SENTENZA DEL TRIBUNALE (Seconda Sezione)
9 ottobre 2002 *

Nella causa T-173/00,

KWS Saat AG, con sede in Einbeck (Germania), rappresentata dall'avv. G. Würtenberger, con domicilio eletto in Lussemburgo,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato dai sigg. A. von Mühlendahl, E. Joly, J. Miranda de Sousa e A. Di Carlo, in qualità di agenti,

convenuto,

* Lingua processuale: il tedesco.

avente ad oggetto una domanda di annullamento della decisione della seconda commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) 19 aprile 2000 (procedimento R 282/1999-2),

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

composto dai sigg. R.M. Moura Ramos, presidente, J. Pirrung e A.W.H. Meij, giudici,

cancelliere: sig.ra B. Pastor, amministratore principale

visto il ricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 28 giugno 2000,

visto il controricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 10 ottobre 2000,

vista la replica depositata nella cancelleria del Tribunale il 9 gennaio 2001,

vista la controreplica depositata nella cancelleria del Tribunale il 20 febbraio 2001,

in seguito alla trattazione orale del 26 febbraio 2002,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Fatti

1 Il 17 marzo 1998 la ricorrente ha presentato all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI; in prosieguo: l'«Ufficio») una domanda di marchio comunitario, in forza del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1), come modificato.

2 Il segno di cui è stata chiesta la registrazione è la tonalità di colore arancio, in quanto tale, tarata con il riferimento HKS7.

3 I prodotti e i servizi per i quali è stata chiesta la registrazione del segno rientrano nelle classi 7, 11, 31 e 42 ai sensi dell'accordo di Nizza 15 giugno 1957, relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, come rivisto e modificato, e corrispondono alla seguente descrizione:

— «Impianti per la preparazione di sementi, ovvero per la purificazione, la disinfezione, la trasformazione in pillole, la calibratura, il trattamento attivante, il controllo di qualità e la setacciatura», ricompresi nella classe 7;

— «Impianti per l'essiccazione di sementi», ricompresi nella classe 11;

— «Prodotti agricoli, orticoli e forestali», ricompresi nella classe 31;

— «Consulenza tecnica ed economica in materia di vivaismo, in particolare nel settore delle sementi», ricompresi nella classe 42.

4 Con decisione 25 marzo 1999, l'esaminatore ha respinto la domanda ai sensi dell'art. 38 del regolamento n. 40/94, poiché il marchio richiesto non era distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), dello stesso regolamento.

5 Il 21 maggio 1999 la ricorrente ha presentato all'Ufficio, ai sensi dell'art. 59 del regolamento n. 40/94, un ricorso contro la decisione dell'esaminatore.

6 Con decisione 19 aprile 2000 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), notificata alla ricorrente il 28 giugno 2000, la seconda commissione di ricorso ha respinto il ricorso. In sostanza, la commissione di ricorso ha considerato che il marchio richiesto fosse privo di carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

Conclusioni delle parti

7 La ricorrente conclude che il Tribunale voglia:

— annullare la decisione impugnata;

— condannare l'Ufficio alle spese.

8 L'Ufficio conclude che il Tribunale voglia:

— respingere il ricorso;

— condannare la ricorrente alle spese.

9 In udienza la ricorrente ha chiesto oralmente al Tribunale di poter limitare l'elenco dei prodotti e servizi indicati nella domanda di registrazione di marchio. In sostanza, l'elenco si limiterebbe ai prodotti e servizi a carattere industriale, per le classi 7 e 11, e a carattere agroindustriale, per le classi 31 e 42. La ricorrente afferma che, grazie a tale delimitazione, risaltano più chiaramente gli ambienti professionali effettivamente interessati.

10 Il convenuto ritiene, da una parte, che tale domanda non possa essere formulata in corso di causa e, d'altra parte, che, anche così inteso, il colore dei prodotti designati non sarebbe distintivo per gli ambienti industriali interessati.

