

Registrare un marchio nel settore dei servizi estetici e di parrucchieri – Alicante, marchio che non supera l'esame.



Il pubblico di riferimento intenderebbe il segno “La Barberia di Sicilia” come la bottega del barbiere di una ben precisa regione insulare italiana, nella fattispecie della Sicilia. Per questo motivo il segno è descrittivo e non distintivo.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 27/11/2024

Cagliari

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

019024319

LA BARBERIA DI SICILIA

Marchio denominativo

(CT)

ITALIA

L'Ufficio ha sollevato un'obiezione il 03/09/2024 ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b)

e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda

descrittivo e privo di carattere distintivo.

I servizi per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 44

Parrucchieri; Servizi di parrucchieri; Saloni di parrucchieri; Servizi di saloni

di parrucchieri; Servizi di saloni di parrucchieri per bambini; Saloni di parrucchiere; Servizi di estetisti; Estetisti (Servizi di -); Servizi di saloni di parrucchieri da uomo; Noleggio di macchine e apparecchi per saloni di bellezza o parrucchieri; Servizi di saloni di parrucchiere; Servizi di parrucchiere; Servizi di barbiere; Acconciatura dei capelli; Ondulazione dei capelli; Trattamento dei capelli.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:–

Il pubblico di riferimento è il consumatore medio di lingua italiana, che attribuirebbe al

segno il significato seguente: la bottega del barbiere situata in o di una ben precisa

regione insulare italiana.

è
Il suddetto significato dei termini «LA BARBERIA DI SICILIA», di cui il marchio è

composto,
supportato

dai

seguenti

<https://dizionari.repubblica.it/Italiano/L/la.html>,

riferimenti

di

dizionario:

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 3

<https://dizionari.repubblica.it/Italiano/B/barberia.html>,

<https://dizionari.repubblica.it/Italiano/D/di.html>,

https://www.treccani.it/enciclopedia/sicilia_res-51b7c2ab-973b-11e5-8844

00271042e8d9/. Il significato completo dei termini è stato riportato nella lettera di

obiezione. –

I consumatori di riferimento percepirebbero il segno come indicativo dell'informazione

che i servizi richiesti (Servizi di barbiere; Acconciatura di capelli; Servizi di

parrucchiere; servizi di estetisti; Noleggio di macchine e apparecchi per saloni di

bellezza o parrucchieri ecc.) sono resi da o presso una bottega del barbiere situata

nella regione insulare della Sicilia. Pertanto, il segno descrive al tempo stesso il

luogo/il fornitore e l'origine geografica dei servizi.

Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere

distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell'articolo 7, paragrafo

1, lettera b), RMUE. Ciò significa che non è adatto a svolgere la funzione essenziale

di un marchio, che è quella di distinguere i prodotti o i servizi di

un'impresa da quelli
di altre imprese.

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni. Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere l'obiezione/le obiezioni sollevata/e nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 019024319 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere

presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre,

deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da

tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

Quando un Marchio è considerato ingannevole non può essere registrato – Alicante 02-09-2024



Se il prodotto non possiede la caratteristica che viene indicata

letteralmente nella parte denominativa del segno che si vuole tutelare, il segno è ingannevole agli occhi del pubblico di riferimento. Allo stesso modo, se il prodotto avesse effettivamente quella caratteristica, sarebbe lo stesso non registrabile perchè descrittivo per cui non distintivo.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE
Alicante, 02/09/2024

*****Napoli

ITALIA

Fascicolo n°:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

MARGHERITA LIEVITATA

Marchio denominativo

***** (SA)

ITALIA

L'Ufficio ha sollevato un'obiezione il 09/04/2024 ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere

b), c) e g) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda

descrittivo e privo di carattere distintivo e perché può indurre in errore il pubblico se usato in

relazione ai prodotti per i quali si richiede la protezione.

I. Sintesi dei fatti

In data 09/04/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione non è idoneo

alla registrazione, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b), c)

e g) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

I prodotti per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 29

Classe 30

Conserve di pomodoro; Pomodori pelati; Concentrato di pomodoro; Pomodori trattati; Estratti di pomodoro; Succo di pomodoro per la cucina; Pomodori in scatola; Concentrato di pomodori [purea]; Condensato di pomodori.

Pane; Pane biscottato; Pane multicereali; Pane semicotto; Concentrati per pane; Biscotti di pane; Crostini di pane; Pane integrale; Pane croccante; Pane

non lievitato; Lievito; Estratti di lievito; Pane e panini; Impasto per il pane;

Pane ripieno; Pane precotto; Pane fresco; Lievito istantaneo; Lievito [naturale]; Lievito in polvere; Pane al malto; Pizze; Pasta per pizza; Pizza ripiena; Impasto per pizza; Farina per pizza;

Articolo 7, paragrafo 1, lettera g), RMUE – L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

principali:

Pagina 2 di 3

- Il segno contiene l'elemento «LIEVITATA». Il pubblico di riferimento di lingua italiana attribuirebbe a tale elemento il significato seguente: aumentata di volume, rigonfiata (detto della pasta) per l'azione dei gas durante la fermentazione dovuta al lievito.
- La parte rilevante del segno sarebbe chiaramente ingannevole nel caso di un suo utilizzo in relazione a pane non lievitato nella Classe 30, poiché trasmette una chiara indicazione che il prodotto per il quale è sollevata obiezione ha subito un aumento di volume per la fermentazione dovuta al lievito presente in esso, mentre detto prodotto non può in realtà avere tali caratteristiche. Pertanto, vi è un rischio sufficientemente serio che il pubblico di riferimento sia ingannato in merito al tipo e al contenuto/ingrediente del prodotto per il quale è sollevata obiezione. Articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), RMUE – L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:
 - Il consumatore o la consumatrice media di lingua italiana attribuirebbe al segno il significato seguente: tipo di pizza napoletana condita con mozzarella e pomodoro, aumentata di volume per la fermentazione dovuta al lievito.
 - Il suddetto significato dei termini «MARGHERITA LIEVITATA», di cui il marchio è composto, è supportato dai seguenti riferimenti di dizionario:
<https://www.treccani.it/vocabolario/margherita/> ;
<https://www.treccani.it/vocabolario/lievitare/> .
Il contenuto rilevante dei riferimenti è stato incluso nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.
 - Il significato di cui sopra, relativamente ai prodotti in obiezione, è riscontrabile negli esempi a seguire:--
<https://cookidoo.it/recipes/recipe/it-IT/r811096> ;
<https://blog.giallozafferano.it/speziata/pizza-margherita-di-pan-brusche-tta-veloce-esemplice/> ;
<https://www.360shop.it/home/Pizzette-di-pasta-sfoggia-surgelate-1000gr-p202103175> ;
<https://www.cucchiaio.it/ricetta/pizza-di-pane-ricca> .
Il contenuto rilevante dei riferimenti è stato incluso nella notifica dei motivi assoluti di

rifiuto.

- Il pubblico di riferimento percepirebbe il segno come indicativo dell'informazione che i prodotti per i quali è sollevata la presente obiezione quali, ad esempio, pomodori pelati, della classe 29, e lievito; farina per pizza, della classe 30, sono destinati alla preparazione di un prodotto avente le caratteristiche di un tipo di pizza napoletana condita con mozzarella e pomodoro, aumentata di volume per la fermentazione dovuta al lievito. Allo stesso modo, i prodotti della classe 30 quali, ad esempio, pane; pane ripieno; pizze, sono prodotti da forno che possono avere le caratteristiche di una pizza del tipo appena descritto o essere destinati a loro volta alla preparazione di un prodotto avente le caratteristiche di tale tipo di pizza napoletana. Pertanto, il segno descrive natura, tipo, e destinazione, dei prodotti.

- Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE. Ciò significa che non è adatto a svolgere la funzione essenziale di un marchio, che è quella di distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese.

Pagina 3 di 3

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere le obiezioni sollevate nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b), c) e g), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 018 999 947 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere

presentato per iscritto all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre, deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

Apertura bandi Voucher 3i 2024



Recentemente è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il decreto attuativo 8 agosto 2024 che definisce i criteri per la concessione dell'incentivo "Voucher 3I", per il quale siamo iscritti all'elenco dei Consulenti fornitori dei servizi relativi al suddetto incentivo.

Soggetti beneficiari

L'incentivo si rivolge a:

-startup innovative, iscritte nella sezione speciale del registro delle imprese di cui all'art. 25, comma 8 del decreto-legge n. 179/2012 (Startup innovative (mimit.gov.it));

-microimprese, come definite dall'allegato 1 del regolamento (UE) n. 651/2014, che occupano meno di dieci persone e che realizzano un fatturato annuo e/o un totale di bilancio annuo non superiori a 2 milioni di euro.

Non possono essere richiesti servizi per i quali il soggetto beneficiario abbia già ricevuto un Voucher 3I ai sensi dell'art. 32 del decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito con modificazioni, con legge 28 giugno 2019, n. 58.

Soggetto gestore

Il soggetto gestore è l'Agenzia Nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo Sviluppo di Impresa S.p.a – Invitalia.

Soggetti fornitori

I possibili soggetti fornitori sono consulenti in proprietà industriale e avvocati abilitati e iscritti all'elenco dei fornitori dei servizi.

Servizi finanziati

L'incentivo prevede il rilascio di un voucher per l'acquisto di servizi specialistici di consulenza per la brevettazione, fra cui:

- A. servizi di consulenza relativi alla verifica della brevettabilità dell'invenzione e all'effettuazione delle ricerche di anteriorità preventive: Euro 1.000,00 + IVA;
- B. servizi di consulenza relativi alla stesura e deposito della domanda di brevetto di primo deposito italiano: Euro 3.000,00 + IVA;
- C. servizi di consulenza relativi al deposito all'estero di una domanda di brevetto rivendicando la priorità di una precedente domanda di brevetto italiano: Euro 4.000,00 + IVA.

L'incentivo non include gli oneri relativi a tasse e diritti di deposito delle domande di brevetto, i quali restano a carico del soggetto beneficiario.

Modalità di accesso

L'agevolazione è concessa sulla base di una procedura automatica a sportello in partenza dalle ore dalle ore 12.00 alle ore 18.00 del giorno 10 dicembre 2024, e dalle ore 9.00 alle ore 18.00 dei giorni lavorativi successivi, fino a esaurimento delle risorse disponibili, presentando apposita domanda al soggetto gestore, usando il link Invitalia: l'Agenzia nazionale per lo sviluppo d'impresa – Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa

Pagamento

Il soggetto fornitore fattura direttamente al soggetto gestore, il quale procede al pagamento per l'intero importo della fattura in favore del soggetto fornitore.

