Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DELLA CORTE (Terza Sezione)

17 maggio 2017 *

«Impugnazione — Marchio dell'Unione europea — Marchio figurativo contenente l'elemento denominativo "deluxe" — Diniego di registrazione da parte dell'esaminatore»

Nella causa C-437/15 P,

avente ad oggetto l'impugnazione, ai sensi dell'articolo 56 dello Statuto della Corte di giustizia dell'Unione europea, proposta il 10 agosto 2015,

Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), rappresentato da S. Palmero Cabezas, in qualità di agente,

ricorrente,

procedimento in cui l'altra parte è:

Deluxe Entertainment Services Group Inc., già Deluxe Laboratories, Inc., con sede a Burbank (Stati Uniti), rappresentata da L. Gellman, advocate e M. Esteve Sanz, abogada,

ricorrente in primo grado,

LA CORTE (Terza Sezione),

composta da L. Bay Larsen, presidente di sezione, M. Vilaras, J. Malenovský, M. Safjan e D. Šváby (relatore), giudici,

avvocato generale: M. Campos Sánchez-Bordona

cancelliere: M. Ferreira, amministratore principale

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all'udienza del 9 novembre 2016,

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 25 gennaio 2017,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 Con la sua impugnazione, l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) chiede l'annullamento della sentenza del Tribunale dell'Unione europea del 4 giugno 2015, Deluxe Laboratories/UAMI (deluxe) (T-222/14, in prosieguo: la «sentenza impugnata», EU:T:2015:364), con

* Lingua processuale: lo spagnolo.

cui quest'ultimo ha annullato la decisione della seconda commissione di ricorso dell'EUIPO, del 22 gennaio 2014 (R 1250/2013-2), recante rigetto del ricorso proposto dalla Deluxe Laboratories Inc., divenuta in seguito Deluxe Entertainment Services Group, Inc. (in prosieguo: la «Deluxe»), avverso la decisione dell'esaminatore che aveva rifiutato la registrazione del segno figurativo «deluxe» come marchio dell'Unione europea (in prosieguo: la «decisione controversa»).

Contesto normativo

2 Il regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio dell'Unione europea (GU 2009, L 78, pag. 1), all'articolo 7, intitolato «Impedimenti assoluti alla registrazione», dispone che:

«1. Sono esclusi dalla registrazione:

(…)

b) i marchi privi di carattere distintivo;

(…)

2. Il paragrafo 1 si applica anche se le cause d'impedimento esistono soltanto per una parte dell'Unione».

3 L'articolo 75 del medesimo regolamento prevede quanto segue:

«Le decisioni dell'[EUIPO] sono motivate. Esse devono essere fondate esclusivamente su motivi in merito ai quali le parti hanno potuto presentare le proprie deduzioni».

Fatti

4 Il Tribunale, ai punti da 1 a 7 della sentenza impugnata, ha riassunto come segue i fatti all'origine della controversia:

«1 Il 10 ottobre 2012, la ricorrente [Deluxe] ha presentato una domanda di registrazione di marchio comunitario all'[EUIPO], ai sensi del regolamento (…) n. 207/2009 (…).

2 Il marchio [richiesto] è il segno figurativo seguente:



3 I prodotti e servizi per i quali era stata richiesta la registrazione rientrano nelle classi 9, 35, 37, da 39 a 42 e 45 ai sensi dell'accordo di Nizza del 15 giugno 1957, concernente la classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, come riveduto e modificato, e corrispondono, per ciascuna classe, alla descrizione seguente:

— classe 9: "Film cinematografici e telefilm di video musicali, azione/avventura, commedia, dramma, horror, per famiglie, per bambini, animazione, sport, documentari, pubblicitari, fantascienza, storia, didattica, azione dal vivo, generati da computer, animati, in 2D, in 3D, trailer, annunci di servizio pubblico, fiction, non fiction, realtà e thriller; supporti digitali, ovvero DVD, DVD in HD, dischi ottici di video musicali, azione/avventura, commedia, dramma, horror, per famiglie, per bambini, di animazione, sport, documentari, pubblicitari, fantascienza, storia, didattica, azione dal vivo, generati da computer, animati, in 2D, in 3D, trailer, annunci di servizio pubblico, fiction, non fiction, realtà e thriller; registrazioni audio e video scaricabili di film cinematografici, programmi televisivi e programmi di video";