11 In proposito occorre ricordare che la facoltà di limitare l'elenco dei prodotti e servizi spetta unicamente alla richiedente un marchio comunitario che può, in qualsiasi momento, presentare un'istanza in tal senso all'Ufficio nell'ambito delle disposizioni dell'art. 44 del regolamento n. 40/94 nonché della regola 13 del regolamento (CE) della Commissione 13 dicembre 1995, n. 2868, recante modalità di esecuzione del regolamento n. 40/94 (GU L 303, pag. 1).

12 Risulta da tali disposizioni che una limitazione dell'elenco dei prodotti o servizi designati in una domanda di marchio comunitario dev'essere realizzata seguendo particolari modalità. Poiché la domanda presentata oralmente in udienza dalla ricorrente non corrisponde a tali modalità, essa non può essere considerata un'istanza di modifica ai sensi delle citate disposizioni. Infine, dal fascicolo non risulta che la ricorrente abbia presentato un'istanza di modifica nel corso del procedimento dinanzi alla commissione di ricorso [v., tal senso, sentenza del Tribunale 31 gennaio 2001, causa T-24/00, Sunrider/UAMI (VITALITE), Racc. pag. II-449].

13 D'altra parte, ammettere la domanda in parola equivarrebbe a modificare l'oggetto della lite in corso di causa, violando così il principio del contraddittorio. Ai sensi dell'art. 135, n. 4, del regolamento di procedura del Tribunale, le memorie delle parti non possono modificare l'oggetto della controversia dinanzi alla commissione di ricorso. Nel presente contenzioso, il Tribunale ha infatti il compito di verificare la legittimità delle decisioni delle commissioni di ricorso. Orbene, a fortiori, una limitazione dell'elenco dei prodotti e servizi designati e, pertanto, una modifica del pubblico destinatario, nel corso dell'udienza dinanzi al Tribunale, modificherebbero necessariamente il petitum, in contrasto con il regolamento di procedura. Peraltro, ciò non esclude una parziale rinuncia agli atti, che tuttavia non si è verificata nella fattispecie.

14 Alla luce delle considerazioni che precedono, la richiesta di delimitare i prodotti e servizi cui fa riferimento la domanda di marchio della ricorrente va dichiarata irricevibile. Di conseguenza, la presente controversia verte sulla situazione quale esaminata dalla commissione di ricorso.

Sulla domanda di annullamento

15 A sostegno del ricorso, la ricorrente deduce due motivi vertenti, l'uno, sulla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 e, l'altro, sulla violazione degli artt. 73 e 74 del regolamento n. 40/94.

Il motivo vertente sulla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94

Argomenti delle parti

16 La ricorrente afferma che i colori sono percepiti dai clienti come un indicatore della provenienza commerciale dei prodotti di cui trattasi. Ciò risulta dalla pubblicità dell'azienda, che propone la colorazione delle sementi come una modalità per differenziarle dalle sementi dei concorrenti. Essa rileva che ciascun produttore utilizza per le proprie sementi un colore che gli è tipico, considerato peraltro che talune sementi si vendono soltanto in forma colorata.

17 Essa sottolinea che per la colorazione delle sementi sono generalmente utilizzate diverse tonalità di blu, di giallo o di rosso, ma non di arancio, che è di conseguenza un colore di fantasia, insolito e originale per quanto riguarda i prodotti di cui trattasi. Inoltre, la specifica tonalità arancio richiesta, tarata HKS7, non corrisponde al colore naturale dei prodotti di cui trattasi. Pertanto, per la clientela interessata è immediatamente percettibile che, quando sono rivestiti del colore HKS7, tali prodotti provengono da un fornitore ben preciso.

18 Inoltre, la ricorrente respinge la tesi della commissione di ricorso secondo la quale il colore di cui trattasi deve rimanere disponibile. Contrariamente ad altri colori di uso generalizzato, l'arancio è del tutto insolito nel settore professionale considerato. Di conseguenza, i concorrenti non hanno alcun bisogno di utilizzare questo particolare colore.

19 Quanto agli impianti per il trattamento delle sementi, la ricorrente rileva che il colore solitamente impiegato è il rosso e non l'arancio, e che tali impianti si distinguono dalle macchine agricole in generale.