Dotazione finanziaria: 9 Milioni di Euro

Fonti

Sito Mimit: Voucher 3I – Investire in innovazione, 9 milioni per sostenere la brevettazione delle invenzioni di startup e microimprese (mimit.gov.it)

Restiamo a completa disposizione per fornirVi eventuali chiarimenti e sarà nostra cura informarVi al momento dell'apertura ufficiale della presentazione delle apposite domande al soggetto gestore.

Bando Marchi + 2024: dal 26 novembre si possono presentare le domande



32 milioni di euro per i bandi Brevetti+, Disegni+ e Marchi+ del 2024

per l'annualità 2024, le misure Brevetti+, Disegni+ e Marchi+ finalizzate alla concessione delle agevolazioni per la valorizzazione dei titoli di **proprietà industriale** delle micro, piccole e medie imprese.

Le domande di contributo potranno essere presentate a partire dal 26 novembre 2024 per Marchi+

Registrare un marchio nel settore software e formazione – marchio descrittivo



“Make Progress” che tradotto significa “fare progressi” ad avviso dell'esaminatore europeo non è registrabile in quanto descrittivo dei prodotti/servizi oggetto del marchio.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 21/11/2024

*****Arezzo

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

MAKE PROGRESS

Marchio denominativo

***** Firenze

ITALIA

In data 09/07/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione è privo di carattere distintivo, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b, e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

I. Sintesi dei fatti

L'Ufficio ha sollevato un'obiezione il 09/07/2024 ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda descrittivo e privo di carattere distintivo.

I prodotti e servizi per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 9

Classe 16

Software didattici; Pacchetti software; Software specializzati; Software operativo; Software applicativo; Software aziendale; Hardware; Hardware USB; Hardware Ethernet; Hardware per la comunicazione dati.

Libri; Manuali; Manuali stampati; Schede informative stampate.

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Classe 41

Pagina 2 di 4

Servizi di educazione e formazione linguistica; Istruzione linguistica; Interpretazione linguistica; Organizzazione di corsi mediante utilizzo di metodi

di apprendimento programmati; Formazione; Formazione professionale; Workshop di formazione; Formazione aziendale; Corsi di formazione; Formazione del personale; Istruzione e formazione; Organizzazione di formazione aziendale; Organizzazione di formazione commerciale; Servizi di formazione professionale; Corsi di formazione per giovani; Formazione in tecniche di comunicazione; Pubblicazione di manuali di formazione; Produzione di video di formazione; Organizzazione di seminari di formazione; Life coaching (formazione alla vita); Attività ricreative e di formazione; Trasferimento di know-how [formazione]; Servizi di istruzione e formazione; Fornitura di servizi di formazione online; Coaching e formazione per discorsi politici; Corsi di formazione relativi a software; Formazione in materia di consulenza gestionale; Conduzione di seminari di formazione per clienti; Servizi di formazione nel campo dell'informatica; Servizi di formazione nel campo delle vendite; Conduzione di corsi riguardanti la formazione

amministrativa; Consulenza in materia di formazione e aggiornamento; Organizzazione, preparazione e realizzazione di workshop [formazione]; Istruzione e formazione relative al settore sanitario; Servizi di formazione in materia di dizione; Conferenze riguardanti le competenze nel campo del marketing; Servizi di formazione in materia di marketing al dettaglio; Corsi di formazione in pianificazione strategica relativa a pubblicità, promozione, marketing e servizi commerciali; Pubblicazione di libri; Pubblicazione di libri, riviste; Servizi editoriali per libri; Pubblicazioni di libri di testo. Inoltre l'Ufficio ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda privo di

carattere distintivo per i servizi per i servizi elencati di seguito:
Classe 42

Servizi di progettazione di hardware; Noleggio di hardware e software; Elaborazione e sviluppo di hardware; Consulenza in materia di hardware informatico; Servizi di consulenza relativi a hardware informatici; Consulenza

nel settore dell'hardware e del software; Ricerche in tema di sviluppo di hardware informatici; Sviluppo di hardware per archiviazione e richiamo di dati multimediali; Progettazione di hardware per il richiamo e l'archiviazione di

dati multimediali; Personalizzazione di software; Integrazione di software; Configurazione di software; Creazione di software; Upgrade di software; Elaborazione e sviluppo di software; Progettazione e sviluppo di software; Consulenza in materia di software; Noleggio e manutenzione di software informatici;

Installazione, manutenzione e riparazione di software;

Progettazione di libri personalizzati.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:--

il consumatore medio di lingua inglese attribuirebbe al segno il significato seguente:

fare progressi.

Il suddetto significato dei termini «MAKE PROGRESS», di cui il marchio è composto,

è stato supportato dai seguenti riferimenti di dizionario.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/progress>

I consumatori di riferimento percepirebbero il segno come indicativo dell'informazione

Pagina 3 di 4

che i servizi di istruzione e formazione e i servizi per l'organizzazione di seminari e

life coaching della Classe 41 hanno come scopo quello di consentire agli studenti di

avanzare, ossia di acquisire conoscenze e/o competenze e di migliorare in una particolare materia di studio, e che i servizi per la pubblicazione e la produzione di

materiale formativo della stessa Classe sono resi in relazione a materiale

che

consente allo studente di avanzare in una particolare materia di studio.

Inoltre, i

consumatori di riferimento percepirebbero che il segno fornisce informazioni sul fatto

che il software e l'hardware della Classe 9, così come i libri e i manuali della Classe

16, hanno come scopo quello di consentire agli studenti di fare progressi nel settore

di studio prescelto. Pertanto, il segno descrive lo scopo previsto dei prodotti e servizi.—

Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere

distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell'articolo 7, paragrafo

1, lettera b), RMUE.

Di conseguenza, nel suo insieme il segno è descrittivo e privo di carattere distintivo.

Non è pertanto adatto a distinguere i prodotti e servizi per i quali è stata sollevata

un'obiezione a norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c) e articolo 7,

paragrafo 2 RMUE. Articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE

Inoltre, il segno oggetto della domanda è inammissibile alla registrazione a norma

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e articolo 7, paragrafo 2, RMUE perché è privo

di qualsiasi carattere distintivo in relazione a tutti i prodotti e servizi per i quali si

richiede la protezione.

Il consumatore medio di lingua inglese attribuirebbe al segno il significato seguente:

fare progressi

Il suddetto significato dei termini «MAKE PROGRESS», di cui il marchio è composto,

è stato supportato dai riferimenti di dizionario sopra menzionati.

Il pubblico di riferimento percepirebbe il segno «MAKE PROGRESS»

semplicemente

come attributivo dell'informazione puramente promozionale e ispiratore per i prodotti

e servizi, in quanto non fa altro che elogiare il fatto che i prodotti e servizi del

richiedente permetteranno ai consumatori di progredire nei suoi sforzi e di raggiungere i suoi obiettivi. Il pubblico di riferimento tenderebbe a vedere il segno

non come un'indicazione dell'origine commerciale, ma meramente come un'informazione elogiativa che serve a evidenziare aspetti positivi dei prodotti e

servizi.

Di conseguenza, il segno in questione è privo di carattere distintivo ai sensi

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e articolo 7, paragrafo 2, RMUE II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha ommesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni. Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di

mantenere l'obiezione/le obiezioni sollevata/e nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 019034645 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto

Pagina 4 di 4

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere

presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre,

deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da

tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio "MEISSA"

MEISSA

Accettata in data 13.11.2024 la domanda di registrazione del marchio "MEISSA" depositato il 03.05.2024 a Piacenza

Il marchio è utilizzato nel settore dei vini.

Registrare un marchio nel settore del giardinaggio – marchio comunitario



Il consumatore interessato al giardinaggio attribuirebbe al segno il significato seguente: olio vegetale estratto dei semi di neem per cui il segno “olio di neem” è un segno descrittivo.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 18/11/2024

***** Tramutola

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

019033442

Olio di Neem

Marchio denominativo

I-85057 Tramutola

ITALIA

L'Ufficio ha sollevato un'obiezione il 08/07/2024 ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b)

e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda

descrittivo e privo di carattere distintivo.

I prodotti per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 1

Insetticidi (Additivi chimici per -); Additivi chimici agli insetticidi;

Prodotti

chimici per l'agricoltura ad eccezione dei fungicidi, erbicidi, insetticidi e

parassiticidi; Solventi per la produzione di insetticidi; Prodotti chimici per la

silvicoltura ad eccezione dei fungicidi, erbicidi, insetticidi e

parassitocidi;
Silvicoltura (Prodotti chimici per la -), ad eccezione dei fungicidi,
erbicidi,
insetticidi e parassitocidi; Prodotti chimici per l'orticoltura ad eccezione
dei
fungicidi, erbicidi, insetticidi e parassitocidi; Prodotti chimici per
l'agricoltura ad
eccezione dei fungicidi, erbicidi, insetticidi e parassitocidi; Prodotti
chimici per
l'agricoltura, ad eccezione di fungicidi, erbicidi, insetticidi e
parassitocidi;
Prodotti chimici destinati all'orticoltura [eccetto fungicidi, diserbanti,
erbicidi,
insetticidi, parassitocidi]; Prodotti chimici da utilizzare nel rivestimento
di
sementi agricole [non fungicidi, erbicidi, insetticidi, parassitocidi];
Biofertilizzanti per il trattamento delle sementi; Prodotti chimici destinati
Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna
Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 3

all'industria agrochimica [non fungicidi, diserbanti, erbicidi, insetticidi,
parassitocidi]; Additivi chimici ai fungicidi; Fungicidi (Additivi chimici
per -);
Idrossidi; Sostanze per la coltivazione idroponica [agricoltura]; Substrati
per
agricoltura, orticoltura e silvicoltura.

