SENTENZA DEL TRIBUNALE (Quarta Sezione)
27 febbraio 2002 *

Nella causa T-34/00,

Eurocool Logistik GmbH, con sede in Linz (Austria), rappresentata dall'avv. G. Secklehner, con domicilio eletto in Lussemburgo,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato dai sigg. O. Montalto, E. Joly e G. Schneider, in qualità di agenti,

convenuto,

avente ad oggetto il ricorso proposto contro la decisione della prima commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) 9 dicembre 1999 (procedimento R 233/1999-1), riguardante la registrazione del vocabolo EUROCOOL come marchio comunitario,

* Lingua processuale: il tedesco.

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

composto dal sig. P. Mengozzi, presidente, dalla sig.ra V. Tiili e dal sig. R.M. Moura Ramos, giudici,

cancelliere: sig.ra D. Christensen, amministratore

visto il ricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 21 febbraio 2000,

visto il controricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 20 giugno 2000,

in seguito alla trattazione orale del 14 giugno 2001,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Antefatti della controversia

1 Il 6 giugno 1996 la ricorrente presentava all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (in prosieguo: l'«Ufficio») una

domanda di marchio denominativo 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 marchio per il quale è stata chiesta la registrazione è il vocabolo EUROCOOL.

3 I servizi per i quali è stata richiesta la registrazione rientrano nelle classi 39 e 42 dell'Accordo di Nizza 15 giugno 1957, sulla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, come rivisto e modificato, e corrispondono, per ogni classe, alla seguente descrizione:

classe 39: «Immagazzinamento e deposito merci, in particolare merci da frigo e surgelate; consulenza e informazioni in materia di immagazzinamento merci, in particolare merci da frigo e surgelate; noleggio di magazzini; trasporto di merci surgelate con autoveicoli e furgoni; consulenza e informazioni in materia di trasporto merci da frigo e surgelate; noleggio di celle frigorifere, freezer e dispositivi di immagazzinamento per merci da frigo e surgelate»;

classe 42: «Ideazione di sistemi logistici [in particolare] per il trasporto e la conservazione di merci da frigo e surgelate; progettazione di software per l'immagazzinamento, il commissionamento e il trasporto di merci da frigo e surgelate».

4 Con comunicazione 5 novembre 1998 l'esaminatore informava la ricorrente che il vocabolo EUROCOOL non sembrava registrabile essendo privo del carattere distintivo, ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, in relazione ai servizi cui si riferiva la domanda di marchio.

5 Con decisione 11 marzo 1999 l'esaminatore respingeva la domanda, ai sensi dell'art. 38 del regolamento n. 40/94, per il motivo indicato nella sua comunicazione 5 novembre 1998.

6 Il 10 maggio 1999 la ricorrente proponeva presso l'Ufficio un ricorso contro la decisione dell'esaminatore, ai sensi dell'art. 59 del regolamento n. 40/94.

7 Con decisione 9 dicembre 1999 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), notificata alla ricorrente il 15 dicembre 1999, la commissione di ricorso confermava il rigetto dell'esaminatore (punto 1 del dispositivo della decisione impugnata), perché il vocabolo EUROCOOL era privo di carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 ed era esclusivamente descrittivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. c), dello stesso regolamento. Inoltre, il ricorso veniva rinviato all'esaminatore per la prosecuzione del procedimento in merito alla prova dell'acquisizione del carattere distintivo, ai sensi dell'art. 7, n. 3, del regolamento citato (punto 2 del dispositivo della decisione impugnata).

8 La commissione di ricorso ha ritenuto, in sostanza, che la decisione dell'esaminatore fosse fondata, dato che il vocabolo EUROCOOL designa attività di immagazzinamento e trasporto di prodotti da frigo nello spazio europeo. A parere della commissione di ricorso la combinazione di parole EUROCOOL, rispondente alle regole d'uso della lingua inglese, è composta da un termine di uso corrente, «COOL» (freddo), che indica il tipo di servizi interessati, e da un prefisso di uso non meno corrente, «EURO», che indica l'area geografica prevista per tali servizi.