20 Per quanto riguarda i servizi di consulenza tecnica ed economica in materia di vivaismo, la ricorrente deduce che l'unico riferimento, dedotto dall'Ufficio soltanto in questo stadio del procedimento, ad un'impresa olandese che si avvale del colore arancio per servizi consistenti nell'offerta di mezzi pubblicitari e di diffusione di informazione per il settore agricolo non presenta alcun nesso con i servizi proposti dalla ricorrente e non è quindi sufficiente a dimostrare il carattere abituale del colore arancio nello specifico settore dei servizi menzionati.

21 L'Ufficio ritiene che un colore in sé, per poter costituire un marchio, debba essere in grado di contraddistinguere i prodotti e servizi di cui trattasi senza che occorra una preventiva informazione del pubblico affinché esso riconosca che si tratta di

un marchio. Il colore deve permettere, in quanto tale e senza elementi aggiuntivi, di identificare l'origine commerciale dei prodotti e servizi cui esso è associato senza trasmettere ai consumatori altre informazioni.

22 Quanto alle sementi, l'Ufficio sottolinea che alcuni di tali prodotti sono, per loro natura, di colore arancio. Pertanto, il consumatore assocerà il colore ai prodotti e non alla loro origine commerciale. L'Ufficio rileva che il colore ha la funzione di avvertire il consumatore di certe caratteristiche particolari, come un trattamento del prodotto o una sua modalità di impiego, e non di indicarne l'origine commerciale. Ne conclude che, anche qualora il colore abbia lo scopo di indicare una tale origine, soltanto una prassi costante e seria potrebbe finire con l'ingenerare nel consumatore un'associazione mentale tra un colore ed un produttore.

23 Quanto alle macchine agricole, l'Ufficio nota che il colore arancio, in tutte le sue tonalità, è ampiamente utilizzato. Per giunta, l'arancio è il colore naturale del minio di piombo, che è un anticorrosivo utilizzato su tali macchinari. Di conseguenza, il colore arancio HKS7 non è percepito come indice dell'origine commerciale degli apparecchi, bensì come un elemento decorativo o funzionale. Inoltre, l'Ufficio sostiene che, tenuto conto delle loro caratteristiche e della loro destinazione, gli impianti di trattamento delle sementi rientrano nella categoria generale delle macchine agricole, per le quali l'uso di varie tonalità di rosso e di arancio è corrente.

24 Quanto ai servizi, l'Ufficio osserva che, in tutti i rami di attività, i colori sono utilizzati a fini decorativi e non sono quindi percepiti dal consumatore come indici dell'origine commerciale dei prodotti, bensì come un semplice elemento decorativo di una presentazione commerciale. Nella specie, l'Ufficio ritiene che non vi siano indizi che consentano al consumatore di collegare il colore di cui trattasi all'identificazione dell'origine commerciale dei servizi. Peraltro, esso rileva che almeno un concorrente della ricorrente utilizza il colore arancio, e che tale colore non può quindi essere considerato come totalmente eccezionale per tali servizi.

Giudizio del Tribunale

25 Occorre rilevare anzitutto che i colori o le combinazioni di colori, in quanto tali, sono idonei a costituire un marchio comunitario a condizione che siano adatti a distinguere i prodotti o servizi di un'impresa da quelli di altre imprese.

26 Tuttavia, l'idoneità generale di una categoria di segni a costituire un marchio non implica che i segni appartenenti a tale categoria posseggano necessariamente, in relazione ad un dato prodotto o servizio, carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

27 I segni privi di carattere distintivo di cui all'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 sono inidonei a svolgere la funzione essenziale del marchio, vale a dire quella di identificare l'origine del prodotto o del servizio, allo scopo di consentire al consumatore che acquista il prodotto o il servizio designato dal marchio di fare, in occasione di un acquisto successivo, la medesima scelta, qualora l'esperienza si riveli positiva, oppure un'altra scelta, ove l'esperienza si riveli negativa.

28 Il carattere distintivo di un segno può essere valutato soltanto in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali è stata chiesta la registrazione, da un lato, e in relazione alla comprensione che ne ha il pubblico interessato, dall'altro.

