

Marchi nel settore della ristorazione confondibili – Alicante 06-03-2023



I due marchi sono identici e facilmente confondibili, a prescindere dalla aggiunta di “Trattoria bar pizzeria” del marchio anteriore non aggiunga distintività poiché descrive i servizi oggetto del marchio.

OPPOSIZIONE N. B 3 163 585

*****), Italia (opponente),
rappresentata ***** (rappresentante
professionale)

c o n t r o

***** (richiedente).

Il 06/03/2023 la Divisione di Opposizione emana la seguente

DECISIONE:

1. L' opposizione No B 3 163 585 è accolta per tutti i servizi contestati.
2. La domanda di marchio dell'Unione europea No 18 482 524 è totalmente respinta.
3. Il richiedente sopporta l'onere delle spese, fissate in EUR 620.

MOTIVAZIONI

In data 07/02/2022, l'opponente ha presentato opposizione contro tutti i servizi della domanda di marchio dell'Unione europea No 18 482 524 (marchio figurativo). L'opposizione si basa, inter alia, sulla registrazione del marchio nazionale tedesco No 302 018 031 339 (marchio figurativo). L'opponente ha invocato l'articolo 8, paragrafo 1, lettera a), RMUE, e l'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), RMUE.


RILIEVI PRELIMINARI

Le osservazioni del richiedente depositate in data 08/08/2022 sono redatte in inglese e non è stata depositata alcuna traduzione nella lingua del procedimento, ovvero l'italiano, entro un mese dalla data di presentazione del documento originario (articolo 146, paragrafo 9, RMUE).

Per questi motivi, le osservazioni presentate dal richiedente non possono essere prese in considerazione ai fini del presente procedimento.

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.

L'opposizione si basa su più di un marchio anteriore. La Divisione d'Opposizione ritiene opportuno, in primo luogo, esaminare l'opposizione in relazione alla registrazione del marchio nazionale tedesco dell'opponente n. 302 018 031 339 .

a) I servizi

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

Fornitura di cibi e bevande a ospiti; servizi di bar; servizi di Classe 43 ristoranti; servizi di ristorazione; fornitura di cibi e bevande in Internet caffè.

I servizi contestati sono i seguenti:

Classe 43 Servizi di bar e ristorante; servizi di ristoranti.

Servizi di bar e ristorante; servizi di ristoranti sono identicamente contenuti in entrambe le liste di servizi.

b) Pubblico di riferimento – grado di attenzione

Si ritiene che la consumatrice e 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 servizi che risultano essere identici sono diretti al grande pubblico che si ritiene abbia un grado di attenzione di livello medio.

Il territorio di riferimento è la Germania.

La valutazione globale deve fondarsi, per quanto attiene alla somiglianza visuale, uditiva 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).

In entrambi i segni è presente l'elemento verbale 'ROSMARINO', che in virtù della sua somiglianza con il termine tedesco 'rosmarin' sarà inteso dal pubblico di riferimento con il significato di 'pianta sempreverde originaria del Mediterraneo che cresce come arbusto con foglie strette grigio-verdi e piccoli fiori viola' (*Duden*, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rosmarin>). Il predetto significato non è direttamente riferibile ai servizi in oggetto poiché, nonostante il rosmarino sia una pianta usata in cucina, troppi passaggi mentali sarebbero necessari per collegarla ai servizi offerti. Pertanto, tale elemento verbale è da considerarsi distintivo rispetto al pubblico di riferimento.

Le parole 'TRATTORIA BAR PIZZERIA' del marchio anteriore rappresentano delle indicazioni descrittive del tipo di servizi. Infatti, le stesse sono intese dal pubblico di lingua tedesca rispettivamente come: 'ristorante rustico [in Italia]' (*Duden*, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Trattoria>); 'locale intimo, per il quale è caratteristico il tavolo da bar rialzato con gli sgabelli alti che lo accompagnano' (*Duden*, https://www.duden.de/rechtschreibung/Bar_Lokal_Schanktisch); 'ristorante che serve pizze (e altri piatti italiani)' (*Duden*, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Pizzeria>). L'elemento 'IL', laddove notato, è inteso dal pubblico come un termine verosimilmente italiano dal significato non chiaro. In ogni caso data la posizione e le dimensioni, detti elementi sono considerati secondari rispetto all'elemento verbale IL ROSMARINO che, assieme all'elemento figurativo sono co-dominanti nel marchio anteriore.