Classe 5

Insetticidi; Preparati insetticidi; Silvicoltura (prodotti chimici per la -),
[insetticidi]; Antiparassitari; Pesticidi contro i nematodi; Larvicidi;
Ratticidi;

Acaricidi; Fungicidi; Fungicidi per orticoltura; Fungicidi biologici;

Preparati

fungicidi; Silvicoltura (prodotti chimici per la -), [fungicidi]; Repellenti
contro le

zanzare per applicazione cutanea; Repellenti contro le zanzare destinati ad
essere applicati sulla pelle; Repellenti per parassiti; Braccialetti
contenenti

repellenti per insetti; Fazzolettini imbevuti di repellenti contro gli
insetti;

Prodotti repellenti per insetti; Incenso repellente contro gli insetti;

Preparati

farmaceutici per il sollievo da punture di insetto; Lozione repellente contro
gli

insetti; Preparazioni per l'eliminazione delle zanzare tramite applicazioni
su

apposite reti; Biopesticidi per l'agricoltura; Acaricida; Lumachicidi;
Germicidi;

Repellenti per ectoparassiti; Sporicidi; Shampoo insetticida per animali.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:—

il consumatore medio di lingua italiana, in particolare i consumatori
interessati al

giardinaggio, attribuirebbe al segno il significato seguente: olio vegetale estratto dei semi di neem.

Il suddetto significato dei termini «Olio di Neem», di cui il marchio è composto, inoltre a evidenza del uso del termine in relazione al marketing dei prodotti, è supportato dai

seguenti riferimenti di wikipedia siti web:

https://it.wikipedia.org/wiki/Olio_di_neem#cite_note:-10-5

<https://www.ortodacoltivare.it/insetticidi/olio-di-neem.html>

<https://difesapiante.com/products/olio-di-neem-bio-contro-insetti-e-parassiti-11>

fitokem-garden

<https://shoppingverde.it/insetticidi/607-olio-di-neem-naturale.html>

<https://www.repubblica.it/green>

[andblue/2023/06/17/news/giardinaggio_bio_rimedi_naturali_parassiti_piante_404598468/](https://www.repubblica.it/green)

Il contenuto rilevante di questi link sono stati riprodotti nella lettera di obiezione.

I consumatori di riferimento percepirebbero il segno come indicativo dell'informazione

che i prodotti Classe 1 e della Classe 5 sono, o contengono olio di neem.

Inoltre, considerando che l'olio di neem spremuto a freddo è registrato come biocida

nell'UE e che le formulazioni di olio di neem sono anche ampiamente utilizzate come

biopesticidi per l'agricoltura biologica, il segno indicherà al consumatore interessato

che i prodotti sono molto probabilmente adatti all'agricoltura biologica e ai giardinieri

interessati a soluzioni biologiche.

Pertanto, il segno descrive specie e destinazione dei prodotti.

Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere

distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell'articolo 7, paragrafo

1, lettera b), RMUE.

Di conseguenza, nel suo insieme il segno è descrittivo e privo di carattere distintivo.

Non è pertanto adatto a distinguere i prodotti per i quali è stata sollevata un'obiezione a norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c) e articolo 7,

paragrafo 2 RMUE.

Pagina 3 di 3

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere l'obiezione/le obiezioni sollevata/e nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 019033442 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre, deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

Registrare un marchio per un vino, quando il nome non è distintivo non è registrabile – Alicante 11-11-2024



Se il nome che identifica il vino, nel nostro caso, "Brindo" è un nome che non distingue il prodotto vino da altri vini ma vuole solo essere elogiativo del vino, ad avviso dell'esaminatore europeo non è registrabile.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 11/11/2024

***** Bologna

ITALIA

Fascicolo n°:
Vostro riferimento:
Marchio:
Tipo di marchio:
Richiedente:
I. Sintesi dei fatti

Marchio denominativo
***** (Treviso)

ITALIA

In data 11/06/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione è privo di carattere distintivo, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b, e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

L'obiezione è stata sollevata per tutti i prodotti della Classe 33, che dopo le modifiche dovute all'irregolarità del termine "vini dealcolizzati", successivamente superato con la modifica dello stesso in "vini parzialmente dealcolizzati", sono i seguenti:

Classe 33

Vino; bevande alcoliche, eccetto le birre; distillati; preparati alcolici per fare

bevande; vini parzialmente dealcolizzati.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

Il consumatore medio di lingua spagnola, italiana e portoghese, incluso un professionista del settore vitivinicolo e della ristorazione, in relazione ai prodotti per i quali si richiede la protezione, attribuirebbe al segno il significato di "bevo in segno di festa o onore di qualcuno". Ciò è stato supportato da riferimenti di dizionario

(informazioni

estratte

<https://dle.rae.es/brindar>,

da

RAE in data 11/06/2024 all'indirizzo

[https://www.treccani.it/vocabolario/brindare/?](https://www.treccani.it/vocabolario/brindare/?search=brindare%2F)

[search=brindare%2F](https://www.treccani.it/vocabolario/brindare/?search=brindare%2F),

<https://www.infopedia.pt/dicionarios/linguaportuguesa/brindar> –

Il contenuto rilevante di questi link è stato riprodotto nella lettera di obiezione).

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 5 –

Il pubblico di riferimento percepirebbe il segno «BRINDO» semplicemente come uno

slogan promozionale elogiativo, la cui funzione è di comunicare una dichiarazione di

ispirazione o motivazione, che esorta i consumatori a fare un brindisi in

segno di

augurio e di festa, bere in onore di qualcuno con i propri prodotti. Il pubblico di

riferimento non distinguerebbe nel segno nessuna indicazione dell'origine commerciale. Non vedrebbe altro che un'informazione promozionale che serve meramente a evidenziare gli aspetti positivi dei prodotti, vale a dire che con essi si

può alzare i bicchieri, fare un brindisi, levare i calici per celerare e festeggiare

persone, eventi, accadimenti e successi.

Di conseguenza, il segno è privo di qualsiasi carattere distintivo ai sensi dell'articolo

7, paragrafo 1, lettera b), e articolo 7, paragrafo 2, RMUE.

L'Ufficio fa presente che l'irregolarità di classificazione sollevata in questo stesso

documento al paragrafo I., non ha alcun impatto sulla presente obiezione poiché la

natura dei prodotti per i quali è richiesta la protezione è chiara.

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il 24/07/2024 il richiedente ha chiesto una proroga per presentare le proprie osservazioni,

concessa in pari data dall'Ufficio. Il 09/10/2024, il richiedente ha presentato le proprie

osservazioni che possono essere sintetizzate come segue:

1. La parola "BRINDO" deve ritenersi dotata di capacità distintiva tenuto conto che il concetto dalla stessa trasmesso non costituisce una mera indicazione di una qualità del prodotto che dovrebbe contraddistinguere. La parola, infatti, trasmette un messaggio emotivo di necessaria condivisione di un momento, che sia di gioia o di tristezza, che, rispetto ai prodotti da contraddistinguere, richiede un più che sufficiente sforzo interpretativo. Il segno non può essere respinto come descrittivo perché il pubblico di riferimento non percepisce immediatamente che il suo significato fornisce informazioni sulla quantità, sulla qualità, sulle caratteristiche, sulla destinazione, la natura e/o sulle dimensioni dei prodotti.
 2. L'Ufficio non può rifiutare definitivamente la domanda di marchio in oggetto in quanto ha registrato numerosi marchi in casi totalmente analoghi (esempi indicati nella memoria). Rifiutandola non rispetterebbe i principi di parità di trattamento e di buona amministrazione.
- III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Dopo un'attenta analisi delle argomentazioni presentate dal richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere la propria obiezione.

È giurisprudenza consolidata che i singoli impedimenti alla registrazione indicati

Pagina 3 di 5

all'articolo 7, paragrafo 1, RMUE, sono indipendenti l'uno dall'altro ed esigono un esame

separato. Inoltre, i vari impedimenti alla registrazione vanno interpretati alla luce

dell'interesse generale sotteso a ciascuno di essi. L'interesse generale preso in

considerazione deve rispecchiare considerazioni diverse, a seconda dell'impedimento in

esame (16/09/2004, C-329/02 P, SAT.2, EU:C:2004:532, § 25).

3. L'Ufficio ha sollevato un'obiezione contro la domanda di marchio in questione ai sensi

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE, che nega la registrazione di marchi privi di

carattere distintivo. L'Ufficio sottolinea che l'obiezione non è stata sollevata ai sensi

dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE perché il segno non è costituito esclusivamente

da indicazioni che descrivono direttamente le caratteristiche dei prodotti.

Invece, l'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE stabilisce che sono esclusi dalla

registrazione «i marchi privi di carattere distintivo». Tali marchi sono, in particolare, quelli che

non consentono al pubblico interessato «di fare, in occasione di un acquisto successivo, la

medesima scelta, qualora l'esperienza si riveli positiva, oppure un'altra scelta, ove

l'esperienza si riveli negativa» (27/02/2002, T-79/00, Lite, EU:T:2002:42, § 26). Tale è il

caso, in particolare, dei segni comunemente usati per la commercializzazione dei prodotti o

dei servizi interessati (15/09/2005, T-320/03, Live richly, EU:T:2005:325, § 65).

È giurisprudenza consolidata che «[i]l carattere distintivo di un segno può essere valutato

soltanto in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali è stata chiesta la registrazione, da un

lato, e in relazione alla percezione che ne ha il pubblico pertinente, dall'altro» (09/10/2002,

T-360/00, UltraPlus, EU:T:2002:244, § 43).