Conclusioni delle parti

9 La ricorrente chiede che il Tribunale voglia:

— annullare il punto 1 del dispositivo della decisione impugnata;

— rinviare la domanda di marchio all'Ufficio per proseguire il procedimento di registrazione;

— in via subordinata, annullare parzialmente il punto 1 del dispositivo della decisione impugnata e rinviare la domanda di marchio all'Ufficio per proseguire il procedimento di registrazione per i servizi seguenti:

classe 39: «Immagazzinamento merci surgelate; noleggio di magazzini; consulenza e informazioni in materia di immagazzinamento merci surgelate; trasporto di merci surgelate con autoveicoli e furgoni; consulenza e informazioni in materia di trasporto merci surgelate; noleggio di celle frigorifere, di freezer e dispositivi di immagazzinamento per merci surgelate»;

classe 42: «Ideazione di sistemi logistici per il trasporto di merci surgelate; progettazione di software per l'immagazzinamento, il commissionamento e il trasporto di merci surgelate»;

— oppure, in ulteriore subordine, per i servizi seguenti:

classe 39: «Immagazzinamento merci; noleggio di magazzini; consulenza e informazioni in materia di immagazzinamento merci»;

classe 42: «Ideazione di sistemi logistici»;

— condannare l'Ufficio alla totalità delle spese, ivi comprese quelle derivanti dal procedimento innanzi alla commissione di ricorso.

10 L'Ufficio chiede che il Tribunale voglia:

— respingere le conclusioni della ricorrente;

— condannare la ricorrente alle spese.

In diritto

Sulla domanda principale e su quella in subordine dirette al rinvio della causa all'Ufficio per il proseguimento del procedimento di registrazione

11 La ricorrente chiede al Tribunale di rinviare la causa all'Ufficio e di ingiungere a quest'ultimo di proseguire il procedimento di registrazione.

12 Conformemente all'art. 63, n. 6, del regolamento n. 40/94, l'Ufficio è tenuto a prendere i provvedimenti necessari per conformarsi alla sentenza del giudice comunitario. Di conseguenza, non spetta al Tribunale rivolgere ingiunzioni all'Ufficio. Incombe, infatti, a quest'ultimo trarre le conseguenze dal dispositivo e dalla motivazione della presente sentenza [sentenza del Tribunale 31 gennaio 2001, causa T-331/99, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/UAMI (Giroform), Racc. pag. II-433, punto 33]. Le domande di cui trattasi sono pertanto irricevibili.

Sulla domanda di annullamento del punto 1 del dispositivo della decisione impugnata

13 La ricorrente fa valere tre motivi relativi, il primo, in sostanza, alla violazione dei suoi diritti della difesa, il secondo, alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 e, il terzo, alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del medesimo regolamento.

Sul primo motivo, relativo alla violazione dei diritti della difesa

— Argomenti delle parti

14 La ricorrente sottolinea che la decisione dell'esaminatore 11 marzo 1999 è basata unicamente sull'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 e che la decisione impugnata, invece, è basata sull'art. 7, n. 1, lett. b) e c), del medesimo regolamento. A parere della ricorrente, l'esaminatore avrebbe dovuto basarsi anche sull'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94. Ammettere il contrario equivarrebbe, secondo la ricorrente, a permettere agli esaminatori di far valere in ogni momento nuovi impedimenti che potrebbero essere letti «tra le righe» di una eventuale motivazione volutamente generica.

15 In udienza, la ricorrente affermava che, quando nel ricorso aveva fatto riferimento agli esaminatori, essa intendeva parlare dell'esaminatore e della commissione di ricorso e aveva intenzione di lamentarsi in particolar modo del fatto che la commissione di ricorso aveva avanzato un nuovo impedimento assoluto alla registrazione senza darle la possibilità di pronunciarsi al riguardo, dato che esso non era stato menzionato nella decisione 11 marzo 1999. Inoltre, faceva valere che nella memoria contenente i motivi per cui contestava tale decisione innanzi alla commissione di ricorso essa, per precauzione, aveva fatto riferimento, in via incidentale, all'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 ed aggiungeva che, se questo articolo fosse stato invocato dall'esaminatore, essa avrebbe potuto soffermarsi in maniera più ampia sul carattere non descrittivo del vocabolo in questione.

16 L'Ufficio sostiene che il motivo relativo al vizio di motivazione, invocato dalla ricorrente, è irricevibile perché riguarda la decisione dell'esaminatore e non quella della commissione di ricorso che è la decisione impugnata innanzi al Tribunale.

— Giudizio del Tribunale

17 L'esaminatore ha respinto la domanda di marchio EUROCOOL perché priva di carattere distintivo, ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, in relazione ai servizi richiesti. La commissione di ricorso ha fatto valere che il vocabolo in questione contrastava non solo con l'impedimento assoluto previsto dall'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, ma anche con quello previsto dall'art. 7, n. 1, lett. c), del medesimo regolamento.

