SENTENZA DEL TRIBUNALE (Ottava Sezione)

28 ottobre 2009 *

Nella causa T-80/08,

CureVac GmbH, con sede in Tubinga (Germania), rappresentata dall'avv. F. Graf von Stosch,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato inizialmente dal sig. M. Kicia, successivamente dal sig. S. Schäffner, in qualità di agenti,

convenuto,

* Lingua processuale: il tedesco.

controinteressata nel procedimento dinanzi alla commissione di ricorso dell'UAMI e interveniente dinanzi al Tribunale:

Qiagen GmbH, con sede in Hilden (Germania), rappresentata inizialmente dall'avv. E. Krings, successivamente dagli avv.ti V. von Bomhard, A. Renck e T. Dolde,

avente ad oggetto un ricorso proposto contro la decisione della prima commissione di ricorso dell'UAMI 11 dicembre 2007 (procedimento R 1219/2006-1), relativa ad un procedimento di opposizione pendente tra la CureVac GmbH e la Qiagen GmbH,

IL TRIBUNALE DI PRIMO GRADO
DELLE COMUNITÀ EUROPEE (Ottava Sezione),

composto dalla sig.ra M.E. Martins Ribeiro (relatore), presidente, e dai sigg. N. Wahl e A. Dittrich, giudici,

cancelliere: sig.ra T. Weiler, amministratore

visto il ricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 19 febbraio 2008,

visto il controricorso dell'UAMI depositato presso la cancelleria del Tribunale il 4 giugno 2008,

visto il controricorso dell'interveniente depositato presso la cancelleria del Tribunale il 28 maggio 2008,

in seguito all'udienza del 6 maggio 2009,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Fatti

1 Il 1º agosto 2003 l'interveniente, la Qiagen GmbH, ha presentato all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI) una domanda di marchio comunitario ai sensi del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1), come modificato [sostituito dal regolamento (CE) del Consiglio 26 febbraio 2009, n. 207, sul marchio comunitario (GU L 78, pag. 1)].

2 Il marchio di cui si chiede la registrazione è il segno denominativo RNAiFect.

3 I prodotti per i quali è chiesta la registrazione rientrano nelle classi 1, 5 e 9 di cui all'Accordo di Nizza 15 giugno 1957, relativo alla classificazione internazionale dei

prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, come riveduto e modificato, e corrispondono, per ciascuna di tali classi, alla descrizione seguente:

— classe 1: «Prodotti chimici destinati all'industria e alle scienze; prodotti chimici per l'industria e la scienza, per il trattamento di biopolimeri; sostanze biologiche attive per laboratori, per la scienza e la ricerca, ovvero tamponi e reagenti, per l'introduzione di molecole e aggregati molecolari, ovvero peptidi e/o acidi nucleici, nelle cellule, ovvero cellule procariotiche ed eucariotiche; materiali cromatografici per separare, lavare e isolare biopolimeri, reagenti e solventi per effettuare processi cromatografici di separazione, depurazione e/o isolamento di biopolimeri; kit per l'introduzione di molecole e aggregati di molecole, ovvero peptidi e/o acidi nucleici, in cellule, ovvero cellule di procarioti o eucarioti; reagenti di transfezione»;

— classe 5: «Prodotti farmaceutici, veterinari e igienici»;

— classe 9: «Apparecchi e strumenti scientifici, in particolare apparecchi e strumenti per ricerche di laboratorio e per analisi».

4 Tale domanda è stata pubblicata nel Bollettino dei marchi comunitari n. 39/2004, del 27 settembre 2004.

5 Il 17 dicembre 2004 la ricorrente, la CureVac GmbH, ha presentato un'opposizione nei confronti del marchio richiesto, facendo valere un rischio di confusione ai sensi dell'art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 [divenuto art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento (CE) n. 207/2009].