L'Ufficio non riesce a trovare nulla di distintivo nel segno "BRINDO" e

non vede altro che un'informazione promozionale, come uno slogan, che evidenzia aspetti positivi dei prodotti, indicando che i prodotti sono adatti per brindare e invitando i consumatori a farlo con i propri vini e bevande alcoliche, alzando i bicchieri per fare un brindisi, per celerare e festeggiare persone, eventi, accadimenti e successi. Infatti, anche se un determinato termine potrebbe non essere chiaramente descrittivo dei prodotti e servizi interessati, al punto che non si applicherebbe un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE, il termine potrebbe comunque essere oggetto di obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE, per il fatto che sarebbe percepito dal pubblico di riferimento come un elemento che fornisce soltanto informazioni sulla natura dei prodotti e/o servizi interessati, ma che non ne indica l'origine. Ad esempio, il termine «medi» è stato considerato come semplice trasmissione di informazioni al pubblico di riferimento circa la finalità medica o terapeutica dei prodotti o del fatto che si riferissero genericamente al campo medico (12/07/2012, T-470/09, Medi, EU:T:2012:369, § 23). Sebbene il significato del segno stabilito dall'Ufficio possa non essere chiaramente descrittivo dei prodotti e servizi interessati, si può considerare come elemento che fornisce soltanto indicazioni di qualità o funzione generale dei prodotti, oppure espressioni incitanti ad utilizzare i prodotti prive di carattere distintivo. «[L]a registrazione di un marchio composto da segni o indicazioni che siano peraltro utilizzati quali slogan commerciali, indicazioni di qualità o espressioni incitanti ad acquistare i prodotti o i servizi cui detto marchio si riferisce, non è esclusa in quanto tale in ragione di una siffatta utilizzazione» (04/10/2001, C-517/99, Bravo, EU:C:2001:510, § 40). «Inoltre, occorre rilevare come agli slogan non si debbano applicare criteri più restrittivi di quelli applicabili agli altri tipi di segno» (11/12/2001, T-138/00, Das Prinzip der Bequemlichkeit, EU:T:2001:286, § 44). Pur essendo i criteri di valutazione del carattere distintivo gli stessi per le diverse categorie di marchi, può diventare evidente, in sede di applicazione di tali criteri che le aspettative del pubblico interessato non sono necessariamente le stesse per tutte le categorie di marchi e

Pagina 4 di 5

che, quindi, potrebbe risultare più difficile stabilire il carattere distintivo di alcune categorie di marchi rispetto ad altre (29/04/2004, C-456/01 P & C-457/01 P, Tabs (3D), EU:C:2004:258, § 38).

È altresì giurisprudenza consolidata che la percezione del marchio da parte del pubblico interessato è influenzata dal suo livello di attenzione, che può variare in funzione della categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi (05/03/2003, T-194/01, Soap device, EU:T:2003:53, § 42; e 03/12/2003, T-305/02, Bottle, EU:T:2003:328, § 34).

Un segno, come ad esempio uno slogan, che svolge funzioni diverse da quella di marchio commerciale nel senso tradizionale del termine «è distintivo nel senso di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE] solo se può essere percepito prima facie come uno strumento d'identificazione dell'origine commerciale dei prodotti o dei servizi considerati, affinché il pubblico destinatario distingua senza possibilità di confusione i prodotti o i servizi del titolare del marchio da quelli aventi un'altra origine commerciale» (05/12/2002, T-130/01, Real People, Real Solutions, EU:T:2002:301, § 20; 03/07/2003, T-122/01, Best Buy, EU:T:2003:183, § 21).

Tuttavia, nel caso in esame, il pubblico di riferimento percepirebbe il segno «BRINDO» non come un indicatore di origine commerciale dei prodotti, in quanto i prodotti rivendicati, tutti a contenuto alcolico, sono solitamente e tipicamente usati per brindare, celebrare e festeggiare. Pertanto, il segno «BRINDO» non potrebbe essere percepito che come un'esortazione a farlo, a festeggiare e celebrare un evento attraverso i prodotti alcolici del richiedente.

4. Il richiedente ritiene che l'Ufficio abbia accettato alcune registrazioni simili, e in particolare i seguenti:

Tuttavia, la giurisprudenza consolidata afferma che «le decisioni [...]relativamente alla registrazione di un segno come marchio [dell'Unione europea] rientrano nell'esercizio di una competenza vincolata e non in quello di un potere discrezionale». Pertanto l'idoneità alla registrazione di un segno come marchio dell'Unione europea deve essere valutata

unicamente sulla base del RMUE, come interpretato dal giudice dell'UE, e non sulla base

Pagina 5 di 5

della precedente prassi dell'Ufficio (15/09/2005, C-37/03 P, BioID, EU:C:2005:547, § 47; 09/10/2002, T-36/01, Glass Pattern, EU:T:2002:245, § 35).

«Infatti, come risulta dalla giurisprudenza della Corte, l'osservanza del principio della parità di trattamento deve conciliarsi con il rispetto del principio di legalità secondo cui nessuno può far valere, a proprio vantaggio, un illecito commesso a favore di altri» (27/02/2002, T-106/00, Streamserve, EU:T:2002:43, § 67).

Inoltre, i casi citati dal richiedente non sono direttamente confrontabili con l'attuale domanda in quanto contengono elementi verbali e/o figurativi che non trovano corrispondenza nel segno in esame. I casi non sono pertanto analoghi. Infine, le prassi di mercato, le lingue e le prassi di esame si evolvono nel tempo ed è possibile, pertanto, che alcuni dei marchi citati siano stati accettati in quanto considerati registrabili al momento della domanda, anche se potrebbero non esserlo attualmente.

Inoltre, quando i marchi sono effettivamente registrati contra legem, è previsto un meccanismo per trattare tali casi, ossia quello dei procedimenti di annullamento (decisione della Commissione di ricorso R 2076/2022-4, LET INNOVATION MOVE YOU, § 48).

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 019032634 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre, deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

Segno ingannevole: non è registrabile

Alicante 06-11-2024



Un segno è considerato ingannevole sulla base del modo in cui il pubblico di riferimento lo percepirebbe in relazione ai prodotti e servizi per i quali si richiede la protezione. Nel nostro caso il segno contiene l'elemento «Latte». Il consumatore di riferimento di lingua italiana attribuirebbe a tale elemento il significato seguente: Liquido denso, bianco opaco, prodotto di secrezione delle ghiandole mammarie. E i prodotti di cui si chiede tutela non possono in realtà avere tali caratteristiche.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE
Alicante, 06/11/2024

Reggio Emilia

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I.

Sintesi dei fatti

Marchio figurativo

***** (RE)

ITALIA

In data 27/08/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione non è idoneo alla registrazione, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera g), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

I prodotti per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 29

Dolci a base di sucedanei del latte.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

- Un segno è considerato ingannevole sulla base del modo in cui il pubblico di riferimento lo percepirebbe in relazione ai prodotti e servizi per i quali si richiede la protezione. Il segno contiene l'elemento «Latte». Il consumatore di riferimento di lingua italiana attribuirebbe a tale elemento il significato seguente: Liquido denso, bianco opaco, prodotto di secrezione delle ghiandole mammarie.

- Il significato sopra indicato del termine «Latte», contenuto nel marchio, è stato supportato dal seguente riferimento dall'enciclopedia Treccani (informazione estratta in data 26/08/2024):

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 3

<https://www.treccani.it/vocabolario/latte/>

Il contenuto di tale collegamento ipertestuale è stato riprodotto nella lettera d'obiezione.

- La parte rilevante del segno sarebbe chiaramente ingannevole nel caso di un suo utilizzo in relazione a dolci a base di succedanei del latte nella Classe 29, poiché trasmette una chiara indicazione che i prodotti per i quali è sollevata un'obiezione contengono latte, mentre tali prodotti non possono in realtà avere tali caratteristiche.

Pertanto, vi è un rischio sufficientemente serio che il pubblico di riferimento sia ingannato in merito alla specie e alla qualità dei prodotti per i quali è stata sollevata un'obiezione.

- Di conseguenza, il segno è ingannevole a norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera g), e articolo 7, paragrafo 2, RMUE.

II.

Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III.

Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni. Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di

mantenere l'obiezione sollevata nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV.

Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera g), e articolo 7,

paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 019053669 è respinta in

parte, vale a dire per:

Classe 29

Dolci a base di sucedanei del latte.

La domanda può proseguire per i rimanenti prodotti:

Classe 29

Classe 30

Farciture a base di frutta per dolci e torte; dolci a base di latte; guarnizioni

montate a base di prodotti derivati dal latte; decorazioni/ guarnizioni di frutta

secca per dolci.

Pasta con farciture; farciture a base di cioccolato per torte; farciture a base di

crema pasticcera per torte; glasse e ripieni dolci; preparati per crema

pasticcera; miscele per glasse; sciroppi per guarnizioni (topping); prodotti

alimentari semilavorati per dolci e dessert, ossia paste, polveri ed aromi;

prodotti

per

la

preparazione

di

dolci

e

dessert.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della

decisione. Deve essere

Pagina 3 di 3

presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre,

deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da

tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata

pagata.

Indicazioni Geografiche – 28-29 gennaio 2025



Euiipo organizza una conferenza dedicata alle Indicazioni Geografiche – 28-29 gennaio 2025 potrai partecipare on line.

Imitazione da un punto di vista araldico di un emblema protetto ai sensi dell'articolo 6ter della convenzione di Parigi



Il segno contenente la parola gelato, depositato in classe 30 e 35 contiene un elemento costituito da un'imitazione da un punto di vista araldico di un emblema protetto ai sensi dell'articolo 6ter della convenzione di Parigi, più precisamente un cerchio di dodici stelle,



ovvero l'elemento più importante della bandiera dell'Unione europea e questo è ostativo alla registrazione.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea

ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 23/10/2024

***** Venezia (VE)

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

019050285

Marchio figurativo

*****Venezia (VE)

ITALIA

In data 06/08/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione non è idoneo alla registrazione, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera h)

RMUE.

I prodotti e servizi per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 30

Classe 35

Gelato; Gelati; Gelati al cioccolato; Yogurt gelato [gelati]; Gelati, yogurt gelato

e sorbetti; Latte gelato [gelato]; Yogurt gelato (confetteria gelata);

Caramelle

di gelato; Dessert al gelato; Confetteria, gelati; Confetteria per gelati; Confetteria gelata; Gelati congelati [ghiaccioli].

Servizi di promozione; Promozione aziendale; Promozione delle vendite;

Consulenza in materia di promozione delle vendite; Servizi di pubblicità e

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 3

promozione e relativa consulenza; Promozione delle vendite mediante programmi di fidelizzazione della clientela; Servizi di consulenza inerenti promozioni, pubblicità e marketing; Servizi pubblicitari, di marketing e di promozione; Pubblicità, in particolare servizi per la promozione di prodotti; Servizi di promozione aziendale; Amministrazione di programmi di incentivi per la promozione delle vendite; Servizi di promozione delle vendite; Promozione di prodotti e servizi mediante la sponsorizzazione; Promozione [pubblicità] aziendale; Promozione [pubblicità] di concerti; Servizi di pubblicità

e promozione delle vendite; Promozione di prodotti e servizi attraverso la sponsorizzazione di manifestazioni sportive; Promozione aziendale computerizzata; Promozione [pubblicità] di viaggi; Servizi di promozione delle esportazioni.