— classe 35: "Controllo, rilevamento e localizzazione informatica di colli in transito; pubblicità e commercializzazione di film cinematografici, programmi televisivi e spot pubblicitari; preparazione di presentazioni audiovisive in relazione alla musica e a film cinematografici, programmi televisivi e spot pubblicitari; preparazione di presentazioni audiovisive per uso pubblicitario; editing di post-produzione per annunci pubblicitari video e audio; commercializzazione di prodotti; gestione di servizi, ovvero subappalto di servizi di traduzione nel settore del trasferimento di informazioni per didascalie e sottotitoli per opere audiovisive; gestione aziendale di beni in forma di programmi televisivi, film cinematografici e spot pubblicitari, nonché contenuti mediatici audiovisivi commerciali, industriali e aziendali; organizzazione e conduzione di fiere ed esposizioni per scopi commerciali o pubblicitari nei settori di intrattenimento, televisione, software e videogiochi; servizi organizzativi, ovvero indicizzazione di file digitali di contenuto cinematografico, video, audio, immagini e documenti per i settori della post-produzione; gestione di file digitali di contenuto cinematografico, video, audio, immagini e documenti per i settori della post-produzione; gestione di scorte, ovvero localizzazione di file digitali di contenuto cinematografico, video, audio, immagini e documenti per i settori della post-produzione; servizi di gestione aziendale, ovvero gestione di beni digitali e di diritti di proprietà intellettuale";

— classe 37: “Servizi di rimasterizzazione di pellicole, nastri, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online, ovvero pulizia di pellicole, nastri, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online”;

— classe 39: “Deposito e trasporto di telecamere, pellicole, video, supporti digitali, trattamenti di dati e accessori relativi; deposito e magazzinaggio di pellicole, supporti digitali e video, materiale promozionale relativo a film cinematografici, programmi televisivi e spot pubblicitari, ovvero indumenti, manifesti, figure intagliate relative a film, programmi televisivi e spot pubblicitari; archiviazione elettronica di immagini digitali e video, registrazioni cinematografiche e audio digitali; conservazione di film, programmi televisivi, programmi pubblicitari, cinema digitale, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali e online; conservazione di videodischi master, nastri audio e CD-Rom originali di musica e immagini; gestione di supporti, ovvero localizzazione, archiviazione e trasporto di file digitali con contenuto cinematografico, video, audio, immagini e documenti per i settori della post-produzione; imballaggio di prodotti per il trasporto; consegna di prodotti mediante autocarri; deposito di merci e servizi di immagazzinamento; imballaggio di prodotti per conto di terzi, ovvero imballaggio di musica, video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online; e servizi di imballaggio su ordinazione di registrazioni audio, video e di dati, secondo le specifiche stabilite al momento dell’ordine per conto di terzi”;

— classe 40: “Duplicazione e replicazione di film cinematografici, programmi televisivi, spot pubblicitari e programmi video su pellicola, nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online; masterizzazione e duplicazione di positivi e negativi di film cinematografici su videonastro, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online; taglio di negativi; noleggio di macchine e apparecchi per la stampa per lo sviluppo e la stampa per l’industria fotografica, cinematografica e televisiva; resa a colori di film cinematografici in bianco e nero; sottotitolazione di film e video; servizi di correzione digitale di video e trasferimento digitale di video, ovvero correzione del colore e conversione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari in film video; riproduzione di pellicole cinematografiche e supporti video di ogni altro tipo, ovvero rimasterizzazione di film da un formato ad un altro; produzione su ordinazione di dischi digitali; riproduzione di nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online in tutti i formati professionali; servizi video, ovvero masterizzazione e duplicazione di nastri video professionali, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati digitali, scaricabili e online; servizi di sviluppo di pellicole; servizi di conversione di pellicole in nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati digitali, scaricabili e online, in particolare conversione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari in nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati digitali, scaricabili e online; servizi di conservazione e protezione di pellicole cinematografiche e di altri supporti video, ad esempio conservazione e restauro digitale di film cinematografici; servizi di stampa per registrazioni audio, video e di dati; elaborazione e sviluppo di film cinematografici, televisivi e pubblicitari; conversione digitale di film cinematografici, televisivi e pubblicitari da 2D a 3D; gestione di laboratori per lo sviluppo di film cinematografici, televisivi e pubblicitari; formattazione e conversione di supporti e dati digitali; conversione digitale di film cinematografici, televisivi e pubblicitari su videonastri, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali e online; servizi di trasferimento digitale di film su nastro, ovvero trasferimento di film su DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online”;