6 L'opposizione era fondata su una parte dei prodotti coperti dalla registrazione comunitaria n. 2 953 768 del marchio denominativo RNActive, depositato il 29 novembre 2002 e registrato il 28 ottobre 2004, cioè i prodotti seguenti, rientranti nelle classi 1 e 5:

— classe 1: «Prodotti chimici destinati all'industria e alle scienze; reagenti per la ricerca»;

— classe 5: «Preparati chimici per uso medico; prodotti farmaceutici e veterinari, in particolare chemioterapici per la cura dei tumori, cardiotonici e preparati per cure di asmatici, agonisti dei recettori e antagonisti dei recettori, farmaci per il trattamento d'affezioni neurologiche e per la cura di malattie infettive; prodotti igienici; sostanze dietetiche per uso medico, in particolare sostanze per integrare l'alimentazione; disinfettanti; fungicidi; erbicidi».

7 L'opposizione era rivolta esclusivamente nei confronti dei prodotti oggetto del marchio richiesto che rientravano nelle classi 1 e 5, ad esclusione di quelli rientranti nella classe 9.

8 Con decisione 7 agosto 2006, la divisione di opposizione ha respinto l'opposizione, in quanto non esisteva alcun rischio di confusione sul territorio comunitario.

9 Il 15 settembre 2006 la ricorrente ha proposto un ricorso contro la decisione della divisione di opposizione.

10 Con decisione 11 dicembre 2007 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), la prima commissione di ricorso ha respinto il ricorso. Essa ha convenuto che, come constatato dalla divisione di opposizione, i prodotti da paragonare erano identici o molto simili. Quanto ai due segni di cui trattasi, la commissione di ricorso ha considerato che, sebbene debolmente distintivi, in quanto l'elemento «rna» corrispondeva all'abbreviazione del vocabolo inglese «ribonucleid acid» (acido ribonucleico in italiano e Ribonukleinsäure in tedesco), i due marchi erano distinti e nessun titolare di marchio poteva monopolizzare l'abbreviazione RNA o vietare ad altre imprese di impiegarla o integrarla all'interno di marchi, in particolare nel settore dei prodotti farmaceutici. I consumatori ben comprenderebbero il significato dell'abbreviazione RNA e non supporrebbero che tutti i marchi che iniziano con tale abbreviazione indichino la stessa origine. La loro attenzione si concentrerebbe piuttosto sulla fine del vocabolo, che sarebbe più distintiva. Le differenze esistenti tra l'elemento «ifect» e l'elemento «ctive» consentirebbe di escludere qualsiasi rischio di confusione.

Conclusioni delle parti

11 La ricorrente chiede che il Tribunale voglia:

— annullare la decisione impugnata;

— respingere la registrazione del marchio richiesto RNAiFect;

— condannare l'UAMI alle spese.

12 L'UAMI chiede che il Tribunale voglia:

— respingere il ricorso;

— condannare la ricorrente alle spese.

13 L'interveniente chiede che il Tribunale voglia:

— respingere il ricorso;

— condannare la ricorrente alla totalità delle spese.

14 In udienza, la ricorrente ha dichiarato di rinunciare al suo secondo capo di domande, del che è stato preso atto nel verbale dell'udienza.

In diritto

Argomenti delle parti

15 La ricorrente deduce un motivo unico, attinente alla violazione dell'art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

16 La ricorrente fa valere, anzitutto, che taluni prodotti coperti dal marchio anteriore ed i prodotti designati nella domanda di marchio non devono essere considerati in parte molto simili, bensì identici, dato che questi ultimi sono compresi tra i propri prodotti e quindi coperti in modo identico dai marchi in conflitto.

17 La ricorrente ritiene poi che il marchio RNActive debba essere considerato in possesso comunque di un carattere distintivo medio, dato che è stato registrato come marchio comunitario. Poiché entrambi i marchi si rivolgono ad un consumatore medio, all'oscuro del significato della sigla RNA, il marchio anteriore avrebbe un carattere distintivo almeno medio.