18 Considerando le affermazioni della ricorrente nel loro insieme, occorre osservare che, in sostanza, essa sostiene, da una parte, che la commissione di ricorso avrebbe potuto pronunciarsi sull'impedimento assoluto alla registrazione ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 solo se l'esaminatore l'avesse fatto egli stesso; dall'altra, essa rileva che la commissione di ricorso ha applicato d'ufficio un impedimento assoluto che non era stato invocato dall'esaminatore, senza che essa sia stata previamente invitata a presentare le sue osservazioni.

19 Di conseguenza, il motivo invocato dalla ricorrente, che consiste, di fatto, nell'invocare la violazione dei diritti della difesa, è ricevibile per quanto riguarda la decisione impugnata.

20 A tale proposito va innanzitutto rilevato che, il principio della tutela dei diritti della difesa è sancito all'art. 73 del regolamento n. 40/94, ai sensi del quale le decisioni dell'Ufficio devono essere fondate esclusivamente su motivi in ordine ai quali le parti hanno potuto presentare le proprie deduzioni.

21 Peraltro, il rispetto dei diritti della difesa costituisce un principio generale del diritto comunitario, secondo cui qualora i provvedimenti della pubblica autorità ledano in maniera rilevante gli interessi dei destinatari, come nella fattispecie, questi ultimi devono essere messi in grado di esporre, in maniera adeguata, le loro difese (sentenza della Corte 23 ottobre 1974, causa 17/74, Transocean Marine Paint/Commission, Racc. pag. 1063, punto 15).

22 Infine, dalla giurisprudenza del Tribunale emerge che la commissione di ricorso, non offrendo alla ricorrente l'opportunità di pronunciarsi sull'applicazione degli impedimenti assoluti da essa accertati d'ufficio, viola i diritti della difesa [sentenza del Tribunale 16 febbraio 2000, causa T-122/99, Procter & Gamble/ UAMI (Forma di un sapone), Racc. pag. II-265, punto 47].

23 Nella fattispecie, per quanto riguarda la decisione dell'esaminatore, essa è motivata da un'analisi linguistica di ciascun elemento che compone il vocabolo in questione, segnatamente l'abbreviazione «EURO» e l'aggettivo «COOL». A parere dell'esaminatore, la combinazione di queste due parole usuali non conferisce al vocabolo EUROCOOL un carattere distintivo e di fantasia. Pertanto, il rigetto da parte dell'esaminatore della domanda di marchio comunitario è stata motivata unicamente con l'assenza di carattere distintivo del vocabolo in questione. Non è stato giustificato dal carattere descrittivo di quest'ultimo.

24 Per quanto riguarda la decisione impugnata, essa è basata su due impedimenti assoluti alla registrazione, l'assenza di carattere distintivo e la natura esclusivamente descrittiva del vocabolo «EUROCOOL». Riguardo a quest'ultimo motivo, la commissione di ricorso osserva che l'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 vieta la concessione ad un'impresa del diritto esclusivo di utilizzare, in commercio, un vocabolo che si limiti a descrivere, in una forma usuale, la qualità o la destinazione dei prodotti e dei servizi per i quali è chiesto. Inoltre, essa sostiene che una tale indicazione deve imperativamente rimanere disponibile per un uso generale, dato che i concorrenti hanno un interesse legittimo a poterla utilizzare liberamente (punto 12 della motivazione della decisione impugnata).

Orbene, tali argomenti, che giustificano esclusivamente l'applicazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94, non erano menzionati nella decisione dell'esaminatore.

25 Anche ammettendo che gli elementi che possono essere alla base degli impedimenti assoluti di cui all'art. 7, n. 1, lett. b) e c), del regolamento n. 40/94 possano intersecarsi in un certo qual modo, è pur vero che tali impedimenti hanno ciascuno un settore proprio d'applicazione [v., in tal senso, sentenza del Tribunale 7 giugno 2001, causa T-359/99, DKV/UAMI (EuroHealth), Racc. pag. II-1645, punto 48]. Infatti gli impedimenti assoluti sanciti dall'art. 7, n. 1, lett. b) e c), del regolamento n. 40/94 non possono essere ridotti, al fine di equipararli, all'assenza di carattere distintivo, dal momento che sono formulati in due disposizioni distinte.

