

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio "Dottor Cucito"



Accettata in data 26.07.2019 la domanda di registrazione del marchio "Dottor Cucito" depositato il 08.01.2019 a Mantova

MARCHI ITALIANI: depositato il marchio "BASTARDO CAPITALISTA"



Il 19 LUGLIO 2019 lo studio Rossi & Martin ha depositato, presso l'UIBM, a GENOVA il marchio nazionale "BASTARDO CAPITALISTA"

Il marchio "BASTARDO CAPITALISTA " è utilizzato nella classe di prodotti 38, 41.

CR

PRIMA contro PRIMATO -Divisione di Opposizione del 09/07/2019

PRIMA

vs



Il marchio anteriore è il marchio denominativo "PRIMA", il marchio impugnato è il marchio figurativo "PRIMATO ROSSO" e le classi contestate sono la classe 29 *Frutta e verdura in scatola, incluse secche e cotte, in particolare pomodori e loro derivati, condimenti per insalata* e la classe 30 *Prodotti alimentari di origine vegetale per il consumo o la conservazione; coadiuvanti per alimenti.*

Ad avviso della Divisione di Opposizione non c'è rischio di confusione. Infatti per quanto riguarda il marchio impugnato, nonostante contenga la parola "prima", presenta elementi aggiuntivi ossia le lettere "to" che aggiunte alla parola "PRIMA" danno luogo alla parola "PRIMATO" che è un termine diverso rispetto a "PRIMA", in più c'è l'aggiunta del termine "rosso" e le foglie stilizzate che donano comunque una veste grafica seppur non particolarmente originale.

OPPOSIZIONE

N. B 2 560 871

Bolton Cile España, S.A., Calle Ombu, 3 – Torre Urbis, Planta 13, 28045, Madrid, Spagna (opponente), rappresentata da **Barzanò & Zanardo Milano S.p.A.**, Via Borgonuovo, 10, 20121, Milano, Italia (rappresentante professionale)

c
o n t r o

Ferrara Food S.p.A., Via Benedetto Croce 7, 47521, Cesena, Italia (richiedente), rappresentata da **Bugnion S.p.A.**, Via di Corticella 87, 40128, Bologna, Italia (rappresentante professionale).

Il 09/07/2019, la
Divisione d'Opposizione emana la seguente

DECISIONE:

1. L'opposizione n. B 2 560 871 è totalmente respinta.
2. L'opponente sopporta l'onere delle spese, fissate a 300 EUR.

MOTIVAZIONE:

L'opponente ha presentato opposizione contro una parte dei prodotti della domanda di marchio dell'Unione europea n. 13 966 965, vale a dire contro tutti i nelle classi 29 e 30, per il marchio figurativo. L'opposizione si basa sulla registrazione di marchio portoghese n. 260 224, sulla registrazione di marchio portoghese n. 259 384 e sulla registrazione di marchio spagnolo n. 2 578 815, tutte per il marchio denominativo "PRIMA". L'opponente ha invocato l'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), RMUE.

RISCHIO

DI CONFUSIONE – ARTICOLO 8, PARAGRAFO 1, LETTERA b), RMUE

Sussiste

un rischio di confusione se vi è il rischio che il pubblico possa ritenere che i prodotti o i servizi in questione, qualora rechino i marchi di cui trattasi, provengano dalla medesima impresa o, a seconda dei casi, da imprese economicamente collegate. La sussistenza di un rischio di confusione dipende dall'apprezzamento, nell'ambito di una valutazione globale, di diversi fattori che sono in rapporto di reciproca dipendenza. Tali fattori includono la somiglianza dei segni, la somiglianza dei prodotti e dei servizi, il carattere distintivo del marchio anteriore, gli elementi distintivi e dominanti dei segni in conflitto così come il pubblico di riferimento.

a) I prodotti

I prodotti sui quali si basa l'opposizione sono i seguenti:

Registrazione
di marchio portoghese n. 260 224

Classe 29: *Frutta e verdura in scatola, incluse secche e cotte, in particolare pomodori e loro derivati, condimenti per insalata.*

Registrazione
di marchio portoghese n.
259 384

Classe 30: *Prodotti alimentari di origine vegetale per il consumo o la conservazione; coadiuvanti per alimenti.*

Registrazione
di marchio spagnolo n. 2 578 815

Classe 29: *Tutti i tipi di cibo in scatola, carne, pesce, pollame e selvaggina. Estratti di carne, frutta verdure secche e*

cotte, gelatine e marmellate, uova, latte e latticini, oli e grassi commestibili, condimenti per insalata.

Classe 30: *Salse e condimenti, caffè, tè, cacao, zucchero, riso, tapioca, sago, succedanei del caffè, farine e preparati fatti di cereali, pane, biscotti, dolci, pasticceria e confetteria, gelati, miele, sciroppo di melassa, lievito, in polvere, sale, senape, pepe, aceto, ghiaccio.*

I
prodotticontestati sono i seguenti:

Classe 29: *Carne, pesce, pollame e selvaggina; estratti di carne; frutta e ortaggi conservati, congelati, essiccati e cotti; gelatine, marmellate, composte; uova, latte e prodotti derivati dal latte; olii e grassi commestibili; pasta di pomodoro, passata di pomodoro, conserve di pomodoro, concentrato di pomodoro, estratti di pomodoro, succo di pomodoro per la cucina.*

Classe 30: *Caffè, tè, cacao e succedanei del caffè; riso; tapioca e sago; farine e preparati fatti di cereali, pane, pasticceria e confetteria; gelati; zucchero, miele, sciroppo di melassa; lievito, polvere per fare lievitare; sale; senape; aceto, salse (condimenti); ghiaccio; salsa di pomodoro, salse a base di pomodoro, spaghetti in salsa di pomodoro in scatola.*

Alcuni dei prodotti contestati sono identici o simili ai prodotti e servizi sui quali si basa l'opposizione. Per motivi di economia procedurale, la Divisione d'Opposizione non procederà a una comparazione esaustiva dei prodotti e servizi sopra elencati. L'esame dell'opposizione verrà quindi effettuato come se tutti i prodotticontestati fossero identici a quelli dei marchi anteriori, il che è per l'opponente il modo migliore in cui l'opposizione possa essere esaminata.

**b) Pubblico
di riferimento – grado di attenzione**

Si ritiene che il consumatore medio dei prodotti o dei servizi in questione sia normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto. Occorre anche prendere in considerazione il fatto che il livello di attenzione del consumatore medio può variare in funzione del settore merceologico cui appartengono tali prodotti o servizi.