— classe 41: “Servizi di laboratorio e di post-produzione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari, video digitali e nastri video, ovvero scansione ad alta risoluzione di film, sincronizzazione digitale del colore, registrazione di film laser di immagini video digitali e ad alta definizione su pellicola; servizi di masterizzazione digitale e video per film cinematografici, televisivi e pubblicitari; servizi d’immagini digitali; manipolazione digitale ed elettronica di immagini per film cinematografici, televisivi e pubblicitari; registrazione di immagini digitali su pellicola; produzione di supporti video e audio, ovvero produzione di videocassette e DVD, DVD in

HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online per conto terzi; produzione di effetti speciali ottici e digitali per conto terzi, per televisione, spettacoli cinematografici, spot pubblicitari, DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online, ovvero cinema digitale; servizi di registrazione e produzione audio; servizi di montaggio di film; produzione elettronica di film cinematografici, televisivi e pubblicitari da nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e supporti registrati, digitali, scaricabili e online; produzione di effetti speciali video per nastri video, DVD, DVD in HD, dischi ottici e supporti registrati, digitali, scaricabili e online; produzione e distribuzione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari; incisione di voci fuori campo per nastri video, dischi acustici, DVD, DVD in HD, dischi ottici e supporti registrati, digitali, scaricabili e online; servizi di assistenza in relazione alla produzione e distribuzione di film; produzione di dischi video, nastri audio e CD-Rom originali di musica ed immagini; organizzazione della distribuzione o diffusione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari; servizi di distribuzione per film, nastri, DVD, DVD in HD, dischi ottici e supporti registrati, digitali, scaricabili e online; servizi di doppiaggio e montaggio di film; video e colonne sonore per cinema, televisione e spot pubblicitari";

— classe 42: "Elaborazione e sviluppo di software informatici; ricerca e sviluppo di prodotti; hosting di siti web per conto terzi; servizi di progettazione di siti web informatici per conto terzi; filigranatura digitale; servizi di design grafico per la pubblicità su stampati nel settore dell'intrattenimento; progettazione di menù per DVD per conto terzi; progettazione per conto terzi di imballaggi per musica, video, DVD e supporti digitali; controllo qualità per terzi della duplicazione, replicazione e distribuzione di film e video digitali; servizi di creazione di contenuti, ovvero creazione e sviluppo di software interattivi ed altri contenuti multimediali; elaborazione e sviluppo di prodotti multimediali, ovvero progettazione di menù per DVD per conto terzi; recupero di file digitali contenenti film, video, audio, immagini e documenti per i settori della post-produzione; conversione di dati o documenti da supporto fisico a supporto elettronico; servizi di creazione di DVD, DVD in HD, dischi ottici e altri supporti registrati, digitali, scaricabili e online; compressione digitale di dati; compressione digitale di dati audio e video; compressione digitale di dati di film e video; servizi di compressione digitale di supporti e di dati digitali";

— classe 45: "Servizi di consulenza in materia di sicurezza di prodotti nel settore cinematografico, televisivo e della pubblicità, ovvero autenticazione di prodotti, rilevazione di pirateria di prodotti e registrazione e localizzazione di dati digitali; stampa di sicurezza, ovvero codifica di supporti e dati digitali per la localizzazione della provenienza di copie non autorizzate e servizi di codificazione e transcodificazione di supporti e dati digitali; codificazione di film cinematografici, televisivi e pubblicitari per la localizzazione della provenienza di copie non autorizzate degli stessi; servizi di protezione di contenuti registrati; gestione di diritti anti-pirateria, ovvero servizi di sicurezza per i prodotti nel settore cinematografico, televisivo e della pubblicità; tecnologia e servizi relativi alla sicurezza, ovvero localizzazione e reperimento per sicurezza, reperimento e localizzazione di film codificati per evitare frode, pirateria e contraffazione; servizi di protezione di contenuti elettronici; ricerca e sviluppo in relazione allo scaricamento e alla conservazione illegali di file di film cinematografici, televisivi e pubblicitari digitali non autorizzati".

(…).

5 Con decisione del 13 giugno 2013, l'esaminatore ha respinto la domanda per tutti i prodotti e servizi di cui al precedente punto 3, in applicazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), del regolamento n. 207/2009, in quanto il marchio richiesto, da un lato, era privo di carattere distintivo e, dall'altro, informava i consumatori sulla qualità dei prodotti e servizi in questione.