26 Va quindi accolto il primo motivo, relativo alla violazione dei diritti della difesa, in quanto la commissione di ricorso ha applicato l'impedimento assoluto previsto dall'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 segnatamente sulla base di un'esigenza imperativa di tutelare il libero uso delle indicazioni descrittive, senza concedere alla ricorrente la possibilità di illustrare adeguatamente le proprie difese riguardo a questo impedimento assoluto, e sulla base del ragionamento addotto a sostegno.

27 Di conseguenza il Tribunale non deve esaminare nel merito il secondo motivo, relativo alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94. E' tuttavia necessario verificare se la commissione di ricorso abbia correttamente considerato il vocabolo «EUROCOOL» privo di carattere distintivo.

Sul terzo motivo, relativo alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94

— Argomenti delle parti

28 La ricorrente sostiene che, contrariamente a quanto ritenuto dalla commissione di ricorso, la combinazione delle parole «EURO» e «COOL» nel vocabolo «EUROCOOL» conferisce a quest'ultimo diversi possibili significati nonché un carattere distintivo, perché tale vocabolo deve essere considerato nel suo insieme e non analizzandone le singole componenti. Per di più, a parere della ricorrente, il marchio contestato può essere registrato perché si tratta della creazione di una parola di fantasia.

29 Per quanto riguarda la parola «EURO», la ricorrente ritiene che la maggior parte dei cittadini dell'Unione europea la collegherebbe spontaneamente alla nuova moneta unica e non la percepirebbe come indicazione geografica. Per quanto riguarda l'aggettivo «COOL», la ricorrente fa valere che gli possono essere attribuiti più significati, diversi da quelli indicati nella decisione impugnata. Quanto al vocabolo EUROCOOL, la ricorrente afferma che esso deriva da un accostamento inusuale di due parole e suggerisce solo che i servizi che essa propone si riferiscono a consulenze ed informazioni riguardanti un «ambiente cool (fresco) con gli euro» ed a sistemi logistici a ciò relativi.

30 Inoltre, la ricorrente ricorda che, secondo la prassi abituale dell'Ufficio, dall'espressione «priva di carattere distintivo», di cui all'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, si può dedurre che un carattere distintivo minimo è sufficiente ed è in conformità a tale disposizione che bisogna valutare se una parola possiede tale carattere, indipendentemente dal fatto che essa abbia oppure no natura descrittiva.

31 La ricorrente sostiene che, anche se il vocabolo EUROCOOL dovesse avere un carattere distintivo ridotto, esso comporta un elemento innovatore, tanto più che non si trova in alcun dizionario tedesco o inglese.

32 L'Ufficio, così come la commissione di ricorso, ritiene che il vocabolo EUROCOOL verrebbe immediatamente percepito, da parte di un pubblico anglofono, come un termine che rinvia banalmente al fatto che i servizi cui si riferisce sono servizi europei di trasporto, di immagazzinamento o di deposito attrezzati con un sistema di refrigerazione e, persino, che tale sistema di refrigerazione è conforme alle norme previste dalla regolamentazione comunitaria vigente. Una tale combinazione, priva di elementi di fantasia, si limita a dare una informazione essenziale sui servizi ai quali si applica.

33 L'Ufficio ricorda che la parola «EURO» viene utilizzata, secondo il dizionario *Collins Cobuild English Dictionary* (edizione 1992), per creare parole che descrivono o rinviano a qualcosa che riguarda l'Europa o l'Unione europea. L'elemento «EURO» viene così frequentemente associato ad altri termini per costituire il prefisso di parole nuove. L'Ufficio respinge così l'argomentazione della ricorrente secondo cui l'introduzione della moneta unica avrebbe modificato una tale accezione della parola «EURO», dal momento che l'entrata in vigore dell'euro non ha avuto alcuna incidenza sulla costruzione delle parole composte con il prefisso «EURO».

34 L'Ufficio fa valere che la parola «COOL», in quanto aggettivo, significa «moderatamente freddo, gradevole e rinfrescante, in opposizione a grande caldo e a freddo». Questo significato della parola «COOL», a parere dell'Ufficio, non può sfuggire ai professionisti dei prodotti alimentari interessati ai quali si rivolgono i servizi designati dal vocabolo EUROCOOL.