Classe 41

Classe 42

Classe 45

Organizzazione di manifestazioni culturali di comunità; Educazione e

formazione; Insegnamento in materia di educazione alimentare; Formazione; Formazione professionale; Attività di formazione; Organizzazione di seminari di formazione; Realizzazione di seminari di formazione; Formazione professionale (Fornitura di -); Formazione industriale; Formazione del personale; Formazione didattica; Formazione in gestione; Trasmissione di formazione; Formazione e istruzione; Istruzione e formazione; Formazione all'amministrazione; Organizzazione di presentazioni per formazione; Organizzazione di dimostrazioni per formazione; Formazione continuativa; Organizzazione di esposizioni per la formazione.

Servizi di progettazione di marchi di fabbrica; Design di marchi.

Applicazione di diritti relativi a marchi.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

In questo caso, il segno per cui si richiede la protezione contiene un elemento costituito da

un'imitazione da un punto di vista araldico di un emblema protetto ai sensi dell'articolo 6ter

della convenzione di Parigi, più precisamente un cerchio di dodici stelle, ovvero l'elemento

più importante della bandiera dell'Unione europea.

(<https://6ter.wipo.int/result-detail?offset=0&limit=1&keywords=%7B%22offset%22:0,%22limit%22:25,%22searchText%22:%22Q0188%22,%22sortBy%22:%22KEY%22,%22searchFields%22:%5B%7B%22key%22:%22STATUS%22,%22val%22:%22active%22%7D%5D%7D&queryType=STRUCT&sortBy=KEY>)

Autorizzazione

Questo impedimento alla registrazione può essere superato presentando un'autorizzazione

alla registrazione del marchio emessa dall'autorità competente dello Stato o dell'organizzazione pertinenti

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Pagina 3 di 3

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di

mantenere l'obiezione/le obiezioni sollevata/e nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera h) RMUE, la

domanda di marchio dell'Unione europea n. 019050285 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere

presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione

impugnata. Inoltre,
deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro
quattro mesi da
tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso
di 720 EUR è stata
pagata.

Registrare un marchio nel settore della formazione, se descrive l'attività di formazione non è registrabile



Il segno oggetto di esame è MIXOLOGY ACADEMY per servizi in classe 41. I consumatori percepirebbero il segno come indicativo dell'informazione che i servizi sono prestati da una Scuola/Istituto/Accademia che si occupa della formazione di professionisti del settore della miscelazione di bevande o più precisamente cocktail.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 28/10/2024

***** Milano

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

Marchio figurativo

***** Roma

ITALIA

L'Ufficio ha sollevato un'obiezione il 22/02/2024 ai sensi dell'articolo 7,
paragrafo 1, lettere b)

e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della

domanda

descrittivo e privo di carattere distintivo.

I servizi per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 41

Formazione; Formazione professionale; Educazione e formazione;
Formazione e istruzione; Istruzione e formazione; Organizzazione di
presentazioni per formazione; Organizzazione di dimostrazioni per
formazione; Trasmissione di formazione; Formazione in gestione;
Formazione del personale; Attività di formazione; Formazione didattica;
Formazione continuativa; Formazione industriale; Organizzazione di
esposizioni per la formazione; Organizzazione di seminari di formazione;
Realizzazione di seminari di formazione; Formazione professionale

(Fornitura

di -);

Istruzione;

Istruzione

professionale;

Istruzione

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 8

supplementare; Servizi di istruzione e formazione; Servizi di insegnamento
e di istruzione; Istruzione aziendale; Educazione, intrattenimento e sport;
Servizi relativi a educazione, divertimento e sport; Educazione; Accademie
[educazione]; Insegnamento in materia di educazione alimentare; Servizi di
educazione e formazione professionale; Servizi relativi a educazione e
istruzione;

Fornitura di informazioni in materia di educazione;

Organizzazione di spettacoli culturali; Istruzione in materia di arte
mediante

corsi per corrispondenza.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

- La modalità di valutazione del carattere descrittivo dipende dal modo in
cui il
consumatore di riferimento percepirebbe il segno in relazione ai prodotti e
servizi per
i quali si richiede la protezione. In questo caso, il consumatore medio di
lingua
inglese attribuirebbe al segno il significato seguente:
Scuola/Istituto/Accademia dove
si apprende l'abilità di miscelare varie bevande e ingredienti per creare
cocktail.

- I suddetti significati dei termini «MIXOLOGY ACADEMY», di cui il marchio è
composto, sono supportati dai seguenti riferimenti di dizionario.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/mixology>

<https://www.wordreference.com/enit/academy>

- I consumatori di riferimento percepirebbero il segno come indicativo
dell'informazione
che i servizi sono prestati da una Scuola/Istituto/Accademia che si

dedica alla
formazione di professionisti del settore della miscelazione di bevande o
più
precisamente cocktail.

- Il fatto che la lettera “Y” del termine “ACADEMY” sia sostituita da un bicchiere da “Martini” non aggiunge nessun elemento di distintività al segno, ma rafforza il significato concettuale descrittivo veicolato dall’insieme dei termini che lo compongono.
<https://tescomaonline.com/prodotti/306418/306418-bicchiere-martini>
https://it.wikipedia.org/wiki/Coppetta_da_cocktail
- Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell’articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE.
- Ciò significa che non è adatto a svolgere la funzione essenziale di un marchio, che è quella di distinguere i prodotti o i servizi di un’impresa da quelli di altre imprese.
 - Di conseguenza, nel suo insieme il segno è descrittivo e privo di carattere distintivo.
Non è pertanto adatto a distinguere i servizi per i quali è stata sollevata un’obiezione a norma dell’articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Pagina 3 di 8

Il richiedente ha presentato le sue osservazioni il 14/03/2024, che possono essere sintetizzate come segue:

1. Il richiedente ritiene che la raffigurazione del segno in esame sia sufficiente a conferire allo stesso capacità distintiva poiché la rappresentazione del bicchiere da Martini e il colore arancione del termine “ACADEMY” poiché il contenuto del bicchiere è di colore arancione e dunque non sarebbe una rappresentazione fedele o comune del prodotto solitamente in esso contenuto. A tal proposito, il richiedente pone l’esempio di un noto marchio di cioccolata in cui viene rappresentata una mucca di colore viola.
2. Il consumatore menziona l’acquisizione di capacità distintiva tramite l’uso ex articolo 7, paragrafo 3, RMUE, ma non allega nessuna prova nonostante

L'Ufficio

in data 15/05/2024 abbia concesso un termine di due mesi per specificare se la

rivendicazione della capacità distintiva acquisita tramite l'uso fosse principale o

secondaria e per presentare prove a supporto della rivendicazione.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Dopo un'attenta analisi delle argomentazioni presentate dal richiedente, l'Ufficio ha deciso di

revocare la propria obiezione per i seguenti servizi:

Classe 41 Sport; Servizi relativi allo sport.

L'obiezione viene mantenuta per i rimanenti servizi.

L'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE stabilisce che sono esclusi dalla registrazione «i

marchi composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire

per designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza

geografica, ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o di

prestazione del servizio, o altre

caratteristiche del prodotto o servizio».

Vietando la registrazione quale marchio dell'Unione europea di tali segni o indicazioni,

l'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE,

persegue una finalità di interesse generale, la quale impone che i segni o le

indicazioni descrittivi delle caratteristiche di prodotti o servizi per i quali si chiede

la registrazione possano essere liberamente utilizzati da tutti. Tale disposizione

ostacola, quindi, a che siffatti segni o indicazioni siano riservati a una sola impresa in

forza della loro registrazione come marchi.

(23/10/2003, C-191/01 P, Doublemint, EU:C:2003:579, § 31).

«I segni e le indicazioni di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE, sono quelli che, in

un uso normale dal punto di vista del pubblico interessato, possono servire a designare,

direttamente o tramite la menzione di una delle sue caratteristiche essenziali, il prodotto o il

servizio per cui è richiesta la registrazione» (26/11/2003, T-222/02, Robotunits,

EU:T:2003:315, § 34).

Pagina 4 di 8

Perché un segno ricada nel divieto enunciato da detta disposizione, occorre che esista una

relazione sufficientemente diretta e concreta tra il segno ed i prodotti

o servizi in questione,
tale da consentire al pubblico interessato di percepire immediatamente e
direttamente una
descrizione dei prodotti e servizi di cui trattasi o di una delle loro
caratteristiche (22/06/2005,
T-19/04, Paperlab, EU:T:2005:247, § 25; 27/02/2002, T-106/00,
Streamserve,
EU:T:2002:43, § 40).

Il carattere descrittivo di un segno può essere valutato soltanto, in
primo luogo, in relazione
a come il pubblico di riferimento comprende il segno e, in secondo
luogo, in relazione ai
prodotti o servizi interessati (13/11/2008, T-346/07, Easycover,
EU:T:2008:496, § 42;
22/11/2018, T-9/18, STRAIGHTFORWARD BANKING, EU:T:2018:827, § 18).
In relazione alle argomentazioni di cui al punto n.1, si rileva che il
fatto che il contenuto del
bicchiere da Martini sia di colore arancione è irrilevante. La funzione
di tale bicchiere è
quella di rinforzare il concetto convogliato dal segno tramite l'uso di
uno dei bicchieri da
cocktail più famosi e, inoltre, il Martini di colore arancione è un
cocktail che esiste ed è
presente nel mercato come illustrato qui di seguito a titolo
esemplificativo:

Tratto in data 23/10/2024 da:

https://www.google.com/search?client=firefox-b&esca_esv=21327b72e67f6f32&sxsrf=ADLYWIJaB7ggkaK05_cDlxJUCaSfNPCoow:1729673520040&q=martini+arancione&udm=2&fbs=AEQNm0ANjS08tQWfp8D7gVEhN_xkDAvHzUmhHkeJBsHMrnRBAPrKSgB_Rj86pJM74C2z_PMR99l8e0sztRwWfZ0mHNMVS9F1sZsCGqAJhJt4nj9FxFv0w1jPgSgo88SKS_CnA_lhlPKgMoi7yPRbQLJUtdHBxbT3xSVBfEq6Vh1PEGJxdbcdbbaZH2E381QlRsB03WvE2IT&sa=X&ved=2ahUKEwiK2ft9j6SJAxXQR0EAHSToNLwQtKgLegQIFRAB&biw=1760&bih=850&pr=1.09

A quanto sopra, si deve aggiungere che esistono cocktail preparati sul
momento, diversi dal

Martini e serviti in bicchieri omonimi e che possono essere arancioni:
Pagina 5 di 8

Tratto in data: 23/10/2024 da

<https://www.greygoose.com/it-it/cocktails/grey-goose-vodka/grey-goose-parisian-martini-cocktail.html>

Si deve infine sottolineare, come detto sopra, che il bicchiere di tal
forma non sia usato solo

per servire il Martini – in tutte le sue varianti di ingredienti e
colori – ma anche altri cocktail:

Pagina 6 di 8

Tratto, in data 23/10/2024 da:

<https://www.artic-bar.com/bar-life/bicchieri-da-cocktail/>

In relazione al marchio menzionato dal richiedente in cui appare un a
mucca di colore viola,

si ritiene che esso non sia pertinente per numerose ragioni. Senza scendere in un'analisi dettagliata sul perché tale marchio sia stato registrato, è sufficiente rilevare che non esistono mucche di colore viola laddove come dimostrato esistono cocktail di colore arancione serviti in bicchieri da Martini. Inoltre, quand' anche tale segno fosse comparabile, si ricorda che la giurisprudenza consolidata afferma che «le decisioni [...]relativamente alla registrazione di un segno come marchio [dell'Unione europea] rientrano nell'esercizio di una competenza vincolata e non in quello di un potere discrezionale». Pertanto l'idoneità alla registrazione di un segno come marchio dell'Unione europea deve essere valutata unicamente sulla base del RMUE, come interpretato dal giudice dell'UE, e non sulla base della precedente prassi dell'Ufficio (15/09/2005, C-37/03 P, BioID, EU:C:2005:547, § 47; 09/10/2002, T-36/01, Glass Pattern, EU:T:2002:245, § 35).