6 Il 3 luglio 2013, la [Deluxe] ha proposto ricorso dinanzi all'[EUIPO] avverso la decisione dell'esaminatore, ai sensi degli articoli da 58 a 64 del regolamento n. 207/2009.

7 Con [la decisione controversa], la seconda commissione di ricorso dell'[EUIPO] (in prosieguo: la "commissione di ricorso") ha confermato la decisione dell'esaminatore. Essa ha considerato, segnatamente, che, nella parte dell'Unione europea in cui la lingua inglese è compresa, l'elemento denominativo "deluxe" non consente, di per sé, di distinguere i prodotti e i servizi della ricorrente da quelli dei suoi concorrenti, poiché fa parte di un insieme banale di stereotipi promozionali e consiste in una mera "affermazione della qualità superiore". Essa ha inoltre rilevato che il termine "deluxe" rientra nella categoria dei termini che devono essere esclusi dal monopolio del marchio e che l'elemento figurativo a esso associato non basta a conferire carattere distintivo al marchio richiesto. Per gli stessi motivi, la commissione di ricorso ha confermato la decisione dell'esaminatore nella parte in cui ha rilevato che il marchio richiesto informa i consumatori in merito alla qualità dei prodotti e servizi in questione. La commissione di ricorso ha altresì ritenuto che tale marchio non ha acquisito carattere distintivo in seguito all'uso che ne era stato fatto nell'Unione».

Procedimento dinanzi al Tribunale e sentenza impugnata

5 Con atto introduttivo depositato presso la cancelleria del Tribunale il 10 aprile 2014, la Deluxe ha proposto un ricorso diretto all'annullamento della decisione controversa.

6 A sostegno del ricorso, la Deluxe ha dedotto cinque motivi, tutti vertenti su una violazione, rispettivamente, dell'obbligo di motivazione, dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e dell'articolo 7, paragrafo 3, del regolamento n. 207/2009, nonché del principio della tutela del legittimo affidamento, dei diritti acquisiti e della legittimità degli atti comunitari.

7 La Deluxe ha sostenuto che la commissione di ricorso non aveva motivato il diniego di registrare il marchio di cui trattasi per ognuno dei prodotti e dei servizi interessati. Essa ha in particolare affermato che tale commissione non aveva in alcun modo tenuto conto delle caratteristiche di ognuno di tali prodotti e di tali servizi, benché si trattasse di un elemento essenziale per determinare il carattere fantasioso, suggestivo o allusivo del termine «deluxe».

8 L'EUIPO ha sostenuto che dall'espressione «senza eccezione», contenuta nella decisione controversa, derivava che la commissione di ricorso aveva effettuato l'esame individuale dei prodotti e dei servizi di cui trattasi e che quest'ultima aveva potuto adottare una motivazione globale, dal momento che tutti questi prodotti e servizi rientravano nel settore audiovisivo.

9 Il Tribunale ha accolto il ricorso della Deluxe.

10 Dopo aver rammentato, ai punti da 15 a 18 della sentenza impugnata, la giurisprudenza della Corte, il Tribunale, ai punti da 20 a 22 di tale sentenza, ha rilevato che, nel caso di specie, data la descrizione di più di 90 prodotti e servizi rientranti in 8 classi distinte e in ambiti diversi, questi ultimi presentano tra loro differenze tali, tenuto conto della loro natura, delle loro caratteristiche, delle loro destinazioni e delle loro modalità di commercializzazione, che non si può ritenere che essi costituiscano una categoria omogenea che consenta alla commissione di ricorso di adottare una motivazione globale. Orbene, la commissione di ricorso non ha indicato che i prodotti e i servizi di cui trattasi presentassero tra loro un collegamento sufficientemente diretto e concreto per formare una categoria omogenea (in prosieguo: il «collegamento richiesto»).

11 Infatti, come rilevato dal Tribunale al punto 23 della sentenza impugnata, la commissione di ricorso fa riferimento, in generale, ai «prodotti e servizi», a «tutti i prodotti e servizi», e ai «prodotti e servizi in questione», ma non si riferisce specificamente a nessun prodotto o servizio rientrante nelle classi interessate, né a loro categorie o gruppi. Per tale motivo, il Tribunale, al punto 24 della sentenza impugnata, ha concluso che, omettendo di esaminare il carattere distintivo del marchio richiesto per ciascuno dei prodotti e dei servizi di cui trattasi, la commissione di ricorso non ha proceduto alla

valutazione concreta prevista dall'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009 per quanto riguarda i prodotti e i servizi rientranti nelle classi interessate e non ha adeguatamente motivato al riguardo la decisione controversa.