29 Occorre inoltre rilevare che l'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 non fa distinzione tra i segni di natura diversa. Tuttavia, la percezione del pubblico interessato non è necessariamente la stessa nel caso di un segno costituito da un colore o da una combinazione di colori, in quanto tali, e nel caso di un marchio

denominativo o figurativo, che consiste in un segno indipendente dall'aspetto dei prodotti che esso indica. Infatti, se il pubblico ha l'abitudine di percepire immediatamente marchi denominativi o figurativi come segni di identificazione dell'origine commerciale del prodotto, lo stesso non vale necessariamente allorché il segno si confonde con l'aspetto esteriore del prodotto, o qualora il segno sia costituito soltanto da un colore o da colori utilizzati per annunciare i servizi.

30 Occorre rilevare infine che i colori o le combinazioni di colori possono avere svariate funzioni, in particolare tecnica, decorativa o indicativa dell'origine commerciale di un prodotto o di un servizio. In proposito, nei limiti in cui il pubblico interessato percepisce il segno come indicazione dell'origine commerciale del prodotto o del servizio, il fatto che tale segno svolga svariate funzioni simultanee non incide sul suo carattere distintivo.

31 Nella specie la commissione di ricorso ha rilevato che «i prodotti e servizi [di cui trattasi] non sono beni di uso quotidiano, ma si indirizzano ad una clientela specializzata, che opera in un settore speciale». Va considerato che il pubblico interessato è un pubblico particolare, che dispone di un grado di conoscenza e di attenzione superiore a quello del pubblico in generale. Pur tuttavia, tale pubblico non è né specialista di ciascuno dei prodotti o dei servizi individualmente considerati, come sembra suggerire la ricorrente, né un pubblico di non professionaisti, costituito dagli ambienti interessati in generale, come lo ha definito l'Ufficio in udienza.

32 Per quanto riguarda i prodotti agricoli, orticoli e forestali rientranti nella classe 31, e in particolare le sementi — il prodotto segnalato più specificamente dalla ricorrente —, occorre rilevare che, tenuto conto della loro natura, segnatamente della loro taglia e forma, che possono rendere difficile l'apposizione di un marchio denominativo o figurativo, siccome il grado di conoscenza del pubblico interessato gli consente di distinguere immediatamente la tonalità di colore rivendicata dal colore naturale dei prodotti in discorso, tale pubblico può

accorgersi che si tratta di un elemento specifico del prodotto, che consente di identificarne l'origine commerciale. Inoltre, poiché le sementi sono destinate ad essere interrate e quindi sottratte alla percezione visiva, il pubblico interessato non è indotto a pensare che la tonalità di colore assolva una funzione decorativa o estetica, ma che è stata utilizzata appunto per distinguere i prodotti così colorati dai prodotti aventi un'altra origine commerciale.

33 Cionondimeno, come ha rilevato la commissione di ricorso al punto 18 della decisione impugnata, l'utilizzo dei colori, ivi compresa la tonalità di arancio richiesta o tonalità molto affini, non è raro per questi prodotti. Pertanto, il segno domandato non consentirà al pubblico interessato di distinguere in maniera immediata e certa i prodotti della ricorrente da quelli di altre imprese colorati con altre tonalità di arancio.

34 Peraltro, quand'anche questo colore non fosse abituale per certe categorie di sementi, come quelle del mais o delle barbabietole cui la ricorrente ha fatto riferimento in udienza, occorre rilevare che altri colori sono utilizzati da alcune imprese anche per indicare che le sementi hanno subìto un trattamento.

35 In proposito occorre rammentare che il pubblico interessato dispone di un grado di conoscenza particolare, come rilevato supra al punto 31, quantomeno sufficiente per non ignorare che i colori delle sementi possono servire, tra l'altro, ad indicare che esse sono state trattate. Pertanto, come ha rilevato la commissione di ricorso, il pubblico pertinente non percepirà il colore domandato come un'indicazione dell'origine commerciale delle sementi in questione.