Pagina 7 di 8

«Infatti, come risulta dalla giurisprudenza della Corte, l'osservanza del principio della parità di trattamento deve conciliarsi con il rispetto del principio di legalità secondo cui nessuno può far valere, a proprio vantaggio, un illecito commesso a favore di altri» (27/02/2002, T-106/00, Streamserve, EU:T:2002:43, § 67).

In relazione alla caratterizzazione grafica del segno, è opinione dell'Ufficio che la circostanza che il termine "academy" sia scritto in arancione, non è sufficiente a dotare il segno di capacità distintiva. Detto colore è uno dei vari colori che un cocktail può avere, e, pertanto, concettualmente comunica un messaggio intrinseco al messaggio descrittivo veicolato dal segno "MIXOLOGY ACADEMY" riprendendo fra l'altro il colore del liquido nel bicchiere.

In conclusione, si ritiene che l'intera caratterizzazione grafica composta del bicchiere da Martini che sostituisce la lettera finale "Y" e dal colore arancione del termine "academy" non sia in grado di distrarre il consumatore dalla parte denominativa del segno e far sì che esso sia percepito come distintivo in relazione ai servizi oggetto di rifiuto. Tali servizi di formazione e organizzazione di eventi possono essere – anche nel caso della formazione industriale- prestati da una scuola o istituto di formazione di

professionisti del settore della
miscelazione di bevande o più precisamente cocktail. Pertanto, tale
argomentazione
difensiva deve essere rigettata.

La rivendicazione ex articolo 7, paragrafo 3, RMUE, di cui al punto n. 2
deve anch'essa
essere rigettata, non essendo stata presentata alcuna prova a supporto
della stessa.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1,
lettera b), e c) e articolo 7,
paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 018981000
è respinta in
parte, vale a dire per:

Classe 41

Formazione; Formazione professionale; Educazione e formazione;
Formazione e istruzione; Istruzione e formazione; Organizzazione di
presentazioni per formazione; Organizzazione di dimostrazioni per
formazione; Trasmissione di formazione; Formazione in gestione;
Formazione del personale; Attività di formazione; Formazione didattica;
Formazione continuativa; Formazione industriale; Organizzazione di
esposizioni per la formazione; Organizzazione di seminari di formazione;
Realizzazione di seminari di formazione; Formazione professionale
(Fornitura
di -);
Istruzione;
Istruzione
professionale;
Istruzione
supplementare; Servizi di istruzione e formazione; Servizi di
insegnamento
e di istruzione; Istruzione aziendale; Educazione, intrattenimento;
Servizi
relativi a educazione, divertimento; Educazione; Accademie [educazione];
Insegnamento in materia di educazione alimentare; Servizi di educazione
e
formazione professionale; Servizi relativi a educazione e istruzione;
Fornitura di informazioni in materia di educazione; Organizzazione di
spettacoli culturali; Istruzione in materia di arte mediante corsi per
corrispondenza.

La domanda può proseguire per i rimanenti servizi:

Classe 41

Sport; Servizi relativi allo sport.

Pagina 8 di 8

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso
contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere
presentato per iscritto

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della
decisione. Deve essere

presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la

decisione impugnata. Inoltre,
deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso
entro quattro mesi da
tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di
ricorso di 720 EUR è stata
pagata.

Registrare un marchio nel settore della pasta fresca – se è descrittivo non è registrabile



Il segno in esame è “autentica” in classe 30 per pasta fresca e secca. Per l’esaminatore europeo si tratta di un segno descrittivo in quanto il consumatore finale intenderebbe il prodotto come il più autentico del suo settore quando non si distingue invece dai prodotti simili presenti sul mercato.

Rifiuto di una domanda di marchio dell’Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 23/10/2024

*****Torino

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

AUTENTICA

Marchio denominativo

*****ARQUA’ PETRARCA

ITALIA

In data 12/08/2024 l’Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione è privo di

carattere distintivo, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b, e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

I prodotti per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 30

Pasta fresca; Pasta secca; Pasta integrale; Pasta alimentare; Pasta madre; Sughì per pasta; Insalata di pasta; Pasta con farciture; Pasta per biscotti; Pasta all'uovo; Pasta di sesamo; Piatti a base di pasta.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

Il carattere distintivo di un marchio viene valutato in relazione ai prodotti e servizi per i quali

si richiede la protezione e alla percezione del pubblico di riferimento. In questo caso, il

consumatore medio di lingua italiana, portoghese e spagnola attribuirebbe al segno il

significato seguente: genuina, originale, vera.

ITALIANO

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

<https://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=autentico>

Pagina 2 di 3

PORTOGHESE

<https://dicionario.priberam.org/aut%C3%AAntico>

SPAGNOLO

<https://dle.rae.es/aut%C3%A9ntico>

Il pubblico di riferimento percepirebbe il segno «AUTENTICA» semplicemente come

attributivo dell'informazione puramente elogiativa che i prodotti 'Pasta fresca; Pasta secca;

Pasta integrale; Pasta alimentare; Pasta madre; Sughì per pasta; Insalata di pasta; Pasta

con farciture; Pasta per biscotti; Pasta all'uovo; Pasta di sesamo; Piatti a base di pasta.'

sono elaborati/prodotti secondo la ricetta tradizionale, originale e/o genuina, ossia quella

che si usa da molto tempo e che non ha subito alcuna alterazione, l'originale/l'autentica. Il

pubblico di riferimento tenderebbe a vedere il segno non come un'indicazione dell'origine

commerciale, ma meramente come un'informazione elogiativa che serve a evidenziare

aspetti positivi dei prodotti

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di

mantenere l'obiezione/le obiezioni sollevata/e nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e articolo 7,

paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 018821718 è respinta in

parte, vale a dire per:

Classe 30

Pasta fresca; Pasta secca; Pasta integrale; Pasta alimentare; Pasta madre; Sughetti per pasta; Insalata di pasta; Pasta con farciture; Pasta per biscotti; Pasta all'uovo; Pasta di sesamo; Piatti a base di pasta.

La domanda può proseguire per i rimanenti prodotti e servizi:

Classe 41

Formazione; Workshop di formazione.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente

decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto

all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere

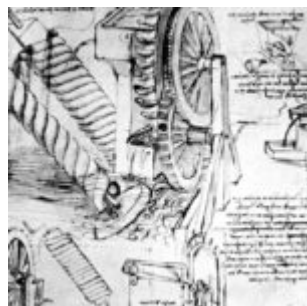
presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre,

deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da

tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata

pagata.

Lotta alla Contraffazione on line 24 ottobre 2024



Dal **21 al 25 ottobre 2024** si terrà, anche quest'anno, la **Settimana Anticontraffazione**, importante iniziativa di informazione promossa dalla Direzione Generale per la Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del MIMIT.

24 ottobre – Le buone pratiche per la lotta alla contraffazione online



Settimana
Anticontraffazione
La lotta al falso passa anche da te

NONA EDIZIONE 2024

Giovedì, 24 OTTOBRE 2024
Ore 9.30

Le buone pratiche per la lotta alla contraffazione online

Convegno organizzato da
DGPI-UIBM del MIMIT
(Sala del Parlamentino - MIMIT - Via Veneto, 33 - Roma e in diretta streaming)

Ore 9.30

Saluti istituzionali ➤ Federico **EICHBERG**, *Capo di Gabinetto MIMIT*

Apri i lavori in videocollegamento ➤ Valentino **VALENTINI**, *Vice Ministro MIMIT e Membro CNALCIS*

Modera ➤ Antonio **LIROSI**, *Direttore Generale della DGPI-UIBM del MIMIT*

Tavola rotonda

- Bianca Maria **MARTINELLI**, *Strategy and Policy Senior Director AMAZON ITALY*
- Claudio **BERGONZI**, *Director Global IP enforcement ALIBABA*
- Ottavia **MAROTTA**, *Head of Government Relations Italy & Southern Europe EBAY*
- Flavio **ARZARELLO**, *Public Policy Manager, Economic and regulatory policy, Italy META*
- Luana **LAVECCHIA**, *Senior Public Policy and Government Relations Manager, Italy and Greece TIK TOK*
- Jacopo **MENEGHIN**, *Legal Counsel VINTED*
- Gianluca Antonello **GAIAS**, *Chief Security Officer YOOX NET À PORTER GROUP*
- Guido **STAZI**, *Segretario Generale AGCM*
- Laura **ARIA**, *Commissario AGCOM*

Ore 13.30 Fine lavori

www.uibm.mise.gov.it



Ministero delle Imprese
e del Made in Italy



Bandi Brevetti+ Disegni+ Marchi+ agevolazioni per il 2024



Sono operative per l'annualità **2024**, le misure Brevetti+, Disegni+ e Marchi+ finalizzate alla concessione delle agevolazioni per la valorizzazione dei titoli di **proprietà industriale** delle micro, piccole e medie imprese.