Nel presente caso, i prodottiche risultano essere, in ipotesi, identici sono diretti al grande pubblico. Si ritiene che il grado di attenzione

sia medio.

c) I segni

PRIMA

Marchi anteriori Marchio impugnato

Il territorio di riferimento è il Portogallo per quanto riguarda la registrazione di marchio portoghese n. 260 224 e la registrazione di marchio portoghese n. 259 384 e la Spagna per quanto riguarda la registrazione di marchio spagnolo n. 2 578 815.

La valutazione globale deve fondarsi, per quanto attiene alla somiglianza visuale, auditiva o concettuale dei marchi di cui trattasi, sull'impressione complessiva prodotta dai marchi, in considerazione, in particolare, degli elementi distintivi e dominanti dei marchi medesimi (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 23).

I marchi anteriori sono denominativi. Il termine "PRIMA" che li compone significa, tra le altre cose, cugina sia in portoghese che in spagnolo ma indica anche, in spagnolo, una persona incauta che si fa ingannare facilmente o una quantità di denaro che si offre a qualcuno a modo di ricompensa o ringraziamento. Nessuno dei significati che il termine "PRIMA" può assumere presenta tuttavia alcuna relazione con i prodotti nelle classi 29 e 30. Pertanto, i segni "PRIMA sono distintivi.

Per quanto riguarda il segno impugnato, esso è figurativo. È formato dalla dicitura "primato rosso" riprodotta in caratteri di colore rosso. Essi sono posti all'interno di un ovale di colore verde all'esterno del quale sono collocate rispettivamente una linea rossa che ne raddoppia una piccola parte sul lato destro e, sulla cima, la rappresentazione stilizzata di due foglie verdi.

Mentre gli elementi "primato" e "rosso" sono privi di significato sia in portoghese che in spagnolo, e sono pertanto distintivi, lo stesso non vale per quanto riguarda le foglie verdi stilizzate, che sono elementi che a seconda dei prodotti possono considerarsi non distintivi, come ad esempio in relazione a prodotti quali *frutta e ortaggi conservati, congelati, essiccati e cotti*, per i quali hanno natura descrittiva oppure deboli, in quanto suggeriscono un'idea di naturalità, o normalmente distintivi, per quei prodotti come il *ghiaccio* per i quali non è possibile sottintendere alcuna relazione semantica.

Con riferimento al segno contestato, l'ovale all'interno del quale sono posti

gli elementi verbali è meno distintivo trattandosi di un elemento di natura puramente decorativa.

Il segno contestato non presenta elementi che potrebbero essere considerati più dominanti (visivamente di maggiore impatto) rispetto ad altri.

Si deve poi tenere in conto che quando i segni sono costituiti tanto da elementi verbali quanto da elementi figurativi, in linea di principio, l'elemento denominativo del segno di solito ha un impatto più forte sul consumatore rispetto all'elemento figurativo. Ciò è dovuto al fatto che il pubblico non tende ad analizzare i segni e farà più facilmente riferimento ai segni in questione utilizzando i loro elementi verbali piuttosto che descrivendone gli elementi figurativi (14/07/2005, T-312/03, Selenium-Ace, EU:T:2005:289, § 37).

Visivamente, i

segni coincidono nelle lettere "PRIMA", che formano i marchi anteriori nella loro interezza e le prime cinque lettere del termine "primato" del marchio impugnato. Tuttavia, essi differiscono negli ulteriori elementi del marchio impugnato, ovvero le due ultime lettere "to" del termine "primato", il termine "rosso" e gli elementi figurativi, i quali hanno il valore distintivo esplicitato poc'anzi.

Alla luce di quanto sopra, i segni sono ritenuti essere visivamente simili in media misura.

Sotto il profilo fonetico, la

pronuncia dei segni coincide nel suono delle lettere "PRIMA", presenti in modo identico in entrambi i segni. La pronuncia differisce nel suono delle ultime due lettere "to" del termine "primato" e delle lettere che formano la parola "rosso" del marchio contestato, che non hanno controparti nel segno anteriore.

Pertanto, i segni sono foneticamente simili in media misura.

Sotto il profilo concettuale, si fa riferimento alle precedenti affermazioni riguardanti il contenuto semantico trasmesso dai marchi. Siccome i segni saranno associati a un significato diverso, i segni non sono concettualmente simili.

Dato che i segni sono stati rilevati essere simili in almeno un aspetto del confronto, l'esame del rischio di confusione procederà.

**d) Carattere
distintivo del marchio anteriore**

Il carattere distintivo del marchio anteriore è uno dei fattori di cui si deve tenere conto nella valutazione globale del rischio di confusione.

L'opponente non ha affermato in modo esplicito che i marchi anteriori sono particolarmente distintivi in virtù del loro uso intensivo o della loro notorietà.

Di conseguenza, la valutazione del carattere distintivo del marchio anteriore si baserà sul suo carattere distintivo *intrinseco*. Nel caso presente, i marchi anteriori risultano, nel loro complesso, privi di qualsiasi significato per il pubblico del territorio di riferimento in relazione ai prodotti in questione. Pertanto, il carattere distintivo dei marchi anteriori deve essere considerato normale.

**e) Valutazione globale, altri argomenti e
conclusione**

In via preliminare, la Divisione d'Opposizione reputa opportuno rammentare che sussiste un rischio di confusione (compreso un rischio di associazione) quando il pubblico può essere indotto a ritenere che i prodotti o servizi in questione, nell'ipotesi che rechino i marchi considerati, provengano dalla medesima impresa o, a seconda dei casi, da imprese tra loro economicamente collegate. È sufficiente che una parte significativa del pubblico di riferimento che utilizza i prodotti o servizi in questione provi confusione in merito alla provenienza dei prodotti o servizi; non occorre pertanto accertare che tutti i consumatori effettivi o potenziali dei prodotti o servizi considerati potrebbero provare confusione.

La Corte ha affermato che il rischio di confusione deve essere valutato globalmente, tenendo conto di tutti i fattori rilevanti per le circostanze del caso in specie; tale valutazione dipende da numerosi fattori e, in particolare, dal grado di riconoscibilità del marchio sul mercato, dall'associazione che il pubblico può fare tra i due marchi e dal grado di somiglianza tra i segni e i prodotti o servizi (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 22).

I prodotti nelle classi 29 e 30 sono stati considerati essere, in ipotesi, identici. Essi sono diretti al grande pubblico. Si

ritiene
che il grado di attenzione sia medio. I marchi anteriori godono di un
carattere
distintivo normale per le ragioni viste nella sezione d) della presente
decisione.

Per quanto riguarda i
segni, essi sono stati riscontrati essere simili soltanto in media misura sia
visivamente che foneticamente mentre non sono concettualmente simili.