12 Nell'ambito dell'esame degli argomenti dell'EUIPO, il Tribunale, al punto 26 della sentenza impugnata, ha constatato che dall'espressione «senza eccezione» non deriva, nemmeno indirettamente, che la commissione di ricorso abbia valutato il carattere distintivo del marchio richiesto rispetto a tutti i prodotti e a tutti i servizi interessati. Infatti, come osservato dal Tribunale, la commissione di ricorso si è limitata a indicare nella decisione controversa che tutti i prodotti, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come prodotti di qualità superiore e che tutti i servizi, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come servizi che forniscono una siffatta qualità. Essa non ha indicato che i prodotti e i servizi che rientrano nelle classi interessate presentano tra loro il collegamento richiesto e, quindi, non ha menzionato nessun elemento idoneo a giustificare il ricorso a una motivazione globale.

13 Per quanto concerne l'argomento dell'EUIPO secondo cui i prodotti e i servizi di cui trattasi erano direttamente collegati al settore audiovisivo, il Tribunale ha rilevato, al punto 27 della sentenza impugnata, che tale constatazione non figura nella decisione controversa. Inoltre, il Tribunale ha negato l'esistenza del collegamento richiesto tra determinati prodotti e servizi, quali film cinematografici, servizi di consegna di prodotti mediante autocarri, servizi di deposito di merci, servizi di ricerca e sviluppo di prodotti, nonché di hosting e progettazione di siti Internet per conto terzi. Esso ha costatato che, in ogni caso, l'esistenza di un tale collegamento non emerge dai termini della decisione controversa. Infine, il Tribunale ha considerato che la circostanza che il termine «deluxe» costituisca un termine elogiativo e promozionale applicabile a tutti i prodotti e servizi di cui trattasi, quand'anche fosse dimostrata, è irrilevante al riguardo.

14 Di conseguenza, il Tribunale ha annullato la decisione controversa.

Conclusioni delle parti

15 Con la sua impugnazione, l'EUIPO chiede che la Corte voglia:

— annullare la sentenza impugnata;

— condannare alle spese la ricorrente dinanzi al Tribunale.

Sull'impugnazione

16 Nella sua impugnazione, l'EUIPO deduce un unico motivo vertente sulla violazione dell'articolo 75, prima frase, del regolamento n. 207/2009, in combinato disposto con l'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e paragrafo 2, del medesimo regolamento. Tale motivo è suddiviso in due parti.

Argomenti delle parti

17 Con la prima parte del suo motivo unico, l'EUIPO addebita al Tribunale un errore di diritto, in quanto avrebbe limitato la possibilità di adottare una motivazione globale, riservandola soltanto al caso in cui i prodotti o i servizi costituiscono categorie omogenee. L'EUIPO ritiene che il Tribunale non possa escludere la possibilità di adottare una motivazione globale per prodotti e servizi diversi qualora la percezione del segno rispetto a ciascuno di essi sia uniforme, con la conseguenza che la motivazione loro applicabile resta invariata.

18 Così, secondo l'EUIPO, è sufficiente che i prodotti e i servizi indicati nella domanda di registrazione presentino una caratteristica comune affinché sia consentita relativamente ad essi una motivazione globale. Tale caratteristica comune consisterebbe nel fatto che, per ciascuno dei prodotti e dei servizi interessati, l'indicazione di una qualità elevata sarà percepita come un mero argomento commerciale. Nel caso di specie, il segno «deluxe» trasmetterebbe, in modo uguale per tutti tali prodotti e servizi, un messaggio elogiativo e promozionale inidoneo a consentire al pubblico d'identificare l'origine di tali prodotti o servizi. A sostegno del proprio argomento, l'EUIPO invoca la motivazione fornita dalla Corte nell'ordinanza dell'11 dicembre 2014, FTI Touristik/UAMI (C-253/14 P, non pubblicata, EU:C:2014:2445), con cui la Corte avrebbe riconosciuto l'esistenza di un collegamento sufficientemente diretto e concreto tra i prodotti e i servizi interessati in relazione a una caratteristica comune consistente nel fatto che tutti i prodotti e servizi potevano essere oggetto di sconti o vantaggi speciali.

