Registrare un marchio nel settore abbigliamento e accessori – marchio non registrabile

l pubblico di riferimento percepirebbe il segno «MODAMODE» semplicemente come attributivo dell’informazione puramente elogiativa che i prodotti e servizi obiettati nelle classi 18, 25 e 35 sono alla moda e/o sono connessi e si riferiscono alla moda. Per tale motivo il segno non può esser registrato nelle classi 25, 35 e 18.

Rifiuto di una domanda di marchio dell’Unione europea

ex articolo 7 e articolo 42, paragrafo 2, RMUE

Alicante, 23/01/2025
******
I-20129 Milano
ITALIA

Fascicolo nº:	
Vostro riferimento:	
Marchio:	**MODAMODE**
Tipo di marchio:	**Marchio denominativo**
Richiedente:	

I. Sintesi dei fatti

In data 31/10/2024 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 e servizi per i quali è stata sollevata l’obiezione erano:

Classe 18	*Borse; Borsette; Borsellini; Borsoni da viaggio; Zaini; Valigette; Valigette ventiquattrore.*
Classe 25	*Abbigliamento casual; Abbigliamento; Abbigliamento sportivo; Abiti da sera da uomo; Vestiti da donna; Camicie; Magliette; Gonne; Pantaloni; Jeans; Giacche; Giacconi; Scarpe; Scarpe da donna; Scarpe eleganti; Scarpe per lo sport; Scarpe da tennis; Sandali; Costumi da bagno; Abbigliamento intimo e da notte.*

Classe 35	*Servizi pubblicitari relativi ad abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in materia di abbigliamento e accessori per abbigliamento; Servizi al dettaglio in relazione all'abbigliamento; Servizi all'ingrosso in relazione all'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in materia di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio di accessori per abbigliamento; Servizi di vendita online al dettaglio inerenti l'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio on-line di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in linea di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio online di articoli d'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza di articoli di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza in materia di accessori di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza legati alla vendita di accessori di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio online di cosmetici; Servizi di vendita al dettaglio di cosmetici; Servizi di vendita al dettaglio online di borse e borsette; Servizi di vendita al dettaglio di borse e borsette.*

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 slovena attribuirebbe al segno il significato seguente: modelli di abbigliamento, calzature, stoffe, accessori di moda stabiliti in un determinato momento e/o l'attività di progettazione di modelli per abbigliamento, calzature, tessuti, accessori e/o ciò che corrisponde al gusto generale dell'epoca.

- Il suddetto significato dei termini «MODAMODE», di cui il marchio è composto, è supportato dai seguenti riferimenti di dizionario.

- Il contenuto rilevante di questo link è stato riprodotto nella lettera di obiezione.
- Per completezza, come si può anche dedurre dalla traduzione, l'Ufficio precisa che il termine "MODE" è il genitivo del termine "MODA".

- Il pubblico di riferimento percepirebbe il segno «MODAMODE» semplicemente come attributivo dell'informazione puramente elogiativa che i prodotti e servizi obiettati nelle classi 18, 25 e 35 sono alla moda e/o sono connessi e si riferiscono alla moda. Infatti, il segno in questione si limita ad indicare che un prodotto o un servizio è in relazione con la moda e/o corrisponda all'ultima tendenza (cfr. 6/6/2013, R 243/2013-4, LAMODA, § 13).

- Pertanto, 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, vale a dire che essi sono di tendenza e di qualità. Inoltre, il segno non verrebbe percepito come un’indicazione dell’origine commerciale, ma anche meramente come un’informazione relativa alla natura, la qualità, allo scopo generale e destinazione dei prodotti e servizi.

- Infine, la sequenza dei termini senza uno spazio e la loro quasi identica ripetizione ‘modamode’ non è un gioco di parole – piuttosto un’indicazione delle possibili desinenze del termine ‘moda’ così come evidenziato sopra nel riferimento alla voce del dizionario – e tale sequenza non contiene alcun elemento che renderebbe il segno facilmente memorabile. In altre parole, il mero fatto che i termini di cui il segno è composto siano ripetuti non costituisce un elemento creativo tale che possa conferire al segno nel suo complesso capacità distintiva.

- 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 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. 019080583 è respinta in parte, vale a dire per:

Classe 18	*Borse; Borsette; Borsellini; Borsoni da viaggio; Zaini; Valigette; Valigette ventiquattrore.*

Classe 25	*Abbigliamento casual; Abbigliamento; Abbigliamento sportivo; Abiti da sera da uomo; Vestiti da donna; Camicie; Magliette; Gonne; Pantaloni; Jeans; Giacche; Giacconi; Scarpe; Scarpe da donna; Scarpe eleganti; Scarpe per lo sport; Scarpe da tennis; Sandali; Costumi da bagno; Abbigliamento intimo e da notte.*
Classe 35	*Servizi pubblicitari relativi ad abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in materia di abbigliamento e accessori per abbigliamento; Servizi al dettaglio in relazione all'abbigliamento; Servizi all'ingrosso in relazione all'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in materia di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio di accessori per abbigliamento; Servizi di vendita online al dettaglio inerenti l'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio on-line di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio in linea di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio online di articoli d'abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza di articoli di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza in materia di accessori di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio per corrispondenza legati alla vendita di accessori di abbigliamento; Servizi di vendita al dettaglio online di cosmetici; Servizi di vendita al dettaglio di cosmetici; Servizi di vendita al dettaglio online di borse e borsette; Servizi di vendita al dettaglio di borse e borsette.*

La domanda può proseguire per i rimanenti prodotti e servizi:

Classe 3	*Cosmetici; Creme cosmetiche; Cosmetici naturali; Saponi cosmetici; Mousse [cosmetici]; Cipria cosmetica; Maschere cosmetiche; Fard cosmetici; Idratanti cosmetici; Latti [cosmetici]; Cosmetici per capelli; Cosmetici di bellezza; Shampoo; Rossetti; Lucidalabbra; Make-up; Detergenti per pennelli cosmetici.*
Classe 21	*Utensili cosmetici; Pennelli per cosmetici; Spugnette per cosmetici; Applicatori per cosmetici; Spazzole per usi cosmetici; Astucci per utensili cosmetici; Borse per cosmetici [accessoriate]; Spugnette da make-up; Utensili per cosmetica, igiene e trattamenti estetici.*

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.