18 La ricorrente precisa peraltro che i segni di cui trattasi sono visivamente simili, poiché l'inizio dei vocaboli è identico, e che, per i marchi denominativi, oltre al marchio registrato, qualsiasi altra forma di riproduzione corrente è coperta dall'oggetto della tutela, in particolare per la riproduzione in lettere maiuscole o minuscole. La ricorrente aggiunge che la somiglianza fonetica dei segni è straordinaria data l'identità delle prime tre lettere ed il fatto che le ultime sequenze sonore si distinguono solo minimamente. Anche per quanto riguarda il paragone concettuale tra i segni esisterebbe una straordinaria somiglianza, poiché il marchio anteriore RNActive contiene l'aggettivo tedesco «aktiv», che potrebbe essere percepito come un sinonimo dell'aggettivo tedesco

«effektiv» o come significante «in possesso di un effetto», contenuto nel marchio richiesto RNAiFect.

19 La ricorrente considera infine che, data l'identità dei prodotti, il carattere distintivo medio del marchio anteriore ed il grado di somiglianza visiva, fonetica e concettuale, sussiste un rischio di confusione nella percezione del pubblico.

20 L'UAMI e l'interveniente chiedono che il motivo venga disatteso.

Giudizio del Tribunale

21 Ai sensi dell'art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, in seguito all'opposizione del titolare di un marchio anteriore il marchio richiesto è escluso dalla registrazione «se a causa dell'identità o della somiglianza di detto marchio col marchio anteriore e dell'identità o somiglianza dei prodotti o servizi per i quali i due marchi sono stati richiesti, sussiste un rischio di confusione per il pubblico del territorio nel quale il marchio anteriore è tutelato; il rischio di confusione comprende il rischio di associazione con il marchio anteriore».

22 Peraltro, conformemente all'art. 8, n. 2, lett. a), ii), del regolamento n. 40/94 [divenuto art. 8, n. 2, lett. a), ii), del regolamento n. 207/2009], occorre intendere per marchi anteriori i marchi comunitari, nonché i marchi registrati in uno Stato membro, la cui data di deposito sia anteriore a quella della domanda di marchio comunitario.

23 Secondo una costante giurisprudenza, costituisce un rischio di confusione il rischio che il pubblico possa credere che i prodotti o i servizi di cui trattasi provengano dalla stessa impresa o, eventualmente, da imprese economicamente connesse [v. sentenza del Tribunale 10 settembre 2008, causa T-325/06, Boston Scientific/UAMI — Terumo (CAPIO), non pubblicata nella Raccolta, punto 70, e la giurisprudenza ivi citata; v. altresì, analogamente, sentenze della Corte 29 settembre 1998, causa C-39/97, Canon, Racc. pag. I-5507, punto 29, e 22 giugno 1999, causa C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Racc. pag. I-3819, punto 17].

24 Inoltre, il rischio di confusione nella percezione del pubblico deve essere valutato globalmente, tenendo conto di tutti i fattori rilevanti del caso di specie (v. sentenza CAPIO, punto 23 supra, punto 71, e la giurisprudenza ivi citata; v., analogamente, sentenze della Corte 11 novembre 1997, causa C-251/95, SABEL, Racc. pag. I-6191, punto 22, e 22 giugno 2000, causa C-425/98, Marca Mode, Racc. pag. I-4861, punto 40).

25 Tale valutazione globale comporta una certa interdipendenza tra i fattori presi in considerazione e, in particolare, tra la somiglianza dei marchi e quella dei prodotti o servizi cui essi si riferiscono. In tal senso, un limitato grado di somiglianza tra i prodotti o servizi contrassegnati può essere compensato da un elevato grado di somiglianza tra i marchi, e viceversa [sentenza della Corte 13 settembre 2007, causa C-234/06 P, Il Ponte Finanziaria/UAMI, Racc. pag. I-7333, punto 48, e sentenza del Tribunale 23 ottobre 2002, causa T-6/01, Matratzen Concord/UAMI — Hukla Germany (MATRATZEN), Racc. pag. II-4335, punto 25]. L'interdipendenza tra tali fattori trova la sua espressione al settimo 'considerando' del regolamento n. 40/94, secondo cui è opportuno interpretare la nozione di somiglianza in relazione al rischio di confusione, la cui valutazione dipende da numerosi fattori, e segnatamente dalla notorietà del marchio di impresa sul mercato, dall'associazione che può essere fatta tra il marchio di impresa e il segno usato o registrato, dal grado di somiglianza tra il marchio di impresa e il segno e tra i prodotti o servizi designati (v. sentenza CAPIO, punto 23 supra, punto 72, e la giurisprudenza ivi citata).