19 Pertanto, l'EUIPO ritiene che sia errata la constatazione che figura al punto 24 della sentenza impugnata, secondo cui la commissione di ricorso non ha effettuato la valutazione concreta richiesta, non avendo individuato un'omogeneità tra tutti i prodotti e servizi.

20 Analogamente, l'EUIPO fa valere che al punto 27 della sentenza impugnata il Tribunale ha commesso un errore di diritto omettendo di prendere in considerazione, in quanto non pertinente, la constatazione della commissione di ricorso secondo la quale il termine «deluxe» è un termine elogiativo e promozionale che può applicarsi a tutti i prodotti e servizi di cui trattasi.

21 La Deluxe replica che l'EUIPO ha riconosciuto un livello elevato di affidabilità alla causa BigXtra che ha dato origine all'ordinanza dell'11 dicembre 2014, FTI Touristik/UAMI (C-253/14 P, non pubblicata, EU:C:2014:2445), in cui la registrazione del marchio BigXtra era stata rifiutata in quanto il termine rivestiva un carattere chiaramente elogiativo. La Deluxe ritiene che tale causa non sia pertinente poiché essa si differenzia dal caso di specie. Infatti, il termine «deluxe» potrebbe essere descrittivo o elogiativo solo per i prodotti stessi e non per il modo di venderli, dal momento che non esisterebbe una modalità «deluxe» di vendita di un prodotto, e ciò ancor meno se il pubblico di riferimento fosse preso in considerazione.

22 Con la seconda parte del suo unico motivo, l'EUIPO sostiene che l'interpretazione di un requisito di omogeneità sufficiente effettuata dal Tribunale, ai punti da 20 a 22 e 26 della sentenza impugnata, che consente alla commissione di ricorso di adottare una motivazione globale per respingere la domanda di registrazione del marchio di cui trattasi, non rispetta la giurisprudenza, in particolare l'ordinanza del 18 marzo 2010, CFCMCEE/UAMI, (C-282/09 P, EU:C:2010:153). Infatti, stabilendo una correlazione tra l'esistenza di una «categoria omogenea» e la descrizione dei prodotti e dei servizi, il Tribunale avrebbe erroneamente interpretato la nozione di «categoria» o di «gruppo» di prodotti o servizi di «omogeneità sufficiente» ai sensi di tale giurisprudenza e, di conseguenza, la nozione di «collegamento sufficientemente diretto e concreto» che deve esistere tra i prodotti e i servizi.

23 Secondo l'EUIPO, il requisito di omogeneità sufficiente dovrebbe essere inteso in senso più ampio in modo tale che sarebbe sufficiente che i prodotti o i servizi presentino tutti una caratteristica comune, che potrebbe altresì esistere tra prodotti o servizi rientranti in settori diversi.

24 L'EUIPO sostiene che, nel caso di specie, la decisione controversa indica chiaramente che la caratteristica comune ai prodotti e ai servizi interessati consiste nel fatto che tutti i prodotti, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come prodotti di qualità superiore e che tutti i servizi, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come servizi che forniscono una tale qualità.

25 La Deluxe contesta l'affermazione dell'EUIPO secondo la quale i prodotti e i servizi di cui trattasi sono sufficientemente omogenei e che essi possono, per questo, essere considerati un insieme unico.

Giudizio della Corte

26 Dato che l'EUIPO contesta le valutazioni del Tribunale menzionate ai punti da 10 a 13 della presente sentenza e che le due parti del motivo unico vertono su una violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e dell'articolo 75 del regolamento n. 207/2009, occorre esaminarle contestualmente.

27 In via preliminare, da una giurisprudenza costante risulta che l'autorità competente non può limitarsi a un esame minimo di una domanda di registrazione, ma essa deve, invece, effettuare un esame rigoroso e completo per evitare che i marchi siano registrati indebitamente (sentenza del 6 maggio 2003, Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, punto 59).

28 Poiché la registrazione di un marchio è richiesta sempre per prodotti o servizi menzionati nella domanda di registrazione, il problema di stabilire se il marchio rientri o meno in uno degli impedimenti assoluti alla registrazione dev'essere valutato in concreto con riferimento a tali prodotti e servizi (sentenza del 15 febbraio 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punto 31).