I marchi anteriori sono
formati da un solo termine di cinque lettere, ovvero "PRIMA". Per quanto
invece
riguarda il marchio impugnato, se è vero che pure contiene le lettera
"prima",
esso presenta elementi aggiuntivi, e in particolare due lettere che danno
luogo
ad un termine diverso, ovvero "primato", un termine aggiuntivo normalmente
distintivo,
ossia "rosso" e una veste grafica, per quanto quest'ultima non
particolarmente
originale e composta da un elemento figurativo, e cioè le foglie stilizzate,
che per taluni prodotti presenta carattere non distintivo.

Gli elementi aggiuntivi e
differenti dei marchi sono chiaramente percettibili. La Divisione
d'Opposizione
ritiene che la coincidenza in alcune lettere, anche alla luce del fatto che i
segni non sono concettualmente simili, non sia sufficiente per concludere che
sussista un rischio di confusione.

Considerato quanto precede,
anche qualora i prodotti fossero identici, non sussisterebbe alcun rischio di
confusione da parte
del pubblico. Pertanto, l'opposizione deve essere respinta.

SPESE

Ai sensi
dell'articolo 109, paragrafo 1, RMUE, la parte soccombente in un procedimento
d'opposizione deve sopportare l'onere delle tasse e delle spese sostenute
dall'altra parte.

Poiché
l'opponente è la parte soccombente, deve farsi carico delle spese sostenute
dal
richiedente nel corso del
procedimento.

Conformemente
all'articolo 109, paragrafo 7, RMUE, e all'articolo 18,
paragrafo 1, lettera c), punto i) REMUE (in precedenza

regola 94, paragrafo 3, e regola 94, paragrafo 7, lettera d), punto ii), REMUE, in vigore prima del 01/10/2017), le spese da rimborsare al richiedente sono le spese di rappresentanza, fissate sulla base dell'importo massimo ivi stabilito.



Divisione d'Opposizione

Valeria Andrea Edith Elisabeth VAN DEN EEDE
ANCHINI VALISA

Ai sensi

dell'articolo 67, RMUE, ognuna delle parti di un procedimento conclusosi con una decisione può ricorrere contro questa decisione a condizione che quest'ultima non abbia accolto le sue richieste. 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. È

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: depositato il marchio "ECO LINE"



Il 3 LUGLIO 2019 lo studio Rossi & Martin ha depositato, presso l'UIBM, a BERGAMO il marchio nazionale "ECO LINE"

Il marchio "ECO LINE " è utilizzato nella classe di prodotti 19, 20.

CR

INNOVATION MANAGER ESCLUSIVI – Italia

Oggi del 08-07-2019



Con il Decreto del 7 maggio 2019 del MISE sono state adottate le disposizioni attuative dell'intervento diretto ad agevolare l'acquisizione di consulenze manageriali. Le imprese possono stipulare con il manager individuato un solo contratto per anno solare e tra i parametri della consulenza si annoverano la capacità di indirizzare e supportare i processi di innovazioni, la trasformazione digitale e l'innovazione di tutti i processi relativi alla valorizzazione di marchi e segni distintivi

Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

DONNA INES vs DONNA INES – Divisione di Opposizione 16-05-2019

DONNA INES

vs



Il marchio anteriore è il marchio denominativo "DONNA INES". Il marchio impugnato è il marchio figurativo "DONNA INES 1932 – Tenute Bianco di Castel Rovere" .

I prodotti e servizi contestati sono i seguenti:

Classe 29: *Pomodori pelati; olio extra vergine d'oliva.*

Classe 30: *Caffè, tè e cacao e loro succedanei; pasta*

secca.

Classe 43: *Servizi di ristorazione.*

La Divisione di Opposizione ha deciso che esiste un rischio di confusione tra i due marchi per la parte "DONNA INES", "1932" e Tenuta Bianco di Castel Rovere" sono marginali e privi di carattere distintivo. Ne discende che il marchio impugnato debba essere respinto per i prodotti e servizi considerati identici o simili in basso grado a quelli del marchio anteriore.

Donna Ines S.r.l., Corso Vittorio Emanuele n. 253, 83100 Avellino, Italia, e **Ines Fruncillo**, Piazzale Amedeo Guarino n.72, 83100 Avellino, Italia (opponente), rappresentati da **Luigi Martin**, Borgo Ronchini, 3, 43121 Parma, Italia (rappresentante professionale)

c
o n t r o

Biancaffé S.r.l., Via Santa Maria a Vico, 33, 84095 Giffoni Valle Piana (SA), Italia (richiedente), rappresentata da **Studio Legale Militerni & Associati**, via Giosuè Carducci n. 42, 80121 Napoli, Italia (rappresentante professionale).

Il 16/05/2019, la
Divisione d'Opposizione emana la seguente

DECISIONE:

1. L'opposizione n. B 2 811 597 è accolta per tutti i prodotti e servizi contestati.
2. La domanda di marchio dell'Unione europea n. 15 779 473 è totalmente respinta.
3. Il richiedente sopporta l'onere delle spese, fissate in 620 EUR.

MOTIVAZIONE:

L'opponente ha presentato opposizione contro tutti i prodotti e servizi della domanda di marchio dell'Unione europea n. 15 779 473 per il marchio figurativo . L'opposizione si basasulla registrazione di marchio dell'Unione europea n. 15 745 541 per il marchio denominativo "DONNA INES". L'opponente ha invocato l'articolo 8, paragrafo 1, lettere a) e b), RMUE.

**RISCHIO
DI CONFUSIONE – ARTICOLO 8, PARAGRAFO 1, LETTERA b), RMUE**

Sussiste un rischio di confusione se vi è il rischio che il pubblico possa ritenere che i prodotti o i servizi in questione, qualora rechino i marchi di cui

trattasi,
provengano dalla medesima impresa o, a seconda dei casi, da imprese economicamente collegate. La sussistenza di un rischio di confusione dipende dall'apprezzamento, nell'ambito di una valutazione globale, di diversi fattori che sono in rapporto di reciproca dipendenza. Tali fattori includono la somiglianza dei segni, la somiglianza dei prodotti e dei servizi, il carattere distintivo del marchio anteriore, gli elementi distintivi e dominanti dei segni in conflitto così come il pubblico di riferimento.

a) I prodotti e servizi

I prodotti sui quali si basa l'opposizione sono, *inter alia*, i seguenti:

Classe 29: Alimenti

salati [cibi conservati sotto sale]; alimenti da sgranocchiare a base di frutta a guscio; assortimenti di stuzzichini composti di frutta disidratata e frutta secca trattata; burro; capocollo; carne di maiale conservata; ciliegie trattate; cipolle lavorate; cipolle [ortaggi] conservate; cipolle sottaceto; concentrato di pomodori [purea]; concentrato di pomodoro; condensato di pomodori; confetture; conserve di frutta; conserve di legumi; conserve di pomodoro; conserve, sottaceti; crema di burro; crema di formaggio fresco; creme da spalmare a base di nocciole; creme da spalmare a base di formaggio; creme da spalmare a base di latticini; estratti di pomodoro; fagioli; fagioli secchi; fichi secchi; formaggi; frutta, funghi ed ortaggi lavorati (inclusi frutta a guscio e legumi); gelatine, marmellate, composte, frutta e verdura spalmabili; gnocchi a base di patate; gnocchi di patate; latticini; legumi conservati; legumi cotti; legumi in scatola; legumi secchi; legumi trattati; lenticchie; lenticchie [legumi] conservate; lenticchie secche; marmellate; marmellate di agrumi; marmellate di frutta; mele cotogne trattate; mele lavorate; mirtilli rossi essiccati; mirtilli trattati; miscele di burro; miscele di formaggi; miscele di frutta e noci; miscele di frutta secca; nocciole, preparate; noccioline in scatola; noci aromatizzate; noci candite; noci commestibili; noci preparate; noci salate; noci sgusciate; noci speziate; noci tostate; olii e grassi alimentari; olio extra vergine d'oliva; pancetta a pezzetti; passato di pomodoro; patate dolci; patate trattate; peperoncino rosso in conserva; pesche lavorate; piselli conservati; pinoli trattati; pistacchi preparati; polpa di frutta; pomodori (conservati); pomodori in scatola; pomodori pelati; pomodori trattati; prodotti a base di frutta secca; prodotti caseari e loro succedanei;

prodotti lattieri; prosciutti; prosciutto; prosciutto crudo; prugne; prugne conservate; purea di frutta; purè di funghi; purè di mele; purè di verdure; ragù; salame; salame piccante; salse; salse al formaggio; salse [sottaceti]; salsicce affumicate; salsicce conservate; salumi; semi commestibili; semi

[trattati]

; semi, preparati; snack a base di frutta; snack a base di frutta candita; snack a base di frutta secca; snack a base di verdure; snack alla frutta; soppressata; sottaceti; spuntini a base di frutta secca; spuntini a base di verdure; spuntini in barrette a base di noci e semi organici; succedanei del formaggio; succhi di frutta per cucinare; succhi di verdura concentrati per uso alimentare; succo di pomodoro per la cucina; succo di tartufo; tartufi conservati; tartufi secchi; uva passa; uva sultanina; verdura essiccata; verdura spalmabile; verdure affettate in scatola; verdure sottaceto; verdure trattate; zucche [piante, conservate].

Classe 30: *Aceti;*

aceto; aceto di vino; aceto aromatizzato; aglio trattato da utilizzare come condimento; alimenti a base di cereali; alimenti a base di farina; alimenti a base di impasti; alimenti da colazione a base di cereali; alimenti (farinacei); alimenti pronti sotto forma di salse; aromi a base di frutta; aromi alla frutta, escluse essenze; aromi alle erbe per la produzione di bevande; aromi di limoni per alimenti o bevande; aromi di limone; aromi e condimenti; aromi (eccetto oli essenziali); aromi per alimenti; aromi sotto forma di salse disidratate; aromi sotto forma di salse concentrate; basi per la preparazione di frullati [aromi]; bevande a base di caffè; bevande preparate al caffè; biscotteria; biscotti; brioches; budini; bustine di caffè; caffè; caffè, tè e cacao e loro succedanei; capsule per caffè; caramelle; cereali; cereali lavorati; cereali lavorati, amidi e prodotti da essi derivati, preparati da forno e lieviti; cereali lavorati per l'alimentazione umana; cereali per l'alimentazione umana; cereali per la produzione della pasta; cereali preparati per il consumo umano; chicchi di caffè; chicchi di caffè in confetti; chicchi di caffè macinati; chicchi di caffè tostati; cialde; cibi estrusi a base di grano; cibi estrusi a base di mais; cioccolatini; cioccolato; composte di frutta; composti aromatici per uso alimentare; concentrati a base di ortaggi per condimenti; concentrati al caffè; concentrati di farina per uso alimentare; concentrati per pane; condimenti; condimenti a base vegetale per pasta; condimenti alimentari; condimenti secchi; confetteria; confetteria con ripieno al vino; confetteria con ripieni liquidi di superalcolici; confetteria con ripieni liquidi di frutta; confetteria contenente marmellate; confetteria e caramelle non medicinali; confetteria non medicinale; confetti; conserve di pasta; crackers; creme al cioccolato; creme a base di cacao sotto forma di creme da

spalmare; creme da spalmare a base di cioccolato; creme da spalmare a base di cioccolato e noci; creme di zucchero invertito [miele artificiale]; creme

[dessert cotti al forno]

; creme dolci da spalmare [miele]; croccante di
arachidi; croccanti [pasticceria]; croissant; crostate di mele; crostini;
derivati dell'amido per l'alimentazione umana; derivati di amido di mais in
polvere per la preparazione di bevande; distillati affumicanti a base di
legno
per aromatizzare alimenti; dolci; dolci [caramelle] contenenti frutta; dolci
di
cereali per l'alimentazione umana; dolci di pane; dolci per la prima
colazione;
dolci pronti [pasticceria]; dolciumi; espresso; essenza di caffè; essenze al
caffè da utilizzarsi come succedanei del caffè; essenze alimentari [eccetto
le
essenze eteriche e gli oli essenziali]; essenze commestibili per alimenti

[eccetto le essenze eteriche e gli oli essenziali]

; essenze da cucina; essenze
di caffè; essenze per alimenti [esclusi gli oli essenziali]; essenze per la
cucina [esclusi gli oli essenziali]; essenze per la preparazione di alimenti

[esclusi gli oli essenziali]

; estratti di caffè; estratti di cioccolato; estratti
di lievito; estratti di lievito per l'alimentazione umana; estratti di
lievito
per uso alimentare; estratti utilizzati come aromi [non oli essenziali];
farina
commestibile; farina di amido di grano; farina di amido di mais; farina di
cereali; farina di cereali tostati; farina di frumento; farina di grano;
farina
di grano non selezionata; farina di grano [per uso alimentare]; farina di
grano
saraceno per alimenti; farina di granoturco; farina di mais; farina di
nocciole; farina per dolci; farina per paste alimentari; farina per pizza;
farina pronta per la panificazione; farine alimentari; farine vegetali; fette
biscottate, biscotti; fiocchi di cereali essiccati; fiocchi di grano; fiocchi
di granturco; fiocchi di frumento; fiocchi di mais; fior di farina per
l'alimentazione; focacce; focaccine; focaccine alla frutta; frollini;
frumento
maltato; frumento tritato; germe di grano; germi di grano per l'alimentazione
umana; gnocchi; gnocchi a base di farina; grano lavorato; grano macinato;
granturco tostato; granturco macinato; grissini; grissini spessi; impasti,
pastelle e loro miscele; insaporitori per alimenti [non oli essenziali];
involucri di pasta; involucri di pane ripieni di frutta; ketchup [salsa];

