Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DEL TRIBUNALE (Quarta Sezione)

7 ottobre 2015*

«Marchio comunitario — Domande di marchi comunitari denominativi ΧΑΛΛΟΥΜΙ e HALLOUMI — Impedimento assoluto alla registrazione — Assenza di carattere distintivo — Carattere descrittivo — Articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), del regolamento (CE) n. 207/2009»

Nelle cause riunite T-292/14 e T-293/14,

Repubblica di Cipro, rappresentata da S. Malynicz, barrister, e V. Marsland, solicitor,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato da P. Geroulakos, in qualità di agente,

convenuto,

aventi ad oggetto due ricorsi presentati contro due decisioni della quarta commissione di ricorso dell'UAMI del 19 febbraio 2014 (procedimento R 1849/2013-4 e procedimento R 1503/2013-4), concernenti domande di registrazione, rispettivamente, del segno denominativo ΧΑΛΛΟΥΜΙ e del segno denominativo HALLOUMI come marchi comunitari,

IL TRIBUNALE (Quarta Sezione),

composto da M. Prek (relatore), presidente, I. Labucka e V. Kreuschitz, giudici,

cancelliere: I. Dragan, amministratore

visti i ricorsi depositati nella cancelleria del Tribunale il 28 aprile 2014,

visto il controricorso depositato presso la cancelleria del Tribunale il 16 settembre 2014,

vista l'ordinanza del 28 agosto 2014 di riunione delle cause T-292/14 e T-293/14 ai fini della fase scritta del procedimento, della fase orale e della sentenza,

in seguito all'udienza del 20 maggio 2015,

ha pronunciato la seguente

* Lingua processuale: l'inglese.

Sentenza

Fatti

1 Il 13 e il 15 febbraio 2013 la ricorrente, la Repubblica di Cipro, ha presentato due domande di registrazione di marchio comunitario all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (UAMI), ai sensi del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario (GU L 78, pag. 1).

2 I marchi di cui è stata chiesta la registrazione sono i segni denominativi HALLOUMI e ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

3 I prodotti per i quali sono state chieste le registrazioni rientrano nella classe 29 ai sensi dell'Accordo di Nizza del 15 giugno 1957, relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, come riveduto e modificato, e corrispondono alla seguente descrizione: «Formaggio; Latte e prodotti lattiero-caseari».

4 Il 1º e il 14 marzo 2013, l'esaminatore dell'UAMI ha informato la ricorrente che a suo parere i segni di cui trattasi non potevano essere registrati per l'esistenza di impedimenti assoluti alla registrazione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), e all'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento n. 207/2009.

5 Con lettere datate 26 aprile e 14 maggio 2013, la ricorrente ha presentato le sue osservazioni inerenti alla posizione assunta dall'esaminatore.

6 Con decisioni del 21 giugno e del 24 luglio 2013, l'esaminatore ha respinto le domande di marchi comunitari in base all'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), e all'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento n. 207/2009.

7 Il 2 agosto e il 20 settembre 2013 la ricorrente ha presentato due ricorsi dinanzi all'UAMI, ai sensi degli articoli da 58 a 64 del regolamento n. 207/2009, avverso le decisioni dell'esaminatore.

8 Con due decisioni del 19 febbraio 2014 (in prosieguo: le «decisioni impugnate»), la quarta commissione di ricorso dell'UAMI ha respinto tali ricorsi. Da un lato essa ha ritenuto che i marchi richiesti fossero descrittivi dei prodotti in questione, ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 e, dall'altro lato, che fossero privi di carattere distintivo, ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del medesimo regolamento.

9 In primo luogo, la quarta commissione ha sottolineato che i termini in lettere maiuscole «HALLOUMI» e «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» designavano una specialità di formaggio di Cipro e descrivevano quindi direttamente, almeno agli occhi del pubblico cipriota, il tipo e l'origine geografica del formaggio, del latte e dei prodotti lattiero-caseari richiesti. Essa ha inoltre considerato che la percezione del pubblico anglofono, per la quale l'*Oxford English Dictionary* in linea definiva il termine «halloumi» (scritto secondo l'alfabeto latino) come un marchio depositato (un nome di proprietario), era priva di pertinenza. Per quanto concerne il termine in lettere maiuscole «HALLOUMI», essa ha ritenuto che il consumatore inglese medio non sarebbe stato in grado di leggere l'alfabeto greco. In secondo luogo, la commissione di ricorso ha ricordato che, poiché il regolamento n. 207/2009 non prevede la registrazione dei marchi di certificazione, tali marchi dovevano essere depositati quali marchi individuali e potevano essere registrati solo se nessuno degli impedimenti assoluti alla registrazione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, del regolamento n. 207/2009 poteva essere invocato. Essa ha sottolineato a tal riguardo che il rigetto delle domande di registrazione da parte dell'esaminatore era fondato sul significato descrittivo dei termini in lettere maiuscole «HALLOUMI» e «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» e non sul fatto che la ricorrente attuasse, mediante tali parole, meccanismi di certificazione. In terzo luogo, essa ha considerato che il fatto che i segni INTEL INSIDE e FAIRTRADE fossero stati registrati come marchi comunitari individuali e fossero ormai oggetto di

una licenza per comunicare le caratteristiche dei prodotti e servizi non poteva avere alcun rilievo nel caso di specie. In quarto luogo, essa ha ritenuto che i marchi richiesti fossero necessariamente privi di carattere distintivo ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, dal momento che descrivevano le caratteristiche dei prodotti oggetto delle domande di registrazione del marchio.