Lo sfondo nero del marchio anteriore ha un carattere decorativo. I rami di rosmarino di entrambi i marchi non possono che confermare il significato degli elementi verbali più distintivi e dominanti dei segni. Il cerchio bianco del segno contestato rappresenta una figura geometrica semplice. L'aspetto tipografico degli elementi verbali dei segni non è sufficiente a distogliere il pubblico di riferimento dal significato degli stessi.

È opportuno aggiungere 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 / SELENIUM SPEZIAL A-C-E (fig.), EU:T:2005:289, § 37).

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

Visivamente e sotto il profilo fonetico i segni coincidono nell'elemento verbale 'ROSMARINO' che è l'unico elemento verbale del marchio contestato nonché l'elemento più distintivo del marchio anteriore, e nel suo suono. Inoltre coincidono nella rappresentazione grafica del ramo di rosmarino, mentre si differenziano per il loro aspetto grafico, per il cerchio del segno

contestato, di minore impatto per le ragioni di cui sopra, e per i termini non distintivi, o di minore distintività, 'IL' e 'TRATTORIA BAR PIZZERIA' del marchio anteriore, che non hanno controparte nel segno contestato, nonché nel loro suono. Tuttavia, con riferimento a tali elementi verbali, si rammenta che i consumatori e le consumatrici tendono a ridurre i segni lunghi quando pronunciano gli stessi (per analogia, 03/07/2013, T-206/12, LIBERTE Americano blend, EU:T:2013:342; 03/06/2015, T-544/12, PENSA PHARMA, EU:T:2015:355; 03/06/2015, T-546/12, Pensa, EU:T:2015:355; 30/11/2006; T-43/05, Brothers by Camper, EU:T:2006:370, § 75). Pertanto, tenendo conto di quanto sopra esposto e soprattutto dato il carattere secondario e poco distintivo delle parole 'TRATTORIA BAR PIZZERIA', è altamente improbabile che il pubblico pronuncerà tali elementi verbali.

Pertanto, i segni sono simili in alto grado sotto il profilo visivo e sotto il profilo fonetico.

Sotto il profilo concettuale, si fa riferimento alle precedenti affermazioni riguardanti il contenuto semantico trasmesso dai segni. Poiché entrambi i segni saranno associati al concetto di rosmarino, il quale viene rafforzato dagli elementi figurativi delle piante di rosmarino, 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 servizi in questione. Pertanto, il carattere distintivo del marchio anteriore deve essere considerato normale, nonostante la presenza in esso di alcuni elementi non distintivi, secondo quanto sopra esposto nella sezione c) della presente decisione.

e) Valutazione globale, altri argomenti e conclusione

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).

I servizi sono identici. Essi sono diretti al grande pubblico. Il grado di

attenzione del pubblico di riferimento sarà medio.

Nel caso di specie, i segni sono simili in alto grado sotto il profilo visivo e sotto il profilo fonetico e concettualmente molto simili in virtù della presenza in entrambi i segni del termine distintivo e dominante 'ROSMARINO', unico elemento denominativo nel segno contestato ed elemento dominante del marchio anteriore, il cui significato è ulteriormente rafforzato dall'elemento figurativo del rosmarino. Il carattere distintivo del marchio anteriore è considerato normale.

Sussiste un rischio di confusione in quanto le differenze esistenti tra i segni, sono limitate ad elementi ed aspetti non distintivi o secondari riferite all'aspetto grafico e non sono in alcun modo in grado di controbilanciare le similitudini così come sopra descritte.

Si tiene conto del fatto che la consumatrice o 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).

Considerato quanto sopra, sussiste un rischio di confusione da parte del pubblico.

Pertanto, l'opposizione basata sulla registrazione di marchio tedesca No 302 018 031 339 deve considerarsi adeguatamente fondata. Ne discende che il marchio impugnato deve essere respinto per tutti i servizi contestati.

Poiché il diritto anteriore, invero il marchio nazionale tedesco No 302 018 031 339, porta all'accoglimento dell'opposizione e al rigetto del marchio impugnato per tutti i servizi contro i quali essa era diretta, non è necessario esaminare gli altri diritti anteriori invocati dall'opponente (16/09/2004, T-342/02, Moser Grupo Media, S.L., EU:T:2004:268).

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 nel 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 di questo procedimento.

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

Enrico D'ERRICO María Clara IBÁÑEZ FIORILLO Sofía SACRISTÁN MARTÍNEZ

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. 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 considererà presentato soltanto se la tassa di ricorso di 720 EUR è stata pagata.