Le domande di contributo potranno essere presentate a partire dal:

- 29 ottobre 2024 per Brevetti+
- 12 novembre 2024 per Disegni+
- 26 novembre 2024 per Marchi+

Registrare un marchio per un gelato – marchio descrittivo



Il consumatore attribuirebbe al segno “Caramel macchiato” il significato di caffè espresso con un goccio di latte e con zucchero bruciato/dolce gommoso a base di zucchero e latte per cui descrive gli ingredienti di cui è composto.

Rifiuto di una domanda di marchio dell’Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 15/10/2024

***** Rimini

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti

Marchio figurativo

*****RIMINI

ITALIA

L’Ufficio ha sollevato un’obiezione il 21/02/2024 ai sensi dell’articolo 7, paragrafo 1, lettere b)

e c), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE perché reputa il marchio oggetto della domanda

descrittivo e privo di carattere distintivo.

I prodotti per i quali è stata sollevata l’obiezione erano:

Classe 30

Gelati; Yogurt gelato (confetteria gelata); Confetteria, gelati; Succedanei del

gelato; Polveri per gelati; Preparati leganti per gelati [gelati commestibili];

Gelati, yogurt gelato e sorbetti; Yogurt gelato [gelati]; Dolciumi; Bevande a base di gelato; Torte.

L’obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

Il consumatore medio di lingua inglese attribuirebbe al segno il significato

segunte:

caffè espresso con un goccio di latte e con zucchero bruciato/dolce gommoso a base

di zucchero, latte ecc. Come di seguito indicato, il pubblico rilevante è anche il

consumatore medio spagnolo.

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 6

Il suddetto significato dei termini «Caramel MACCHIATO», contenuti nel marchio, è

supportato

da riferimenti di dizionario, reperibili ai seguenti link:

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/caramel>

e

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/macchiato>.

Nella

lettera

di

obiezione l'Ufficio ha inoltre rilevato che la dicitura in esame viene usata per fare

riferimento a un gusto di gelato in altre lingue, tra cui lo spagnolo, e ne ha indicato

l'uso

mediante

riferimento

alle

seguenti

pagine

<https://www.cabucoffee.com/home/recetas/cafe-caramel-macchiato.html>,

<https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/que-es-un-caramel-macchiato>,

<https://coolife.es/en/products/caramelmacchiato>,

<https://www.wyseguide.com/caramel-macchiato-ice-cream/>.

web:

I consumatori di riferimento, ovvero il pubblico inglese e spagnolo, percepirebbero il

segno come indicativo dell'informazione che i prodotti (i) sono gelati, yogurt gelati,

bevande a base di gelato ecc. al gusto di caffè macchiato al caramello come sopra

descritto; (ii) sono polveri per gelati, preparati leganti per gelati ecc. per ottenere un

gelato al gusto di caffè macchiato al caramello come sopra descritto; (iii) sono torte al

gusto di caffè macchiato e caramello. Pertanto, nonostante alcuni elementi figurativi

(costituiti in buona sostanza da caratteri alquanto comuni di dimensioni diverse ma

perfettamente leggibili, nonché da un cono gelato stilizzato, che rafforza concettualmente il messaggio trasmesso dagli elementi verbali), il

consumatore di

riferimento percepirebbe il segno come indicativo di informazioni sul gusto/specie e

la destinazione dei prodotti.

Dato che il segno ha un chiaro significato descrittivo, è altresì privo di carattere

distintivo e pertanto inammissibile alla registrazione a norma dell'articolo 7, paragrafo

1, lettera b), RMUE. Ciò significa che non è adatto a svolgere la funzione essenziale

di un marchio, che è quella di distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli

di altre imprese. Benché il segno contenga determinati elementi figurativi che gli

conferiscono un grado di stilizzazione, tali elementi sono così trascurabili da non

dotare di carattere distintivo il marchio nel suo insieme. Nulla nel modo in cui tali

elementi sono combinati consente al marchio di adempiere alla sua funzione essenziale in relazione ai prodotti per i quali si richiede la protezione.

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha presentato le sue osservazioni il 18/04/2024, che possono essere

sintetizzate come segue:

1. La dicitura 'CAMEL MACCHIATO' è utilizzata nel settore della 'caffetteria' e non nel settore in questione. Le prove Internet presentate dall'Ufficio riguardo all'uso dei termini fanno riferimento a pagine spagnole e ad un'azienda con sede in Colombia, mentre le prove addotte a sostegno della prova della descrittività del segno come gusto di gelato sono riconducibili ad aziende statunitensi e al mercato statunitense. Non è stato pertanto dimostrato legame alcuno con il segno e il mercato di riferimento, che è quello dell'Unione europea. Inoltre, il fatto che alcune aziende abbiano già utilizzato la stessa denominazione nel settore "gelateria" non significa automaticamente che il segno sia descrittivo ma, eventualmente, che esso non sia nuovo.

2. La veste grafica del segno è stata valutata troppo severamente.

III. Motivazione

Pagina 3 di 6

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi

in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Dopo un'attenta analisi delle argomentazioni presentate dal richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere la propria obiezione.

È giurisprudenza consolidata che i singoli impedimenti alla registrazione indicati all'articolo 7, paragrafo 1, RMUE, sono indipendenti l'uno dall'altro ed esigono un esame separato. Inoltre, i vari impedimenti alla registrazione vanno interpretati alla luce dell'interesse generale sotteso a ciascuno di essi. L'interesse generale preso in

considerazione deve rispecchiare considerazioni diverse, a seconda dell'impedimento in esame (16/09/2004, C-329/02 P, SAT.2, EU:C:2004:532, § 25).

L'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE stabilisce che sono esclusi dalla registrazione «i

marchi composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire

per designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza

geografica, ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o di prestazione del servizio, o altre

caratteristiche del prodotto o servizio».

Vietando la registrazione quale marchio dell'Unione europea di tali segni o indicazioni,

l'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE,

persegue una finalità di interesse generale, la quale impone che i segni o le

indicazioni descrittivi delle caratteristiche di prodotti o servizi per i quali si chiede

la registrazione possano essere liberamente utilizzati da tutti. Tale disposizione

ostende, quindi, a che siffatti segni o indicazioni siano riservati a una sola impresa in

forza della loro registrazione come marchi.

(23/10/2003, C-191/01 P, Doublemint, EU:C:2003:579, § 31).

«I segni e le indicazioni di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE, sono quelli che, in

un uso normale dal punto di vista del pubblico interessato, possono servire a designare,

direttamente o tramite la menzione di una delle sue caratteristiche essenziali, il prodotto o il

servizio per cui è richiesta la registrazione» (26/11/2003, T-222/02, Robotunits,

EU:T:2003:315, § 34).

Perché un segno ricada nel divieto enunciato dalla detta disposizione, occorre che esista

una relazione sufficientemente diretta e concreta tra il segno ed i prodotti o servizi in

questione, tale da consentire al pubblico interessato di percepire immediatamente e

direttamente una descrizione dei prodotti e servizi di cui trattasi o di una delle loro caratteristiche (22/06/2005, T-19/04, Paperlab, EU:T:2005:247, § 25; 27/02/2002, T-106/00, Streamserve, EU:T:2002:43, § 40).

Il carattere descrittivo di un segno può essere valutato soltanto, in primo luogo, in relazione a come il pubblico di riferimento comprende il segno e, in secondo luogo, in relazione ai prodotti o servizi interessati (13/11/2008, T-346/07, Easycover, EU:T:2008:496, § 42; 22/11/2018, T-9/18, STRAIGHTFORWARD BANKING, EU:T:2018:827, § 18).

Si deve stabilire quindi se il segno «
» rappresenti, nella mente del consumatore interessato di lingua inglese e spagnola una descrizione delle caratteristiche dei prodotti obietti o se sia ragionevole ritenere che ciò possa avvenire in futuro.

Pagina 4 di 6

L'Ufficio ha innanzitutto provveduto a un'analisi dei termini che compongono il segno, dapprima singolarmente e, in seguito, in combinazione tra loro. Come indicato nella precedente notifica dell'Ufficio, avallata dalle definizioni estratte da dizionari generali, la dicitura ha il seguente significato: caffè espresso con un goccio di latte e con zucchero bruciato/dolce gommoso a base di zucchero, latte ecc. Va peraltro notato che nel caso della lingua inglese, i termini che compongono la dicitura sono ormai entrati a far parte dell'acervo linguistico, tanto da essere stati registrati da dizionari generali, non specializzati.

Il possibile significato del segno richiesto non deve essere esaminato in astratto, bensì nel contesto della specificazione pertinente. Una domanda di marchio non deve essere valutata di per sé, separata dai prodotti e servizi per i quali si richiede la protezione, come se il consumatore dovesse indovinare a quali prodotti e servizi si riferisce. L'unico fattore decisivo

è il modo in cui il segno, nel contesto dei prodotti e servizi per i quali si richiede la protezione, influenza il pubblico di riferimento in relazione a tali prodotti e servizi

(12/02/2004, C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, § 33; 21/01/2010, C-398/08 P,

Vorsprung durch Technik, EU:C:2010:29, § 34; 09/03/2010, T-77/09, NATURE WATCH, EU:T:2010:81, § 26).

Ne consegue che la valutazione del marchio deve essere effettuata nel

contesto dei prodotti e servizi per i quali si richiede la protezione. Pertanto, tale contesto fornisce un importante ausilio interpretativo in merito al modo in cui i consumatori percepiranno il marchio contestato.

In riferimento ai prodotti e in considerazione del livello di attenzione del consumatore, ovvero il pubblico medio, ragionevolmente attento e avveduto inglese e spagnolo, l'Ufficio non può che affermare che nel suo insieme il segno ha un ben preciso significato, indicante che i prodotti: (i) sono gelati, yogurt gelati, bevande a base di gelato ecc. al gusto di caffè macchiato al caramello come sopra descritto; (ii) sono polveri per gelati, preparati leganti per gelati ecc. per ottenere un gelato al gusto di caffè macchiato al caramello come sopra descritto; (iii) sono torte al gusto di caffè macchiato e caramello. Sebbene la dicitura «Caramel MACCHIATO» possa avere origine nel settore della

'caffetteria', ciò non preclude il fatto che essa possa aver dato luogo ad un gusto, ad esempio di gelato, che ricordi la bevanda 'caffè macchiato al caramello'. È un fatto notorio che molti gusti di gelato imitano, ricordano o sono prodotti a partire da bevande, frutta, ecc..