35 Inoltre, l'Ufficio ritiene che la combinazione dei termini «EURO» e «COOL» non contenga alcun elemento distintivo, dal momento che queste due parole sono

state combinate tenendo dovutamente conto delle regole linguistiche. Tra l'altro, il vocabolo in questione non contiene alcun elemento di fantasia. Infine, l'Ufficio sostiene che la circostanza che la parola EUROCOOL non compaia in alcun dizionario o enciclopedia non basta ad attribuirgli il carattere distintivo minimo richiesto.

— Giudizio del Tribunale

36 Ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, sono esclusi dalla registrazione «i marchi privi di carattere distintivo». Inoltre, l'art. 7, n. 2, del regolamento n. 40/94 stabilisce che «il paragrafo 1 si applica anche se le cause d'impedimento esistono soltanto per una parte della Comunità».

37 I segni a cui si riferisce l'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 sono considerati incapaci di esercitare la funzione essenziale del marchio, segnatamente quella di identificare l'origine commerciale del prodotto o del servizio per permettere così al consumatore che acquista il prodotto o il servizio indicato dal marchio di fare la stessa scelta al momento di un acquisto ulteriore, se l'esperienza si rivela positiva, o di fare un'altra scelta, se essa si rivela negativa.

38 Il carattere distintivo di un marchio deve essere valutato, da una parte, in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali la registrazione del segno è richiesta [v. sentenza del Tribunale 26 ottobre 2000, causa T-345/99, Harbinger/UAMI (TRUSTEDLINK), Racc. pag. II-3525, punto 32] e, dall'altra, in relazione alla percezione da parte del pubblico cui ci si rivolge, costituito dai consumatori di tali prodotti e servizi.

39 Infine, dalla lettera dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 discende che un carattere minimamente distintivo è sufficiente affinché non sia applicato l'impedimento definito in tale disposizione.

40 Nella fattispecie è giocoforza constatare, innanzitutto, che la commissione di ricorso non ha elaborato un'analisi sufficiente relativa all'applicazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

41 Infatti, la commissione di ricorso fa valere che, secondo il dizionario inglese *Collins Cobuild English Dictionary* (edizione 1995), il prefisso «EURO» è usato per comporre parole che descrivono o alludono a cose relative all'Europa o all'Unione europea, da una parte, e che l'aggettivo «COOL», dall'altra, significa, secondo il dizionario inglese *The New Shorter Oxford English Dictionary* (edizione 1993): «moderatamente freddo, gradevole e rinfrescante, in opposizione a grande calore e a freddo» (punti 14 e 15 della motivazione della decisione impugnata). Per quanto riguarda il vocabolo EUROCOOL, la commissione di ricorso ritiene che esso abbia un significato comprensibile, chiaro e inequivocabile e che, quindi, l'unica informazione che esso trasmette è la dichiarazione oggettiva, chiara e immediatamente comprensibile secondo la quale si tratta di servizi relativi al trasporto refrigerato di prodotti caricati all'interno dello spazio europeo e alla loro conservazione tramite il freddo (punto 18 della motivazione della decisione impugnata).

42 Di conseguenza, la commissione di ricorso deduce l'assenza di carattere distintivo del vocabolo di cui trattasi dal fatto che la combinazione di parole EUROCOOL, conforme alle regole d'uso della lingua inglese, consiste unicamente in una parola di uso corrente, «cool», che indica il tipo di servizi interessati, ed in un prefisso non meno corrente, «euro», che identifica l'area geografica prevista per tali servizi.

43 Orbene, la circostanza che il segno controverso possa essere costituito da elementi atti a fare riferimento ad alcune caratteristiche dei servizi a cui la domanda di registrazione si riferisce e che la combinazione di tali elementi rispetti le regole linguistiche non basta a giustificare l'applicazione dell'impedimento assoluto ai sensi dall'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, salvo dimostrare che un tale segno, considerato nel suo insieme, non permetterebbe al pubblico cui ci si rivolge di distinguere i servizi del richiedente da quelli dei concorrenti.

44 E' poi doveroso constatare che la commissione di ricorso ha sottolineato di non riuscire a vedere l'elemento di fantasia, invocato dalla ricorrente, nel vocabolo EUROCOOL (punto 18 della motivazione della decisione impugnata).