29 Occorre rammentare che, secondo la giurisprudenza della Corte, da un lato, l'esame degli impedimenti assoluti alla registrazione deve vertere su ciascuno dei prodotti o servizi per i quali la registrazione del marchio è richiesta e, dall'altro, che la decisione con cui l'autorità competente nega la registrazione di un marchio dev'essere motivata, in via di principio, per ciascuno dei detti prodotti o servizi (sentenza del 15 febbraio 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punto 34, e ordinanza del 18 marzo 2010, CFCMCEE/UAMI, C-282/09 P, EU:C:2010:153, punto 37).

30 Tuttavia, per quanto riguarda tale ultimo requisito, la Corte ha precisato che l'autorità competente può limitarsi a una motivazione globale per tutti i prodotti o servizi interessati qualora lo stesso impedimento sia opposto per una categoria o un gruppo di prodotti o servizi (sentenze del 15 febbraio 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punto 37, e del 17 ottobre 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, punto 26).

31 La Corte ha poi precisato che una siffatta facoltà si estende solo a prodotti e servizi che presentano tra loro un collegamento sufficientemente diretto e concreto per formare una categoria o un gruppo di prodotti o servizi di sufficiente omogeneità (sentenza del 17 ottobre 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, punto 27).

32 Al fine di valutare se i prodotti e i servizi indicati in una domanda di registrazione di un marchio dell'Unione presentino tra loro un collegamento sufficientemente diretto e concreto e possano essere suddivisi in categorie o gruppi sufficientemente omogenei, ai sensi della giurisprudenza citata al punto precedente, si deve tener conto dell'obiettivo di tale apprezzamento volto a consentire e a facilitare la valutazione in concreto della questione se il marchio oggetto della domanda di registrazione rientri o meno in uno degli impedimenti assoluti alla registrazione, conformemente alla giurisprudenza citata al punto 28 della presente sentenza.

33 Inoltre, la suddivisione dei prodotti e servizi di cui trattasi in uno o più gruppi o categorie deve essere effettuata in particolare sulla base delle caratteristiche che sono loro comuni e che sono pertinenti per l'analisi dell'opponibilità o meno al marchio richiesto, per detti prodotti e servizi, di un determinato impedimento assoluto alla registrazione. Ne consegue che una tale valutazione deve essere effettuata in concreto per l'esame di ciascuna domanda di registrazione e, se del caso, per ciascuno dei diversi impedimenti assoluti alla registrazione eventualmente applicabili.

34 Da quanto precede risulta che non può escludersi a priori che i prodotti e i servizi oggetto di una domanda di registrazione presentino tutti una caratteristica pertinente per l'analisi di un impedimento assoluto alla registrazione e che possano essere raggruppati, ai fini dell'esame della domanda di

registrazione in questione, in relazione a tale impedimento assoluto alla registrazione, in una sola categoria o in un solo gruppo sufficientemente omogeneo, ai sensi della giurisprudenza citata al punto 31 della presente sentenza.

35 Nella specie, dal punto 26 della sentenza impugnata risulta che, per quanto riguarda tutti i prodotti e tutti i servizi oggetto della domanda di registrazione in questione, la commissione di ricorso ha indicato che tutti i prodotti, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come prodotti di qualità superiore e che tutti i servizi, senza eccezione, possono essere pubblicizzati come servizi che forniscono una qualità superiore. Da tale considerazione discende che la commissione di ricorso ha ritenuto, in sostanza, che tutti i prodotti e tutti i servizi oggetto della domanda di registrazione a lei sottoposta possedevano una caratteristica pertinente per l'esame dell'impedimento assoluto alla registrazione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, ossia il fatto che essi potevano tutti essere pubblicizzati come prodotti di qualità superiore o come servizi che forniscono una qualità superiore e che, di conseguenza, facevano tutti parte di un'unica categoria e di un unico gruppo sufficientemente omogenei, ai fini dell'esame di tale impedimento assoluto alla registrazione. La pertinenza, secondo la commissione di ricorso, di tale caratteristica comune dei prodotti e dei servizi di cui trattasi per l'esame che la commissione di ricorso doveva effettuare è dimostrata dalla considerazione della decisione controversa secondo cui il marchio richiesto consisteva in un'«affermazione di qualità superiore».

36 L'omissione della commissione di ricorso, menzionata al punto 22 della sentenza impugnata, dell'indicazione espressa che i prodotti e servizi di cui trattasi presentavano tra loro un collegamento sufficientemente diretto e concreto, al punto che essi costituivano una categoria omogenea, non può condurre a una diversa conclusione, dal momento che una siffatta indicazione emergeva implicitamente dalla considerazione di detta commissione richiamata al punto 26 della sentenza impugnata.