36 Siffatta conclusione non è inficiata dall'argomento della ricorrente secondo il quale il colore domandato non ha, per i suoi prodotti, alcuna funzione tecnica ai fini della preparazione delle sementi.

37 Infatti, tenuto conto dell'utilizzazione dei colori in generale a fini tecnici nel settore di cui trattasi, il pubblico interessato non può escludere a priori l'ipotesi che l'arancio sia, o possa essere, utilizzato per indicare che le sementi sono state trattate. Pertanto, se non è stato precedentemente avvertito, il pubblico pertinente non può dedurre che il colore arancio domandato rappresenti l'indicazione dell'origine commerciale delle sementi.

38 Peraltro, la domanda di marchio non è limitata alle sementi di barbabietola da zucchero e di mais, e, pertanto, dev'essere valutata rispetto alle sementi in generale, categoria menzionata in quanto esempio dei prodotti agricoli di cui trattasi nella domanda di marchio, e non rispetto a sementi di una specie particolare designata specificamente.

39 Per quanto riguarda gli impianti di trattamento, rientranti nelle classi 7 e 11, occorre rilevare che tali prodotti appartengono alla categoria generale delle macchine agricole. La ricorrente non ha dedotto elementi che — per la natura di tali impianti, la loro destinazione o le loro modalità di commercializzazione — permettano di enucleare una categoria particolare di prodotti per la quale alcuni colori non sarebbero comunemente impiegati. Inoltre, il pubblico interessato è anche il consumatore medio, nella fattispecie quello dell'insieme delle macchine agricole, e non un pubblico altamente specifico, dotato di un'attenzione o di conoscenze tali da influenzare la percezione dei colori che rivestono le macchine agricole e particolarmente accorto riguardo ai soli impianti di trattamento.

40 Alla luce di tali considerazioni, giustamente la commissione di ricorso ha constatato, al punto 21 della decisione impugnata, che non è raro incontrare macchine che abbiano questo colore o un colore simile. Occorre rilevare che, essendo abituale, l'arancio non consentirà al pubblico pertinente di distinguere in maniera immediata e certa gli impianti della ricorrente dalle macchine colorate con tonalità di arancio simili, aventi un'altra origine commerciale. Pertanto, il pubblico interessato percepirà piuttosto il colore in parola come un semplice elemento di finitura dei prodotti di cui trattasi.

41 Per quanto riguarda i servizi rientranti nella classe 42, come risulta dal punto 21 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha ritenuto che, in assenza di elementi integrativi, grafici o denominativi, la tonalità di colore domandata non sarà considerata un'indicazione di origine.

42 Occorre rilevare in proposito, in primo luogo, che, per quanto riguarda i servizi, un colore non si applica al servizio stesso, che è per sua natura incolore, e non gli conferisce alcun valore sostanziale. Il pubblico interessato può quindi distinguere l'uso di un colore corrispondente a un semplice elemento decorativo dal suo utilizzo in quanto indicatore dell'origine commerciale del servizio. Infatti, in mancanza, in particolare, di elementi denominativi, il pubblico interessato può comprendere immediatamente se il colore utilizzato in connessione con i servizi risulti da una scelta arbitraria effettuata dall'impresa che propone i detti servizi.

43 Su questo punto occorre rilevare che, nell'esempio scelto dall'Ufficio per illustrare il carattere abituale del colore arancio per i servizi in una presentazione commerciale, il colore è impiegato come elemento di un logotipo, in combinazione con altri colori e in maniera secondaria rispetto a un segno denominativo predominante, e non in quanto tale.

44 Occorre rilevare, in secondo luogo, che, ove non si dimostri che tale colore adempie altre funzioni più immediate, esso può essere facilmente e immediatamente memorizzato dal pubblico pertinente in quanto segno distintivo per i servizi designati. In proposito, la debole comunicatività di un marchio del genere, derivante dal fatto che quest'ultimo, in mancanza di elementi grafici supplementari, non consente di per sé di identificare la ricorrente in quanto prestatore dei servizi in questione, non incide sul suo carattere distintivo. Non è infatti necessario che il segno domandato trasmetta un'informazione precisa in ordine all'identità del prestatore di servizi. È sufficiente che il marchio consenta al pubblico interessato di distinguere il servizio che esso designa da quelli aventi una diversa origine commerciale.