A nessuno sorprende che il termine 'limone', indicante un agrume, possa essere utilizzato per definire un gelato. Al tempo stesso, è un dato di comune esperienza che chiunque può constatare con una semplice visita al supermercato o a una gelateria, che anche 'caffè'

(termine usato nel settore della 'caffetteria') può definire la qualità di un gelato, usandosi

pertanto in un settore di mercato a priori diverso da quello originale.

Per analogia e alla luce

di quanto sopra esposto, non si comprende pertanto perché «Caramel MACCHIATO» non

potrebbe essere usata nel campo della pasticceria, dei gelati, dei dolci, ecc., ovvero in

buona sostanza essere utilizzata in modo descrittivo ai prodotti richiesti dal segno in esame.

Perché l'EUIPO possa opporre il diniego di registrazione ex articolo 7, paragrafo 1, lettera c)

RMUE,

Un segno denominativo dev'essere quindi escluso dalla registrazione, ai sensi

della detta disposizione, qualora designi, quantomeno in uno dei suoi significati

potenziali, una caratteristica dei prodotti o servizi di cui trattasi.

Pagina 5 di 6

(23/10/2003, C-191/01 P, Doublemint, EU:C:2003:579, § 32, sottolineatura aggiunta).

Questo è il caso del segno in questione, poiché offre informazioni sul gusto/specie e la destinazione dei prodotti.

Quanto all'argomento del richiedente rispetto alla sede e alla titolarità delle pagine web

riprodotte nella lettera di obiezione del 21/02/2024, esso non è rilevante, in quanto il territorio

di commercializzazione dei prodotti e la sede giuridica dell'impresa produttrice sono concetti

differenti. Ad ogni buon conto, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, l'Ufficio fa

presente quanto segue rispetto alle ricerche Internet trasmesse congiuntamente con la

notifica di obiezione:

1) La pagina <https://coolife.es/en/products/caramelmacchiato> indica che l'impresa ha

sede in Spagna

e sembra essere attiva nel mercato spagnolo;

2) <https://baranbakery.com/caramel-macchiato-ice-cream/>

.

Nonostante,

apparentemente, l'impresa produttrice abbia sede negli Stati Uniti, è evidente che

esporta la sua produzione anche all'Unione europea, dato che i prezzi di invio sono

espressi in euro.

Va tuttavia ricordato che l'Ufficio non è obbligato a fornire prove dell'uso del segno nel

mercato di riferimento: la registrabilità di un segno come marchio comunitario deve essere

valutata solo sulla base della legislazione comunitaria pertinente, come interpretata dai

tribunali comunitari. Pertanto, è sufficiente che l'Ufficio applichi il test di descrittività, come

interpretato dalla giurisprudenza, per giungere a una decisione e non è tenuto a giustificare

la propria azione con la produzione di prove.

Pagina 6 di 6

Il richiedente afferma che il fatto che alcune aziende abbiano già utilizzato la stessa

denominazione nel settore "gelateria" non significa automaticamente che il segno sia

descrittivo ma, eventualmente, che esso non sia nuovo. Conviene ribadire che il motivo per

cui l'Ufficio ritiene che il segno è descrittivo e privo di capacità distintiva non è la mancanza

di originalità o di novità del medesimo, bensì la sua incapacità di fungere da indicatore

dell'origine commerciale dei prodotti in questione. Per quanto concerne l'affermazione del richiedente secondo la quale l'Ufficio avrebbe espresso un giudizio troppo severo sulla veste grafica del segno, l'Ufficio considera che quest'ultima non aggiunge distintività alcuna e non è in grado di alterare il carattere puramente descrittivo del marchio, bensì non fa altro che rafforzare i concetti espressi dagli elementi denominativi a cui è associato. Ne consegue che quanto usato nel segno del richiedente non è che un espediente grafico di impatto sufficiente. Alla luce di quanto sopra esposto, risulta chiaramente dalla giurisprudenza che un marchio descrittivo di caratteristiche di prodotti o servizi ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMUE è, per questo motivo, necessariamente privo di carattere distintivo per gli stessi prodotti o servizi ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), RMUE (12/06/2007, T-190/05, Twist & Pour, EU:T:2007:171, § 39). Tale è il caso dei prodotti di cui trattasi.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c) e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 018973518 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre, deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

Tutela europea dei prodotti IGP non

agroalimentari – scadenza 31 ottobre



C'è tempo sino al 31 ottobre 2024 per le associazioni di produttori di presentare la propria domanda per ottenere un contributo per le spese di consulenza tecnica sostenute per la predisposizione del disciplinare di produzione dei prodotti industriali e artigianali tipici. Le richieste dovranno essere inviate (**modulo di domanda**), complete di tutta la documentazione necessaria, all'indirizzo
PEC: bandodisciplinariigp@pec.mimit.gov.it.

Registrare un marchio per un liquore, se è un nome descrittivo non è registrabile



Ad avviso dell'ufficio preposto all'esame dei marchi comunitari il consumatore di riferimento percepirebbe il segno Sorbole come indicativo dell'informazione che i vari tipi di liquori contengono ingredienti provenienti dalla macerazione alcolica dei frutti del sorbo.

Rifiuto di una domanda di marchio dell'Unione europea
ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 08/10/2024

***** Bologna

ITALIA

Fascicolo n°:

Vostro riferimento:

Marchio:

Tipo di marchio:

Richiedente:

I. Sintesi dei fatti
019047246

Marchio denominativo
***** Bologna

ITALIA

In data 19/07/2024 l'Ufficio, dopo aver riscontrato che il marchio in questione è privo di carattere distintivo, ha sollevato un'obiezione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b, e articolo 7, paragrafo 2 RMUE.

I prodotti per i quali è stata sollevata l'obiezione erano:

Classe 33

Liquori; Amari [liquori]; Digestivi [liquori e spiriti]; Liquori fermentati; Estratti di

liquori; Liquori tonici aromatizzati; Aperitivi con base di liquore alcolico distillato; Gin; Gin [acquavite]; Rum; Punch al rum; Bevande a base di rum; Rum con succo di canna da zucchero; Whisky; Whisky miscelato; Whisky di malto; Vodka; Bevande alcoliche (escluse le birre); Bevande alcoliche (eccetto le birre); Bevande [alcoliche] ad eccezione delle birre; Bevande alcoliche ad eccezione delle birre; Bevande alcoliche gassate, escluse le birre; Alcolici (bevande alcoliche); Bevande alcoliche premiscelate; Bevande alcoliche contenenti frutta; Bevande gassate alcoliche; Bevande energetiche alcoliche; Bevande a bassa gradazione alcolica; Bevande alcoliche per l'alimentazione umana; Bevande distillate; Bevande alcoliche premiscelate, tranne che a base di birra.

L'obiezione si è basata sulle seguenti conclusioni principali:

Avenida de Europa, 4 • E – 03008 • Alicante, Spagna

Tel. +34 965139100 • www.euipo.europa.eu

Pagina 2 di 3

- il consumatore medio di lingua italiana attribuirebbe al segno il significato seguente:
una quantità di frutti del sorbo (sorba), indicati al plurale come sorbe o sorbole.
- il suddetto significato del termine «SORBOLE», di cui il marchio è composto, era supportato dal seguente riferimento di dizionario (estratto in data 19/07/2024):
[o <https://www.treccani.it/vocabolario/sorbola>](https://www.treccani.it/vocabolario/sorbola)
Il contenuto del link era riportato nella notifica dei motivi di rifiuto.
- I consumatori di riferimento percepirebbero il segno come indicativo dell'informazione che i vari tipi di liquori, spiriti, bevande alcoliche obiettati in Classe 33 contengono ingredienti provenienti dalla macerazione alcolica dei frutti del sorbo, detti appunto sorbole, oppure sono aromatizzati con estratti a base di sorbole.
- In tal senso si nota come, allo scopo di ampliare la varietà e tipologia di offerta, si

siano diffuse sul mercato degli alcolici bevande aromatizzate con aromi di varia natura e origine che rendono i prodotti più leggeri, fantasiosi, e ne facilitano in un certo senso il consumo. Pertanto, esistono non sono liquori, bensì superalcolici, come il gin, la vodka e il whiskey che contengono estratti/aromi di frutta.

- Alla luce di quanto sopra, il segno descrive un ingrediente o l'aroma dei prodotti obiettati.

II. Sintesi delle argomentazioni del richiedente

Il richiedente ha omesso di presentare le proprie osservazioni entro la scadenza.

III. Motivazione

Ai sensi dell'articolo 94 RMUE, l'Ufficio è tenuto a prendere una decisione fondata sui motivi in ordine ai quali il richiedente ha potuto presentare le proprie deduzioni.

Non avendo ricevuto nessuna osservazione da parte del richiedente, l'Ufficio ha deciso di mantenere l'obiezione sollevata nella notifica dei motivi assoluti di rifiuto.

IV. Conclusioni

Per le ragioni di cui sopra, e ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e articolo 7, paragrafo 2 RMUE, la domanda di marchio dell'Unione europea n. 19 047 246 è respinta.

Ai sensi dell'articolo 67 RMUE, Lei ha facoltà di proporre un ricorso contro la presente decisione. Ai sensi dell'articolo 68 RMUE il ricorso deve essere presentato per iscritto all'Ufficio entro due mesi a decorrere dal giorno della notifica della decisione. Deve essere presentato nella lingua della procedura in cui è stata redatta la decisione impugnata. Inoltre, deve essere presentata una memoria scritta con i motivi del ricorso entro quattro mesi da tale data. Il ricorso si considera presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio "DIONE"

DIONE

Accettata in data 26.09.2024 la domanda di registrazione del marchio "DIONE" depositato il 10.04.2024 a Piacenza

Il marchio è utilizzato nel settore profumeria

Voucher 3I: Innovazione di start-up



L'agevolazione, disposta dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy attraverso la Legge sul Made in Italy, intende sostenere l'**innovazione di startup e microimprese** con la concessione di un incentivo per l'acquisto di servizi professionali, resi esclusivamente da avvocati e consulenti in proprietà industriale, per la brevettazione delle invenzioni industriali.

La misura ha una dotazione finanziaria di **9 milioni** di euro per il biennio 2023-2024.

Per maggiori informazioni:

Decreto 8 agosto 2024 Gazzetta Ufficiale n.207- Concessione, per l'anno 2024, della misura agevolativa del voucher 3I