45 A tale riguardo, va rilevato che emerge dalla giurisprudenza del Tribunale che la mancanza di carattere distintivo non può risultare dall'assenza di un'aggiunta di fantasia [sentenza del Tribunale 5 aprile 2001, causa T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft/UAMI (EASYBANK), Racc. pag. II-1259, punto 39] o di un minimo tocco d'inventiva [sentenze del Tribunale 31 gennaio 2001, causa T-135/99, Taurus-Film/UAMI (Cine Action), Racc. pag. II-379, punto 31, e causa T-136/99, Taurus-Film/UAMI (Cine Comedy), Racc. pag. II-397, punto 31]. Infatti, un marchio comunitario non deriva necessariamente da un procedimento creativo e non si basa su un elemento di originalità o d'immaginazione, bensì sulla capacità di individuare prodotti o servizi sul mercato rispetto ai prodotti o ai servizi dello stesso genere offerti dai concorrenti.

46 Nell'ambito d'applicazione dell'impedimento assoluto alla registrazione di cui all'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, conviene determinare, come è stato rilevato al punto 45, se il vocabolo EUROCOOL, inteso nel suo insieme, permetta al pubblico cui ci si rivolge di individuare i servizi del soggetto che ha richiesto il marchio comunitario rispetto ai servizi che hanno un'altra origine commerciale.

47 Nella fattispecie, si ritiene che il pubblico interessato sia un pubblico specializzato, ben informato, attento ed avveduto (v., in tal senso, sentenza della Corte 22 giugno 1999, causa C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Racc. pag. I-3819, punto 26, e sentenza EuroHealth, citata, punto 27). Infatti, come la commissione di ricorso ha correttamente constatato, i servizi in questione sono destinati ai professionisti che operano nel settore dei prodotti alimentari e dell'industria alberghiera. Inoltre, in applicazione dell'art. 7, n. 2, del regolamento n. 40/94, il pubblico pertinente cui ci si rivolge e rispetto al quale occorre valutare l'impedimento assoluto è il consumatore anglofono.

48 Alla luce di tali elementi, occorre osservare, innanzitutto, che il vocabolo EUROCOOL è composto dal prefisso «EURO» e dall'aggettivo «COOL». Come è stato osservato dalla commissione di ricorso, «EURO» viene abitualmente utilizzato per riferirsi all'Europa o all'Unione europea e «COOL» può evocare qualcosa di gradevole e di rinfrescante e, quindi, suggerire una certa qualità.

49 Inoltre, il vocabolo EUROCOOL può essere facilmente ed immediatamente memorizzato dal pubblico cui ci si rivolge. Ne deriva che il vocabolo EUROCOOL, considerato nel suo insieme, è dotato di una intrinseca capacità di essere percepito come segno distintivo dal pubblico cui ci si rivolge.

50 E' anche doveroso sottolineare che, nella decisione impugnata, la commissione di ricorso non ha indicato che il vocabolo EUROCOOL, considerato nel suo insieme, fosse una denominazione generica o abituale nel settore dei prodotti alimentari e nel settore alberghiero o in quello dei servizi relativi alle classi 39 e 42 della classificazione di Nizza, elencati sopra al punto 3, per identificare o caratterizzare questi ultimi.

51 Inoltre, la commissione di ricorso non ha dimostrato che il vocabolo in questione, considerato nel suo insieme, non permetta al pubblico cui ci si rivolge di distinguere i servizi della ricorrente da quelli che hanno un'altra origine commerciale.

52 Dalle considerazioni precedenti emerge che la commissione di ricorso ha ritenuto a torto che il vocabolo EUROCOOL fosse privo di carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

53 Ne consegue che deve essere annullato il punto 1 del dispositivo della decisione impugnata.

Sulle spese

54 Ai sensi dell'art. 87, n. 2, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda.

55 Secondo l'art. 136, n. 2, del regolamento di procedura, le spese indispensabili sostenute dalle parti per il procedimento dinanzi alla commissione di ricorso sono considerate spese ripetibili.

56 L'Ufficio, rimasto soccombente, va condannato alle spese, comprese le spese indispensabili per il procedimento dinanzi alla commissione di ricorso, sostenute dalla ricorrente, conformemente alle conclusioni di quest'ultima.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Quarta Sezione)

dichiara e statuisce:

1) **E' annullato il punto 1 del dispositivo della decisione della prima commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) 9 dicembre 1999 (procedimento R 233/1999-1).**

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

3) **Il convenuto è condannato alle spese.**

Mengozzi Tiili Moura Ramos

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 27 febbraio 2002.

Il cancelliere

H. Jung

Il presidente

P. Mengozzi