26 Peraltro, la valutazione globale deve essere fondata, per quanto riguarda la somiglianza visiva, fonetica e concettuale dei segni in conflitto, sull'impressione generale prodotta da questi ultimi, tenendo conto, in particolare, dei loro elementi distintivi e dominanti. Emerge infatti dal tenore letterale dell'art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, ai sensi del quale «sussiste un rischio di confusione per il pubblico», che la percezione dei marchi che il consumatore medio ha del tipo di prodotto o di servizio di cui trattasi svolge un ruolo determinante nella valutazione complessiva del rischio di confu-

sione. Orbene, il consumatore medio percepisce di regola un marchio nella sua totalità e non procede ad un esame dei suoi diversi dettagli (v. sentenza CAPIO, punto 23 supra, punto 73, e la giurisprudenza ivi citata; v. altresì, analogamente, sentenze SABEL, punto 24 supra, punto 23, e Lloyd Schuhfabrik Meyer, punto 23 supra, punto 25).

27 Ai fini di della valutazione globale del rischio di confusione, si ritiene che il consumatore medio dei prodotti interessati sia normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto. Tuttavia occorre tener conto del fatto che il consumatore medio solo raramente ha la possibilità di procedere a un confronto diretto dei vari marchi, ma deve fare affidamento sull'immagine imperfetta che ne ha mantenuto nella memoria. Occorre anche prendere in considerazione il fatto che il livello di attenzione del consumatore medio può variare in funzione della categoria di prodotti o servizi di cui trattasi [sentenze del Tribunale 23 ottobre 2002, causa T-104/01, Oberhauser/UAMI — Petit Liberto (Fifties), Racc. pag. II-4359, punto 28, e 30 giugno 2004, causa T-186/02, BMI Bertollo/UAMI — Diesel (DIESELIT), Racc. pag. II-1887, punto 38; v., analogamente, sentenza Lloyd Schuhfabrik Meyer, punto 23 supra, punto 26].

28 Nel caso di specie, l'opposizione era fondata su un marchio comunitario. Di conseguenza, come constatato dalla commissione di ricorso al punto 14 della decisione impugnata, l'esame deve essere esteso all'Unione europea.

29 Quanto al pubblico pertinente, come rilevato dalla divisione di opposizione a pag. 4 della sua decisione 7 agosto 2006, e come emerge dal punto 17 della decisione impugnata, esso è costituito dai consumatori interessati ai prodotti controversi. In particolare, i prodotti della classe 5 sono rivolti ai farmacisti ed a consumatori finali ragionevolmente informati, attenti e avveduti [sentenza del Tribunale 5 aprile 2006, causa T-202/04, Madaus/UAMI — Optima Healthcare (ECHINAID), Racc. pag. II-1115, punto 23], che hanno tuttavia un elevato grado di attenzione e beneficiano, nella loro scelta, dell'aiuto di professionisti altamente qualificati (v., in tal senso, sentenza della Corte 26 aprile 2007, causa C-412/05 P, Alcon/UAMI, Racc. pag. I-3569, punto 61, e sentenza ECHINAID, cit., punto 33). Quanto ai prodotti chimici della classe 1, essi sono rivolti ad un pubblico specializzato (segnatamente i chimici ed il personale di laboratorio) che presterà quindi un grado di attenzione ancora maggiore.

30 È alla luce delle considerazioni che precedono che dev'essere esaminata la valutazione svolta dalla commissione di ricorso circa il rischio di confusione tra i segni in conflitto.