maccheroni; maccheroni non cotti; mais lavorato; mandorle allo zucchero; mandorle ricoperte di cioccolato; mentine; miele; miele a base di erbe; miele biologico per l'alimentazione umana; miele naturale; miele naturale stagionato; miscele di caffè; miscele di condimenti; miscele di condimenti per stufati; miscele di condimenti secchi per stufati; miscele di essenze di caffè e estratti di caffè; miscele di farina; miscele di farina per la cottura al forno; miscele di farina per uso alimentare; miscele per pane; miscele integrali per pane; miscele per paste; miscele per pizza; miscele per pasticceria; miscele per preparare salse; miscele per ripieni [alimenti]; miscele per ripieni contenenti pane; miscele per salse; miscele per sughi in forma granulare; nocciole rivestite di cioccolato; noci ricoperte [confetteria]; noci ricoperte di cioccolato; olio al peperoncino per condimenti; orzo frantumato; orzo macinato; orzo maltato per l'alimentazione umana; pane; panettone; panini; panini croccanti; panini imbottiti; panini morbidi; pasta alimentare; pasta alimentare

[pasta per dolci]

; pasta all'uovo; pasta con farciture; pasta confezionata e fresca, tagliatelle e gnocchi; pasta fresca; pasta in fogli; pasta integrale; pasta lievitata con ripieni alle verdure; pasta lievitata con ripieni di carne; pasta lievitata con ripieni di frutta; pasta madre; pasta per biscotti; pasta per dolci; pasta per pane; pasta per pizza; pasta per torte; pasta ripiena; pasta secca; pasta sfoglia contenente prosciutto; pasta sfoglia; pasta surgelata; pastafrolla; paste alimentari preparate; paste alimentari ripiene; pasti preparati a base di pasta; pasticceria; pasticceria fresca; pasticceria salata; pasticceria surgelata; pasticceria secca; pasticcini, torte, crostate e biscotti; farina di patate per uso alimentare; peperoncino in polvere; peperoncino in polvere [spezia]; piatti a base di pasta; piatti di pasta pronti; piatti essenzialmente a base di pasta; piatti pronti a base di pizza; piatti pronti asciutti o liquidi costituiti principalmente da paste alimentari; piatti pronti contenenti pasta; piatti pronti in forma di pizza; piatti pronti principalmente a base di pasta; piatto a base di granturco cotto e macinato (hominy); pizza; polpe di verdure [salse - alimenti]; polveri di cereali; polveri lievitanti; praline; preparati a base di cereali; preparati a base di erbe per fare bevande; preparati alimentari a base di farina; preparati da utilizzare come agenti lievitanti per alimenti; preparati di cereali rivestiti con zucchero e miele; preparati per bevande [a base di caffè]; preparati per salse; preparati per dolci; preparati per sughi; preparati vegetali succedanei del caffè;

prodotti a base di cacao; prodotti a base di carboidrati per uso alimentare; prodotti a base di cereali in barrette; prodotti a base di cereali per l'alimentazione umana; prodotti a base di cioccolato; prodotti alimentari per spuntini a base di farina di mais; prodotti alimentari per spuntini a base di amidi di cereali; prodotti alimentari per snack a base di farina di pane biscottato; prodotti amidacei per uso alimentare; prodotti da forno; prodotti da forno, pasticceria, cioccolato e dolci; prodotti di biscotteria; prodotti di panetteria pronti da infornare; prodotti di pasticceria ripieni di frutta; prodotti dolciari in barrette; prodotti essiccati a base di pasta; prodotti in scatola a base di pasta; propoli; propoli per l'alimentazione umana [prodotto di apicoltura]; propoli per uso alimentare; ravioli; ravioli a base di farina; ravioli [pronti]; riccioli di mais; riccoli al formaggio [snack]; ripieni a base di caffè; ripieni a base di cioccolato; ripieni di cioccolato per prodotti da forno; riso; sale, spezie, aromi e condimenti; salsa concentrata; salsa di pomodoro; salsa per pizza; salsa piccante; salse; salse a base di pomodoro; salse aromatiche, chutney (salsa indiana); salse condimentate; salse da cucina; salse in scatola; salse per alimenti; salse per pasta; salse pronte; salse salate; salse salate usate come condimento; sapori [condimenti]; scaglie di cioccolato contenenti chicchi di caffè; semolino; sfogliatine a base di cereali; sfogliatine di mais; snack a base di cereali; snack a base di cereali aromatizzati al formaggio; snack a base di farina di cereali; snack a base di frumento; snack a base di frumento integrale; snack a base di mais; snack ai cereali; snack a base di pane croccante; snack dolci alla frutta; snack estrusi contenenti mais; snack in barrette contenenti miscele di cereali, noci e frutta secca [confetteria]; snack principalmente a base di pasta; snack principalmente a base di cereali estrusi; snack principalmente a base di cereali; snack pronti a base di cereali; snack salati a base di farina; snack salati pronti a base di farina di mais e formati tramite estrusione; sostanze che impartiscono profumo da aggiungere agli alimenti [non oli essenziali]; sostanze che impartiscono gusto da aggiungere agli alimenti [tranne gli oli essenziali]; sostanze che impartiscono sapore da aggiungere ad alimenti [tranne gli oli essenziali]; spaghetti; spaghetti non cotti; spezie; spezie commestibili; spezie miste; spuntini a base di cereali; spuntini a base di mais; spuntini di frumento estruso; succedanei del caffè e del tè; succedanei del miele; sughi di carne; sughi per pasta; sughi per riso; sugo per pollo; sugo per spaghetti; tagliatelle; tagliatelle all'uovo; tagliatelle di grano saraceno; tagliatelle di farina integrale; tagliolini secchi; tartine; tè istantaneo; tè; tè in bustine (non medicinale); tisane (infusi); toast; torrone; torta di pasta frolla; torte;

torte alla frutta; torte all'uovo; torte dolci o salate; torte fresche; torte salate; torte speciali; tortelli; tortellini; tortellini secchi; tortini; uova di cioccolato; uova di pasqua; vermicelli; wafer; ziti; zucchero; zucchero, dolcificanti naturali, glasse e ripieni dolci, prodotti delle api.

I prodotti e servizi contestati sono i seguenti:

Classe 29: *Pomodori pelati; olio extra vergine d'oliva.*

Classe 30: *Caffè, tè e cacao e loro succedanei; pasta secca.*

Classe 43: *Servizi di ristorazione.*

In via preliminare, occorre osservare che, secondo l'articolo 33, paragrafo 7, RMUE, i prodotti e i servizi non sono considerati simili o diversi tra loro per il fatto che figurano nella stessa classe o in classi distinte della classificazione di Nizza.