37 Spettava al Tribunale, per controllare il rispetto dell'obbligo della commissione di ricorso di effettuare la valutazione concreta richiesta dall'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009 e di motivare sufficientemente la propria decisione, esaminare, nell'ambito di una valutazione fattuale, la validità delle considerazioni della commissione di ricorso rammentate al punto 35 della presente sentenza.

38 Spettava segnatamente al Tribunale, da un lato, verificare se il marchio richiesto, che è composto da un elemento denominativo e da un elemento figurativo, potesse effettivamente essere percepito dal pubblico di riferimento in modo diretto e immediato come un'affermazione di qualità superiore o un messaggio elogiativo piuttosto che come un'indicazione dell'origine commerciale dei prodotti e dei servizi da esso designati.

39 Dall'altro lato, il Tribunale era tenuto a verificare, nell'ambito dell'esame dell'elemento denominativo del marchio richiesto, se il termine «deluxe» trasmettesse effettivamente una nozione di «qualità superiore» come asserito dalla commissione di ricorso, dato che tale elemento denominativo costituisce un riferimento diretto alla nozione di «lusso». Nell'ipotesi in cui il termine «deluxe» avesse un significato diverso da quello di «qualità superiore», come ritenuto dall'avvocato generale ai paragrafi 54 e 55 delle sue conclusioni, spetterebbe allora al Tribunale esaminare se, rispetto a tale significato, i prodotti e i servizi oggetto del marchio in questione costituiscano o meno un gruppo omogeneo che giustifica il ricorso a una motivazione globale.

40 Orbene, il Tribunale ha escluso in generale la possibilità di concludere nel senso del carattere omogeneo dei prodotti e dei servizi interessati e non ha tenuto conto, al riguardo, della specificità del marchio richiesto né, in particolare, della sua percezione da parte del pubblico di riferimento.

41 Infatti, come risulta dal punto 21 della sentenza impugnata, il Tribunale si è limitato a constatare che i prodotti e i servizi oggetto della domanda di registrazione controversa presentavano tra loro differenze tali, quanto a natura, caratteristiche, destinazione e modalità di commercializzazione, da non poter essere ritenuti costituire una categoria omogenea che consentisse alla commissione di ricorso di adottare una motivazione globale relativamente ad essi. Il Tribunale ha quindi ignorato la possibilità che, nonostante le loro differenze, tutti i prodotti e i servizi di cui trattasi potessero possedere una caratteristica comune, rilevante per l'esame che la commissione di ricorso doveva effettuare, circostanza che, conformemente alle considerazioni enunciate ai punti 33 e 34 della presente sentenza, avrebbe potuto giustificare che essi fossero inseriti all'interno di un solo e medesimo gruppo omogeneo e che la commissione di ricorso impiegasse per essi una motivazione globale.

42 Per gli stessi motivi, è altresì errata l'affermazione del Tribunale che figura al punto 27 della sentenza impugnata, secondo cui «è irrilevante la circostanza (…) che il termine "deluxe" sia un termine elogiativo e promozionale idoneo ad applicarsi a tutti i prodotti e servizi in questione».

43 Da quanto precede discende che il Tribunale è incorso in un errore di diritto relativamente all'interpretazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), e dell'articolo 75 del regolamento n. 207/2009, con la conseguenza che la sentenza impugnata deve essere annullata.

44 Conformemente all'articolo 61, primo comma, dello Statuto della Corte di giustizia dell'Unione europea, in caso di annullamento della decisione del Tribunale, la Corte può statuire definitivamente sulla controversia qualora lo stato degli atti lo consenta, oppure rinviare la causa al Tribunale affinché sia decisa da quest'ultimo. Nel caso di specie, si deve dichiarare che lo stato degli atti non consente di statuire sulla controversia.

45 Occorre pertanto rinviare la causa dinanzi al Tribunale e riservare le spese.

Per questi motivi, la Corte (Terza Sezione) dichiara e statuisce:

1) La sentenza del Tribunale dell'Unione europea del 4 giugno 2015, Deluxe Laboratories/UAMI (deluxe) (T-222/14, non pubblicata, EU:T:2015:364), è annullata.

2) La causa è rinviata dinanzi al Tribunale dell'Unione europea.

3) Le spese sono riservate.

Firme