45 Inoltre, poiché il colore rivendicato per servizi particolari corrisponde ad una tonalità specifica, restano disponibili numerosi colori per servizi identici o simili. Pertanto, a torto la commissione di ricorso ha rilevato che la registrazione del segno rappresenterebbe una limitazione indebita alla scelta dei concorrenti di utilizzare il colore per presentare i propri servizi o identificare la propria impresa.

46 Di conseguenza, occorre concludere che il segno costituito dalla tonalità arancio in quanto tale è in grado di consentire al pubblico interessato di distinguere i servizi di cui trattasi da quelli aventi un'origine commerciale diversa, quando si troverà ad effettuare la propria scelta al momento di un acquisto successivo.

47 Dall'insieme delle considerazioni che precedono risulta che il motivo vertente sulla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 dev'essere accolto per quanto riguarda i servizi rientranti nella classe 42 e respinto per quanto riguarda l'insieme dei prodotti agricoli, orticoli e forestali rientranti nella classe 31, e degli impianti di trattamento di cui alle classi 7 e 11.

Il motivo vertente sulla violazione degli artt. 73 e 74 del regolamento n. 40/94

Argomenti delle parti

48 La ricorrente sottolinea che l'art. 73 del regolamento n. 40/94 impone all'Ufficio di motivare le proprie decisioni. Tale obbligo mira ad imporre all'amministrazione di istruire accuratamente la propria decisione sulla scorta di ricerche di fatto.

49 La ricorrente deduce di non aver ricevuto comunicazione dei documenti sui quali l'Ufficio si è fondato per adottare la propria decisione, il che le impedisce di verificare la pertinenza delle ricerche da esso svolte, di comprenderne il ragionamento e la fondatezza ed eventualmente di contestare le conclusioni che sono state tratte. La ricorrente ritiene pertanto che sia stato leso il suo diritto al contraddittorio, e di essere stata privata della possibilità di limitare l'elenco dei prodotti e servizi contenuto nella domanda.

50 Inoltre, secondo la ricorrente, qualunque decisione, conformemente all'art. 74, n. 1, del regolamento n. 40/94, deve essere fondata su fatti concreti. Nella fattispecie l'esistenza di decisioni analoghe a quella impugnata non fa venir meno l'esigenza di motivazione nell'ambito del procedimento di cui trattasi.

51 L'Ufficio osserva che occorre distinguere tra l'obbligo di motivazione e un onere di provare in maniera inconfutabile la sussistenza dei fatti e l'esattezza in diritto della motivazione.

52 Esso sottolinea che l'art. 73 del regolamento va interpretato alla luce della giurisprudenza comunitaria che subordina il grado di accuratezza della motivazione alla natura dell'atto di cui trattasi e al contesto in cui esso è stato adottato.

53 L'Ufficio rileva che, concedendo alla ricorrente la possibilità eccezionale di presentare una replica, il Tribunale ha appunto inteso offrirle l'occasione di contestare la pertinenza delle allegazioni svolte dall'Ufficio e dei documenti prodotti a loro sostegno.

Giudizio del Tribunale

54 Occorre rilevare, in primo luogo, che l'obbligo di motivazione delle decisioni dell'Ufficio è sancito dall'art. 73, prima frase, del regolamento n. 40/94.

55 Tale motivazione deve consentire di far conoscere, se del caso, le ragioni del rigetto della domanda di registrazione e di contestare efficacemente la decisione controversa [v., in tal senso, sentenze del Tribunale 31 gennaio 2001, causa T-135/99, Taurus-Film/UAMI (Cine Action), Racc. pag. II-379, punto 35, e causa T-136/99, Taurus-Film/UAMI (Cine Comedy), Racc. pag. II-397, punto 35].