I fattori pertinenti per la comparazione dei prodotti o dei servizi includono, *inter alia*, la natura e la destinazione dei prodotti o dei servizi, i loro canali di distribuzione e punti vendita, i produttori, il metodo d'uso nonché la loro concorrenzialità o complementarità.

Prodotti contestati in classe 29

I *pomodori pelati; olio extra vergine d'oliva* sono identicamente contenuti in entrambe le liste di prodotti.

Prodotti contestati in classe 30

Caffè, tè e cacao e loro succedanei; pasta secca sono identicamente contenuti in entrambe le liste di prodotti.

Servizi contestati in classe 43

I *servizi di ristorazione* sono simili in basso grado al *caffè* dell'opponente in classe 30, dal momento che hanno in comune i fornitori/produttori e i canali di distribuzione. Inoltre, sono complementari, in quanto i prodotti dell'opponente sono necessari per la fornitura dei servizi contestati.

b) Pubblico di riferimento –grado di attenzione

Si ritiene che il consumatore medio dei prodotti o dei servizi in questione sia normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto. Occorre anche prendere in considerazione il fatto che il livello di attenzione del consumatore medio può variare in funzione del settore merceologico cui appartengono tali prodotti o servizi.

Nel presente caso, i prodotti e servizi che risultano essere identici o simili in basso grado sono diretti al grande pubblico e si ritiene che il grado di attenzione sia medio.

c) I segni



MARCHIO IMPUGNATO
DONNA INES – MARCHIO ANTERIORE

Il territorio di riferimento è l'Unione europea.

La valutazione globale deve fondarsi, per quanto attiene alla somiglianza visuale, auditiva o concettuale dei marchi di cui trattasi, sull'impressione complessiva prodotta dai marchi, in considerazione, in particolare, degli elementi distintivi e dominanti dei marchi medesimi (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 23).

Il carattere unitario del marchio dell'Unione europea comporta che un marchio dell'Unione europea anteriore possa essere fatto valere in un procedimento di opposizione contro qualsiasi domanda di registrazione di marchio dell'Unione europea che comprometta la protezione del primo marchio, anche se solo in relazione alla percezione dei consumatori in una parte dell'Unione europea (18/09/2008, C-514/06 P, Armafoam, EU:C:2008:511, § 57). Pertanto, un rischio di confusione solo per una parte del pubblico di riferimento dell'Unione europea è sufficiente per respingere la domanda contestata.

Gli elementi comuni "DONNA INES" saranno associati con un nome proprio preceduto da un titolo di riguardo in taluni territori (informazione estratta da Garzanti Linguistica in data 06/05/2019 all'indirizzo

<http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=donna>), per esempio nei paesi in cui l'italiano viene capito. Di conseguenza, la Divisione d'Opposizione reputa opportuno incentrare la comparazione dei segni sulla parte del pubblico che parla italiano. Non essendo descrittivi, allusivi o altrimenti deboli per i prodotti e servizi di riferimento, questi elementi presentano carattere distintivo.

Tali elementi sono gli unici che compongono il marchio anteriore, che, essendo un marchio denominativo, è protetto in quanto tale, a prescindere dal fatto che sia riprodotto in stampatello maiuscolo.

Il segno impugnato è un segno figurativo formato dai termini comuni "Donna Ines" riprodotti in caratteri ordinari di colore bianco, essendo i primi caratteri di ciascuna parola maiuscoli e i restanti minuscoli, posizionati su di un elemento stilizzato simile ad una sorta di etichetta dai contorni bianchi su uno sfondo nero. Tale elemento figurativo ha una natura puramente decorativa. Ad ogni modo, quando i segni sono costituiti tanto da elementi verbali quanto da elementi figurativi, in linea di principio, l'elemento denominativo del segno di solito ha un impatto più forte sul consumatore rispetto all'elemento figurativo. Ciò è dovuto al fatto che il pubblico non tende ad analizzare i segni e farà più facilmente riferimento ai segni in questione utilizzando i loro elementi verbali piuttosto che descrivendone gli elementi figurativi (14/07/2005, T 312/03, Selenium-Ace, EU:T:2005:289, § 37).

Il segno impugnato contiene altresì nella parte superiore il numero "1932" e nella parte inferiore l'espressione "Tenuta Bianco di Castel Rovere". Entrambi questi elementi sono riprodotti in caratteri di dimensioni significativamente inferiori e conseguentemente hanno un ruolo secondario. Specialmente l'espressione verbale si legge con difficoltà a causa della sua dimensione. In particolare, il numero "1932", che può tra le altre cose indicare un anno del Ventesimo secolo, è da considerarsi come un elemento non distintivo, dal momento che potrebbe essere semplicemente inteso come un riferimento, ad esempio, dell'anno di inizio dell'attività di un qualsivoglia operatore economico. L'espressione "Tenuta Bianco di Castel Rovere" sarà percepita come il nome della proprietà fondiaria o comunque come il nome del proprietario della tenuta in cui i prodotti in questione sono coltivati o lavorati e i servizi sono forniti, in quanto "Tenuta" si riferisce a un "vasto possedimento fondiario, specialmente se coltivato" (informazione ottenuta da Garzanti Linguistica in data 06/05/2019 all'indirizzo <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=tenuta>) – pertanto normalmente distintiva. Ad ogni modo, gli elementi verbali comuni, "Donna Ines", sono gli elementi dominanti del segno in quanto dotati di maggiore

impatto visivo.

Visivamente, i segni

coincidono in termini di “Donna

Ines”, che sono gli elementi distintivi e chiaramente dominanti del segno impugnato. Tuttavia, i segni differiscono in termini di “1932”,

non distintivo, e “Tenuta

Bianco di Castel Rovere”, normalmente distintivo – elementi inclusi solamente nel segno impugnato, ma secondari. I segni differiscono anche nella rappresentazione grafica del segno impugnato che però ha funzione meramente decorativa, come spiegato sopra.

Pertanto, i segni sono visivamente simili in media misura.

Sotto il profilo fonetico, la pronuncia dei segni coincide nel suono delle lettere

“Donna Ines”, presenti in modo identico in entrambi i segni e che costituiscono gli elementi dominanti e distintivi del segno impugnato. La pronuncia differisce nel suono del numero “1932”, il quale è però un elemento non distintivo oltre che secondario, e nel suono delle lettere dell’espressione

“Tenuta Bianco di Castel

Rovere”, la quale ha un grado di distintività normale ma che è un elemento secondario nell’insieme del segno impugnato per le ragioni viste poc’anzi e che

in alcuni casi non verrà probabilmente pronunciato.

Pertanto, i segni sono foneticamente molto simili.