— Sulla somiglianza dei prodotti

31 Secondo una giurisprudenza costante, per valutare la somiglianza dei prodotti e dei servizi, si deve tener conto di tutti i fattori pertinenti che caratterizzano il possibile rapporto tra di essi. Questi fattori includono, in particolare, la loro natura, la loro destinazione, il loro impiego nonché la loro concorrenzialità o complementarità (v. sentenza CAPIO, punto 23 supra, punto 77, e la giurisprudenza ivi citata).

32 A tale riguardo, contrariamente a quanto sostenuto dalla ricorrente, non tutti i prodotti di cui trattasi sono identici, bensì parzialmente identici e parzialmente simili, come giustamente constatato dalla commissione di ricorso al punto 15 della decisione impugnata rinviando alla decisione della divisione di opposizione: è sufficiente pertanto constatare, in via esemplificativa, che i «kit per l'introduzione di molecole e aggregati di molecole» ed i preparati chimici per uso medico sono molto simili, ma non possono essere per questo considerati identici.

33 Ne consegue che la decisione impugnata deve essere confermata per quanto riguarda l'analisi della somiglianza dei prodotti di cui trattasi.

— Sulla somiglianza dei segni

34 Come già indicato al punto 26, supra, la valutazione globale del rischio di confusione deve essere fondata, per quanto riguarda la somiglianza visiva, fonetica e concettuale dei segni in conflitto, sull'impressione generale prodotta da questi ultimi, tenendo conto, in particolare, dei loro elementi distintivi e dominanti [v. sentenze del Tribunale 14 ottobre 2003, causa T-292/01, Phillips-Van Heusen/UAMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), Racc. pag. II-4335, punto 47, e CAPIO, punto 23 supra, punto 88, e la giurisprudenza ivi citata; v., analogamente, sentenza SABEL, punto 24 supra, punto 23].

35 Emerge altresì alla giurisprudenza che due marchi sono simili quando, dal punto di vista del pubblico pertinente, esiste tra loro un'uguaglianza almeno parziale per quanto riguarda uno o più aspetti pertinenti (sentenze MATRATZEN, punto 25 supra, punto 30, e CAPIO, punto 23 supra, punto 89).

36 La commissione di ricorso ha considerato, al punto 17 della decisione impugnata, che, malgrado l'esistenza di una somiglianza derivante dal carattere identico delle prime tre lettere dei segni di cui trattasi, le differenze tra i termini «iFect» e «ctive» erano tali da escludere un rischio di confusione.

37 A tale riguardo, i segni da paragonare sono i seguenti:

Marchio anteriore	Marchio richiesto
RNActive	RNAiFect

38 Per quanto riguarda, in primo luogo, la comparazione visiva, occorre constatare che i segni di cui trattasi contengono entrambi un solo vocabolo, composto da otto lettere, le cui prime tre, scritte in lettere maiuscole, sono identiche. Le cinque lettere seguenti del marchio anteriore sono scritte in lettere minuscole, come quelle del marchio richiesto, ad eccezione della quinta lettera, «f».

39 Le somiglianze derivanti dall'identità delle prime tre lettere sono tuttavia fortemente attenuate dalla presenza delle ultime cinque lettere dei segni di cui trattasi; infatti, sebbene quattro di esse siano comuni ai due segni, esse non compaiono nello stesso ordine, il che consente di creare una percezione visiva molto diversa tra i due segni in questione. Pertanto, l'impressione complessiva prodotta dai segni in questione lascia apparire differenze visive.

40 Contrariamente a quanto ha sostenuto la ricorrente, dalla decisione impugnata non emerge che la commissione di ricorso si sia limitata a procedere alla scomposizione dei segni in questione, senza effettuare una valutazione visiva globale. Infatti, pur essendo deprecabile che la decisione impugnata non sia esplicita su tale punto, la commissione di ricorso, considerando al punto 17 della decisione impugnata che, nonostante l'elemento comune «rna», l'attenzione sarà rivolta piuttosto sulla fine del vocabolo, che è più distintiva, ha proceduto ad un'analisi globale dei segni in questione, concludendo che tale forte differenza consentiva di escludere qualsiasi rischio di confusione.