56 Nella fattispecie, risulta dalla decisione impugnata che la commissione di ricorso indica i vari criteri utilizzati per accertare se un colore sia distintivo, in particolare la percezione del colore richiesto da parte della «clientela destinataria» e il carattere abituale di tale colore, nonché l'impiego che ne viene fatto per quanto riguarda i vari prodotti e servizi considerati. La motivazione della decisione impugnata, ancorché succinta, consente alla ricorrente di conoscere le ragioni del rigetto della sua domanda di registrazione per ciascuno dei prodotti e servizi designati. Inoltre, sul punto più complesso relativo alla presenza o all'assenza di colori sulle sementi, la commissione di ricorso ha elaborato una motivazione più precisa, includendo riferimenti agli elementi di fatto utilizzati. Pertanto, la ricorrente ha avuto a disposizione gli elementi necessari per comprendere la decisione impugnata e contestarne la legittimità dinanzi al giudice comunitario.

57 Occorre rilevare in secondo luogo che, ai sensi dell'art. 73 del regolamento n. 40/94, le decisioni dell'Ufficio devono essere fondate eclusivamente su motivi in ordine ai quali le parti abbiano potuto presentare le proprie deduzioni.

58 Per quanto riguarda gli argomenti della ricorrente vertenti sul fatto di non avere ricevuto comunicazione dei documenti sui quali la commissione di ricorso si è fondata per adottare la decisione impugnata, e di non aver potuto presentare osservazioni su di essi, occorre rilevare che tali documenti non le erano indispensabili per comprendere la decisione ed eventualmente avvalersi del proprio diritto di limitare l'elenco dei prodotti e servizi designati. Risulta infatti nella motivazione del suo ricorso dinanzi alla commissione di ricorso che la ricorrente conosceva, in sostanza, gli argomenti e gli elementi che sarebbero stati esaminati dalla commissione per invalidare o confermare la decisione dell'esaminatore e, con ciò, che la ricorrente ha avuto la possibilità di esprimersi in proposito.

59 Di conseguenza, la commissione di ricorso, omettendo di comunicare alla ricorrente alcuni documenti utilizzati unicamente al fine di istruire e di fondare la decisione impugnata su motivi e su un ragionamento già noti alla ricorrente, non ha contravvenuto all'art. 73 del regolamento n. 40/94.

60 Inoltre, per quanto riguarda l'obbligo per l'odierno convenuto di esaminare d'ufficio i fatti, in conformità all'art. 74, n. 1, del regolamento n. 40/94, si deve rilevare che la commissione di ricorso ha effettivamente esaminato e utilizzato una serie di fatti pertinenti per valutare il carattere distintivo del segno con riferimento ai vari prodotti e servizi ricompresi nella domanda di marchio. In proposito, le decisioni analoghe a quella impugnata, adottate precedentemente dall'Ufficio, o gli esempi reperiti su Internet, né servono a sostituirsi al ragionamento svolto nella decisione impugnata, né costituiscono fatti nuovi che non sarebbero stati esaminati d'ufficio, bensì elementi integrativi dedotti dall'Ufficio nelle sue memorie scritte per permettere di verificare il fondamento giuridico della decisione impugnata.

61 Alla luce delle considerazioni che precedono, il motivo vertente sulla violazione degli artt. 73 e 74 va respinto.

Sulle spese

62 Ai sensi dell'art. 87, n. 3, del regolamento di procedura, se le parti soccombono rispettivamente su uno o più capi il Tribunale può ripartire le spese. Nella fattispecie, atteso che il ricorso è stato accolto soltanto per la categoria dei servizi, si deve disporre che la parte ricorrente sopporterà le proprie spese nonché i due terzi delle spese della parte convenuta.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Seconda Sezione)

dichiara e statuisce:

1) La decisione della seconda commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI) 19 aprile 2000 (procedimento R 282/1999-2) è annullata per quanto riguarda i servizi ricompresi nella classe 42.

2) **Per il resto, il ricorso è respinto.**

3) **La ricorrente sopporterà le proprie spese nonché i due terzi delle spese della convenuta. Quest'ultima sopporterà un terzo delle proprie spese.**

Moura Ramos Pirrung Meij

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 9 ottobre 2002.

Il cancelliere

H. Jung

Il presidente

R.M. Moura Ramos