Sotto il profilo concettuale, si fa riferimento alle precedenti affermazioni riguardanti il contenuto semantico trasmesso dai marchi, per il pubblico nel territorio di riferimento. Tale contenuto appare fortemente caratterizzato dai

termini comuni “Donna Ines”. Gli elementi aggiuntivi del segno impugnato – “1932”,

che non svolge alcun ruolo dal punto di vista concettuale a causa del proprio significato ma anche per il suo ruolo secondario nell’insieme grafico del segno, e “Tenuta Bianco di Castel Rovere”, che svolge anch’esso un ruolo secondario – non sono in grado di distanziare sensibilmente i segni sotto il profilo concettuale.

Pertanto, i segni sono concettualmente molto simili.

Dato che i segni sono stati

rilevati essere simili in almeno un aspetto del confronto, l’esame del rischio

di confusione procederà.

d) Carattere distintivo del marchio anteriore

Il carattere distintivo del marchio anteriore è uno dei fattori di cui si deve tenere conto nella valutazione globale del rischio di confusione.

L'opponente non ha affermato in modo esplicito che il marchio è particolarmente distintivo in virtù del suo uso intensivo o della sua notorietà.

Di conseguenza, la valutazione del carattere distintivo del marchio anteriore si baserà sul suo carattere distintivo *intrinseco*. Nel caso presente, il marchio anteriore risulta, nel suo complesso, privo di qualsiasi significato per il pubblico del territorio di riferimento in relazione ai prodotti e servizi in questione. Pertanto, il carattere distintivo del marchio anteriore deve essere considerato normale.

e) Valutazione globale, altri argomenti e conclusione

Il rischio di confusione riguarda situazioni nelle quali il consumatore confonde direttamente i marchi tra di loro oppure nelle quali il consumatore effettua un collegamento tra i segni in conflitto e presuppone che i prodotti/servizi designati appartengano alla stessa impresa o a imprese economicamente collegate. È sufficiente che una parte significativa del pubblico di riferimento che utilizza i prodotti o servizi in questione provi confusione in merito alla provenienza dei prodotti o servizi; non occorre pertanto accertare che tutti i consumatori effettivi o potenziali dei prodotti o servizi considerati potrebbero provare confusione.

La Corte ha affermato che il rischio di confusione deve essere valutato globalmente, tenendo conto di tutti i fattori rilevanti per le circostanze del caso in specie; tale valutazione dipende da numerosi fattori e, in particolare, dal grado di riconoscibilità del marchio sul mercato, dall'associazione che il pubblico può fare tra i due marchi e dal grado di somiglianza tra i segni e i prodotti o servizi (sentenza dell'11/11/1997, C-

251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 22).

I prodotti e servizi nelle classi 29, 30 e 43 sono stati riscontrati essere in parte identici e in parte simili in basso grado. Essi sono diretti al grande pubblico il quale nel presente caso presterà un grado di attenzione medio. I segni sono simili in

media misura da un punto di vista visivo e molto simili da un punto di vista fonetico e concettuale, a causa della coincidenza negli elementi verbali dominanti e distintivi "Donna Ines". Questi elementi svolgono nel segno impugnato un ruolo preponderante. Di fatto, gli elementi aggiuntivi di quest'ultimo svolgono un ruolo secondario per le ragioni dettagliatamente esplicitate nella sezione c) della presente decisione.

Nel caso di specie è altamente possibile che il pubblico di riferimento percepisca il marchio impugnato come un sottomarchio, ossia una variante del marchio anteriore, configurato in modo diverso a seconda del tipo di prodotti o servizi che designa (23/10/2002, T-104/01, Fifties, EU:T:2002:262, § 49). Si deve tenere conto del fatto che il consumatore medio raramente ha la possibilità di fare un confronto diretto tra diversi marchi, ma deve fidarsi del ricordo imperfetto che ha degli stessi (22/06/1999, C 342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 26).

Inoltre, come già ribadito, i prodotti in esame sono identici. Detta circostanza gioca un ruolo cruciale in considerazione del fatto che valutare il rischio di confusione implica una certa interdipendenza tra i fattori di riferimento che entrano in considerazione e, in particolare, una somiglianza dei marchi e tra i prodotti o servizi. Pertanto, un minor grado di somiglianza tra i prodotti e i servizi può essere compensato da un maggiore grado di somiglianza tra i marchi e viceversa (29/09/1998, C 39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 17).

Per quanto riguarda i servizi in esame, che sono stati considerati simili in basso grado, il suddetto principio d'interdipendenza pure svolge un ruolo alla luce della somiglianza visiva tra i marchi e della forte somiglianza fonetica e concettuale degli elementi dominanti dei segni.

Le differenze tra i segni, limitate all'espressione distintiva ma secondaria "Tenuta Bianco di Castel Rovere" e all'elemento non distintivo "1932" e anch'esso secondario del segno impugnato, assumono un ruolo necessariamente assai marginale.

Considerato quanto sopra, sussiste un rischio di confusione per la parte del pubblico di riferimento di lingua italiana. Come precedentemente precisato nella sezione c) della presente decisione, un rischio di confusione solo per una parte del pubblico di riferimento dell'Unione europea è sufficiente per respingere la domanda contestata.

Ne discende che il marchio impugnato deve essere respinto per i prodotti e servizi considerati identici o simili in basso grado a quelli del marchio anteriore.

Il richiedente rivendica nelle sue osservazioni in risposta del 21/07/2017 i seguenti punti: l'anteriorità del proprio marchio di fatto ex articolo 8(4) RMUE, a sostegno della quale richiama precedenti sentenze nazionali, e la malafede dell'opponente, nell'affrettarsi a depositare una domanda di marchio europeo omettendo la parte figurativa e per una molteplicità di classi estranee alla sua attività, il tutto nonostante la coesistenza pacifica "da sempre" delle due aziende. Per quanto riguarda il primo punto, il diritto connesso a un marchio dell'Unione europea sorge a partire dal deposito della domanda, non prima. Per quanto riguarda il procedimento di opposizione è quindi necessario prendere in esame il marchio dell'Unione europea a partire da tale data. Pertanto, nel valutare se un marchio dell'Unione europea ricade nell'ambito di applicazione di uno degli impedimenti relativi alla registrazione, gli eventi o i fatti verificatisi prima della data di deposito del marchio dell'Unione europea sono privi di rilievo, in quanto i diritti dell'opponente, nella misura in cui precedono il marchio dell'Unione europea, debbono considerarsi anteriori rispetto al marchio dell'Unione europea del richiedente. In merito al secondo punto, la Divisione d'Opposizione osserva che la malafede non costituisce una difesa per il richiedente prevista nel procedimento di opposizione. Infatti, il fatto che l'opponente non utilizzi il marchio "DONNA INES" in relazione a tutti i prodotti delle classi registrate è di fatto irrilevante, in quanto il marchio anteriore si trova ancora nel "periodo di tolleranza (grace period)" di cinque anni durante i quali non è necessario dimostrare l'uso del marchio per poterlo invocare. Inoltre, la Divisione d'Opposizione osserva che il sistema RMUE non richiede l'intenzione di utilizzare il marchio UE al momento del deposito. Gli argomenti del richiedente esulano pertanto dall'ambito del presente procedimento e devono essere respinti.