41 Inoltre, anche supponendo, come afferma la ricorrente, che entrambi i segni siano scritti in lettere maiuscole o in lettere minuscole, è giocoforza constatare che, in ogni caso, la somiglianza visiva non sarebbe più pronunciata, dato che la differenza derivante dalla posizione delle ultime cinque lettere consente sempre di compensare la somiglianza derivante dalle prime tre lettere.

42 In secondo luogo, per quanto riguarda la comparazione fonetica, occorre rilevare che, se è vero che i due segni cominciano con le tre lettere «r», «n» e «a», la loro fine consente di creare una distinzione piuttosto netta tra di essi. I due segni si pronunciano quindi in modo molto diverso, di modo che, anche supponendo che esista una somiglianza, essa dev'essere considerata quanto meno estremamente debole. Peraltro, nel caso in cui il pubblico rilevante istituisse un nesso tra le vocali «a» e «i» del marchio

richiesto, la differenza fonetica sarebbe ancora più percepibile. Al contrario, in una situazione normale, è poco probabile, da un lato, che il consumatore raddoppi la vocale «a» del marchio anteriore per pronunciare il segno «r-n-a-active», quando esso contiene una sola «a» e, dall'altro, che questo stesso consumatore elida la pronuncia della «i» del marchio richiesto pronunciandolo «r-n-a-fect». Del resto, anche in un'ipotesi del genere, ciò non renderebbe comunque detti segni foneticamente simili tra loro.

43 Per quanto attiene, in terzo luogo, alla comparazione concettuale, è vero che, considerati i prodotti in questione, il pubblico destinatario, in particolare per quanto riguarda il pubblico specializzato, percepirà le prime tre lettere come un rinvio all'abbreviazione inglese dell'acido ribonucleico (ribonucleid acid), oppure, nel caso del grande pubblico, presumerà che tali iniziali rinviano quanto meno ad un elemento di natura medica o chimica, anche se non ne conosce il significato esatto. Come fatto valere in udienza tanto dall'UAMI quanto dall'interveniente, non è raro che, nel settore considerato, i produttori facciano riferimento a complessi chimici o molecolari per sottolineare l'asserita efficacia di un prodotto farmaceutico messo in vendita.

44 Tuttavia, le rispettive parti finali dei segni («ctive» per uno e «ifect» per l'altro), che hanno significati diversi, bilanciano la somiglianza derivante dal comune elemento «rna». L'argomento della ricorrente, da essa particolarmente sviluppato in udienza, secondo cui il consumatore tedesco sarebbe in grado di istituire un nesso tra «ifect» ed il vocabolo inglese «effect», che assocerebbe quindi al vocabolo «active», in quanto le due espressioni rinviano alla nozione di efficacia o al vocabolo «effectif», chiede troppi sforzi di decostruzione del segno da parte del consumatore interessato per creare un'associazione tra i due segni di cui trattasi e sembra quindi troppo improbabile per poter essere accolto.

45 Se è vero che esiste una certa somiglianza concettuale tra i due segni in questione, essa deriva dal fatto che l'elemento «rna» è comune ai segni di cui trattasi, ma è bilanciato dai diversi significati derivanti dalle rispettive parti finali.

— Sul rischio di confusione

46 Occorre rammentare che sussiste un rischio di confusione qualora, in via cumulativa, siano sufficientemente elevati il grado di somiglianza dei marchi di cui trattasi e il grado di somiglianza dei prodotti o servizi designati da tali marchi (sentenza MATRATZEN, punto 25 supra, punto 45).

47 Nel caso di specie, si è già constatato, al punto 32 supra, che i prodotti in questione sono in parte identici e in parte molto simili.

