e nonostante essa sia scritta in diverse dimensioni e in due linee, sarà

inteso dal pubblico come un messaggio promozionale per informare il consumatore che tali prodotti fornirà loro un eccellente qualità e valore.

22 Nel contesto delle merci, tale significato sarà chiara per qualsiasi professionista al

consumatore una comprensione di base della lingua inglese e sarà

immediatamente associato al messaggio promozionale elogiativa mettendo in evidenza un aspetto positivo delle merci di cui trattasi, ossia che essi sono dotati

di qualità del laboratorio in sospeso e gli «apparecchi e strumenti scientifici,

nonché di base. Il termine «PLUS» è semplicemente un recommendatory inoltre «plus», che indica la qualità superiore dei prodotti.

6

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

23 L'affermazione secondo cui può essere riconosciuto come riferimento a «formule

chimiche utilizzate per composti chimici» non ha alcun fondamento. Tale interpretazione è chiaramente far-fetched e ben oltre la realtà del mercato e richiederebbe numerosi passi mentale per i consumatori per giungere a una tale

conclusione. Anche tenendo in considerazione il possibile nesso che potrebbe essere stabilito tra l'elemento figurativo del segno e i prodotti di laboratorio in

questione, essa non farebbe che rafforzare il carattere descrittivo del marchio

come associato al laboratorio composti. Tuttavia, questa argomentazione è altresì

violato, in quanto il nesso logico di cui sopra non è sufficientemente precisa. Di

conseguenza, l'argomentazione presentata dalla ricorrente, che il segno di cui

trattasi possa essere percepito come un termine di fantasia, sorprendente e inaspettato lavori relativi alle merci di cui trattasi deve parimenti essere respinta.

24 Qualunque sia stato dichiarato dall'esaminatore, non è logico per il consumatore

di associare il marchio richiesto con la classificazione delle attività nelle scuole,

ma non è altrettanto logico associare un simbolo chimico dato che la lettera «A»

di per sé non rappresentano gli elementi chimici. Il pubblico di professionisti nel

campo della scienza non misunderstand la lettera «A» come un simbolo chimico che non esiste.

25 Infatti, un marchio può essere percepito dal pubblico di riferimento come una

formula promozionale e come un'indicazione dell'origine commerciale dei prodotti o dei servizi. Tuttavia, nel caso di specie, il contenuto semantico del

marchio in questione, che è una combinazione corretta di un'unica lettera e di una

parola, indica al consumatore informazioni promozionali o pubblicitari relativi

alle merci in questione. Esso sarà percepito in primo luogo in quanto tale,

anziché

come un'indicazione dell'origine commerciale dei prodotti (cfr. 3/07/2003, T122/01,

Best Buy, EU: T:2003: 183, § 30).

26 Per quanto riguarda l'aspetto figurativo del marchio è molto lieve stilizzazione

dei caratteri o la disposizione del testo entro gli altri elementi figurativi del segno.

La giurisprudenza stabilisce che, se l'elemento verbale di un segno è descrittivo

complessi, il marchio nel suo complesso sia privo di carattere distintivo e se la

figurativo elementi grafici sono di natura accessoria e non presentano alcun aspetto, in particolare in termini di fantasia o quanto al modo in cui sono combinati, gli elementi che rendono il marchio distintivo (18/10/2007, T-28/05,

Omega 3, EU: T:2007: 312, § 45). La rappresentazione grafica, costituito da immettere gli elementi denominativi in due linee con la lettera «A», molto più

ampia e che è circondato da sei ictus che costituiscono un esagono, sono in effetti

di natura accessoria che compongono una circolare, circostante la centrale che

serve a evidenziare e principali elementi denominativi del segno, «A PLUS».

27 Come indicato dalla Corte, un segnale estremamente semplice, costituito da una

figura geometrica di base, come ad esempio un cerchio, una linea, un rettangolo,

o un pentagono non è in grado, in quanto tale, di trasmettere un messaggio che i

consumatori possono ricordare, con la conseguenza che essi non lo considerino come marchio (12/09/2007, T-304/05, Pentagono, EU: T:2012: 271, § 22).

28 Non vi è inoltre alcun effetto combinazione distintiva derivanti dalla combinazione del semplice figura geometrica di un esagono con gli elementi denominativi. Il carattere distintivo della singola lettera «A» rappresentato in

7

Si prega di notare che questa è una traduzione generata automaticamente fornita soltanto per scopi informativi. Non è possibile garantirne l'accuratezza o l'idoneità per specifici scopi. [05-07-2018]

caratteri standard senza modifiche grafiche non è in discussione. In questo caso,

la sua combinazione con il termine «PLUS» e l'elemento figurativo del segno è lineare, semplice e chiara, e non sarà richiesto dal consumatore a cogliere il

messaggio promozionale che convoglia il marchio. Il marchio nel suo insieme è non distintivo per i prodotti per i quali è stata chiesta la protezione ai sensi

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) EUTMR.

29 Alla luce di quanto precede, il marchio di cui si richiede la protezione è respinta a



norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e dell'articolo 193,  
paragrafo 2, e  
(6) EUTMR. L'impugnazione è respinta.