Poiché l'opposizione è stata pienamente accolta in base al motivo di cui all'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), RMUE, non è necessario procedere all'esame dei rimanenti motivi invocati, ovvero quelli di cui all'articolo 8, paragrafo 1, lettera a), RMUE.

SPESE

Ai sensi dell'articolo 109, paragrafo 1, RMUE, la parte soccombente in un procedimento di opposizione deve sopportare l'onere delle tasse e delle spese sostenute dall'altra parte.

Poiché il richiedente è la parte soccombente, deve farsi carico della tassa d'opposizione così come delle spese sostenute dall'opponente nel corso del procedimento.

Conformemente

all'articolo 109, paragrafi 1 e 7, RMUE, e all'articolo 18, paragrafo 1, lettera c), punto i) REMUE (in precedenza regola 94, paragrafi 3 e 6, e regola 94, paragrafo 7, lettera d), punto i), REMUE, in vigore prima del 01/10/2017), le spese da rimborsare all'opponente sono la tassa d'opposizione e le spese di rappresentanza, fissate sulla base dell'importo massimo ivi stabilito.

Divisione d'Opposizione

Riccardo RAPONI Valeria ANCHINI Michele M. BENEDETTI-ALOISI

Ai sensi dell'articolo 67, RMUE, ognuna delle parti di un procedimento conclusosi con una decisione può ricorrere contro questa decisione a condizione che quest'ultima non abbia accolto le sue richieste. 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. È 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: depositato il marchio " ITINERANT RESTAURANT"



Il 14 GIUGNO 2019 lo studio Rossi & Martin ha depositato, presso l'UIBM, a MILANO il marchio nazionale "ITINERANT RESTAURANT"

Il marchio "Itinerant restaurant" è utilizzato nella classe di prodotti 29, 30, 31, 32, 33, 35, 43 .

Marchi UE – carattere distintivo – Italia Oggi del 20-06-2019

Ac Milan è diverso da Ac Hot di Adidas non hanno carattere

confusione tra il mar-
ilan e quelli alberghieri
iotti e Ac Hotels Marri-
uadra di calcio italiana
ni nel campo dell'ospita-
son è un marchio euro-
lidas, costituito da tre
pplicate in qualsiasi di-
l'azienda di sportswear
i ha dimostrato di aver-
rattere distintivo. Sono
ni distinte e parallele
le dell'Unione europea
tamente, contribuisco-
politica comunitaria in
comerciali.
sa, il Tribunale Ue ha
lione di Enna, l'Ethio-

quello della squadra di
Invece, nel caso Adidas
rialmente registrato il si-
do che si trattava di tr
egidistanti di uguale la
per l'agente sul grado
rezione. Ma il ricorso a
Shoe Branding Europe
all'annullamento in un
to, perché non aveva ca
giudicio dello stesso Ue
pria intellettuale. De-
mata dal Tribunale dell'
seguito al ricorso della
peraltro ha escluso l'era
da parte di Eupo visto
prova prodotti da Adid
-stomatologo.solo.zim

Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio “Ipposinergia”



Accettata in data 06.06.2019 la domanda di registrazione del marchio
“Ipposinergia” depositato il 15.11.2018 a Varese

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio “Guida Fisco”

Accettata in data 29.05.2019 la domanda di registrazione del marchio "Guida Fisco" depositato il 02.07.2018 a Roma

Incentivi senza lacci e laccioli Italia Oggi del 13 maggio 2019



Smart & Start semplificato. Via al Voucher per i Brevetti

Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

MARCHI ITALIANI: registrato il marchio "Itinerant Street Food"



Accettata in data 06.05.2019 la domanda di registrazione del marchio "Itinerant Street Food" depositato il 03.10.2018 a Oristano

Rischio di confusione tra marchi - Italia Oggi del 29-04-2019



Sentenza della Corte di Cassazione del 11 aprile 2019 –

Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

Finanziamenti a lunga gittata. Decreto crescita Italia Oggi del 5 aprile 2019



Decreto crescita cosa cambia per gli aiuti destinati ai giovani e alle donne.

Sono ammissibili spese relative a terreno, impianti, macchinari, brevetti, licenze e marchi.

Diritto d'autore ai provider spetta attivarsi per le licenze Italia Oggi

del 1 Aprile 2019

o d'autore, ai pr attivarsi per le l

La direttiva in pillole	
Obiettivi	Oriogire le grandi piattaforme di contenuti e gli aggregatori di notizie (come Facebook o Google+) a disciplinare i contenuti di contenuti (artefatti/multimediali) messi in ca- adotti e non generati.
Cosa cambia per le piattaforme online	Sono legalmente responsabili nel caso di cui i risultati sono ingiustamente penalizzati senza che il risultato dello stori- sia stato empiricamente dimostrato.
Libertà di espressione	Scolta la libertà di espressione e coinvolgere utenti e tra- riflettere, critica, rassegna, commento, parodia o parodi- La piattaforma esistente da meno di 3 anni con fattur- annuale inferiore a 50 milioni di euro o un traffico mens- medio di visitatori unico inferiore a 5 milioni saranno le- ggeri a obbligo più leggero.
Editori	La direttiva dà agli editori il diritto di chiedere una risonan- zione della piattaforma che usano i loro contenuti (articolo 17 del regolamento), come previsto.

Un voucher per brevettare da 15 mila euro a impresa – Italia Oggi del 29/03/2019



Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

Scudo amministrativo sui Brand – Italia Oggi del 25 marzo 2019



In vigore dal 23 marzo il decreto legislativo che attua la direttiva UE. Sdoganati i marchi diversi da rappresentazioni grafiche.

Deposito di marchi più facile. In G.U il decreto legislativo che attua la direttiva Ue. In vigore dal 23 marzo.



In G.U il decreto legislativo che attua la direttiva Ue. In vigore dal 23 marzo.

Non sarà più necessaria la riproduzione grafica.

Articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

Settore Innovazione: Brevetti, Camera di Commercio di Roma – Italia Oggi del 04-03-2019



articolo riportato nel rispetto dell'art. 70 L. Diritto Autore

MARCHI ITALIANI: depositato il marchio " Vignaioli di collina"

AIOLI DI COLI

Il 28 febbraio 2019 lo studio Rossi & Martin ha depositato, presso l'UIBM, a Parma il marchio nazionale "Vignaioli di collina"

Il marchio "Vignaioli di collina" è utilizzato nella classe di prodotti 33.

CR