48 I due segni sono effettivamente costruiti sull'elemento comune «rna». Tuttavia, è giocoforza constatare che, come già affermato dalla divisione di opposizione, non contestata dalla commissione di ricorso ai punti 16 e 17 della decisione impugnata, tale elemento ha al massimo un carattere distintivo ridotto, anche se una parte dei consumatori non conosce precisamente il significato dell'abbreviazione di cui trattasi, ma presume l'esistenza di un riferimento indiretto ad un composto chimico o molecolare.

49 Peraltro, se è vero che il consumatore attribuisce normalmente un'importanza maggiore alla parte iniziale dei vocaboli, dato che è più accentuata [v., in tal senso, sentenza del Tribunale 27 febbraio 2008, causa T-325/04, Citigroup/UAMI — Link Interchange Network (WORLDLINK), non pubblicata nella Raccolta, punto 82], non è meno vero che, generalmente, il pubblico non considera un elemento descrittivo o debolmente distintivo, che fa parte di un marchio complesso, come l'elemento distintivo e dominante nell'impressione di insieme prodotta da quest'ultimo (v. sentenza ECHINAID, punto 29 supra, punto 54, e la giurisprudenza ivi citata).

50 Orbene, come si è constatato, l'elemento comune ai due segni di cui trattasi, cioè «rna», avendo al massimo un carattere distintivo ridotto, non consente di distinguere l'origine commerciale dei prodotti. La commissione di ricorso ha quindi giustamente considerato, al punto 17 della decisione impugnata, che i suffissi in questione dei segni in conflitto, cioè «ctive» e «ifect», sarebbero considerati gli elementi distintivi e

dominanti, che attirano l'attenzione dei consumatori, in quanto sono più distintivi dell'elemento iniziale «rna» (v., in tal senso, sentenza ECHINAID, punto 29 supra, punto 55).

51 Inoltre, come rilevato al punto 44 supra, e come osservato giustamente dall'UAMI, è erroneo affermare che le rispettive parti finali dei segni sarebbero percepite come identiche per vie di associazione, in quanto l'aggettivo tedesco «aktiv» non è affatto sinonimo di «effektiv», il che permette di operare una distinzione tra i marchi. Pertanto, tali differenze di significato potranno consentire ai consumatori interessati di distinguere i segni in questione.

52 Quindi, sebbene l'elemento comune dei due segni, cioè «rna», figuri in prima posizione, tale identità non comporta un rischio di confusione, in quanto detto elemento ha un carattere distintivo ridotto, di modo che l'attenzione del pubblico sarà concentrata sulla parte finale di tali due segni, che sono distinti, nell'ambito di una valutazione globale, visivamente, foneticamente e concettualmente. I due segni danno quindi una diversa impressione.

53 Ne consegue che, nel caso di specie, il grado di identità o di fortissima somiglianza dei prodotti di cui trattasi è compensato dal debole grado di somiglianza dei segni nonché dal carattere debolmente distintivo, o addirittura descrittivo, dell'abbreviazione «RNA», di modo che va escluso qualsiasi rischio di confusione nella percezione del pubblico destinatario. Pertanto, la commissione di ricorso ha giustamente considerato che non sussisteva, nei confronti del pubblico destinatario, un rischio di confusione tra i marchi in questione.

54 Del resto, anche supponendo che l'insieme dei prodotti in questione siano identici, come sostiene la ricorrente, l'analisi svolta supra, ai punti 34-53, non consentirebbe di giungere ad una diversa conclusione per quanto riguarda l'assenza di un rischio di confusione.

55 Dalle considerazioni che precedono discende che il motivo unico non può essere accolto, di modo che il ricorso deve essere respinto.

Sulle spese

56 Ai sensi dell'art. 87, n. 2, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. Poiché la ricorrente è risultata soccombente, essa va condannata alle spese, conformemente alle domande dell'UAMI e dell'interveniente.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Ottava Sezione)

dichiara e statuisce:

1) Il ricorso è respinto.

2) La CureVac GmbH è condannata alle spese.

Martins Ribeiro Wahl Dittrich

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 28 ottobre 2009.

Il cancelliere Il presidente

E. Coulon M.E. Martins Ribeiro