Conclusioni delle parti

10 La ricorrente chiede che il Tribunale voglia:

— annullare le decisioni impugnate;

— condannare l'UAMI alle spese.

11 L'UAMI chiede che il Tribunale voglia:

— respingere il ricorso;

— condannare la ricorrente alle spese.

In diritto

12 A sostegno dei suoi ricorsi, la ricorrente deduce un unico motivo, vertente sulla violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), del regolamento n. 207/2009. Occorre quindi esaminare innanzitutto tale unico motivo per quanto riguarda la violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), di detto regolamento.

13 Ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009, sono esclusi dalla registrazione i marchi composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire per designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica o l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio, o altre caratteristiche del prodotto o del servizio. Inoltre, l'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento n. 207/2009 dispone che il suo paragrafo 1 si applica anche se le cause d'impedimento esistono soltanto per una parte dell'Unione europea.

14 I segni e le indicazioni di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 sono quelli che, in un uso normale dal punto di vista del pubblico destinatario, possono servire per designare, direttamente o tramite la menzione di una delle sue caratteristiche essenziali, il prodotto o il servizio per cui è chiesta la registrazione [sentenze del 20 settembre 2001, Procter & Gamble/UAMI, C-383/99 P, Racc., EU:C:2001:461, punto 39, e del 22 giugno 2005, Metso Paper Automation/UAMI (PAPERLAB), T-19/04, Racc., EU:T:2005:247, punto 24].

15 Ne consegue che, perché il divieto enunciato dalla suddetta disposizione si applichi a un segno, quest'ultimo deve presentare con i prodotti o servizi in causa un nesso sufficientemente concreto e diretto da consentire al pubblico destinatario di percepire immediatamente, e senza altra riflessione, una descrizione di tali prodotti o servizi o di una delle loro caratteristiche [sentenze PAPERLAB, punto 14 supra, EU:T:2005:247, punto 25, e del 30 novembre 2011, Hartmann/UAMI (Complete), T-123/10, EU:T:2011:706, punto 21].

16 Pertanto, la valutazione del carattere descrittivo di un segno non può che essere svolta, da un lato, con riferimento ai prodotti o ai servizi interessati e, d'altro lato, con riferimento alla comprensione che ne ha il pubblico di riferimento [sentenze del 16 marzo 2006, Telefon & Buch/UAMI – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, Racc., EU:T:2006:87, punto 90, e del 15 gennaio 2015, MEM/UAMI (MONACO), T-197/13, Racc., EU:T:2015:16, punto 50].

17 È alla luce di tali principi che occorre esaminare gli argomenti delle parti relativi alla valutazione effettuata dalla commissione di ricorso nelle decisioni impugnate.

18 In primo luogo, come indicato al punto 13 delle decisioni impugnate, i prodotti di cui trattasi sono destinati al grande pubblico, circostanza che non è, del resto, contestata dalla ricorrente. Occorre anche approvare l'approccio della commissione di ricorso – peraltro non contestata dalla ricorrente – che consiste nel fare riferimento al pubblico cipriota per compiere la sua analisi del carattere descrittivo dei marchi richiesti.

19 Infatti, la commissione di ricorso, in applicazione dell'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento n. 207/2009, ha correttamente valutato l'impedimento assoluto alla registrazione rispetto al solo pubblico cipriota. Come dalla stessa sottolineato al punto 11 della decisione impugnata nella causa T-292/14, la parola in lettere maiuscole «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» è scritta in alfabeto greco e la valutazione sulla sua registrabilità può essere fatta rispetto al pubblico cipriota, per il quale l'alfabeto greco è utilizzato come alfabeto standard. Parimenti, per quanto concerne i termini in lettere maiuscole «HALLOUMI» e «ΧΑΛΛΟΥΜΙ», la ricorrente riconosce che designano una specialità di formaggio di Cipro. Tale ragione è sufficiente anche a giustificare il fatto che, nella causa T-293/14, la commissione di ricorso si sia riferita solo al pubblico cipriota per valutare l'impedimento assoluto alla registrazione.

20 In secondo luogo, la commissione di ricorso ha considerato che i termini in lettere maiuscole «HALLOUMI» e «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» designano una specialità di formaggio di Cipro e descrivono quindi direttamente, agli occhi del pubblico cipriota, il tipo e l'origine geografica del formaggio, del latte e dei prodotti lattiero-caseari richiesti (punto 14 delle decisioni impugnate).

21 Questa considerazione deve essere approvata. È infatti confermata dalla stessa ricorrente nelle sue memorie. Essa sottolinea che i termini in lettere maiuscole «HALLOUMI» e «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» indicano un tipo particolare di formaggio esportato da Cipro, prodotto in una certa maniera e caratterizzato da un gusto, una consistenza e proprietà culinarie particolari.

22 Nello stesso senso, si deve ricordare che il Tribunale ha già dichiarato che la parola in lettere maiuscole «HALLOUMI» rimandava allo speciale formaggio cipriota e che tale termine era descrittivo del citato prodotto [v., in tal senso, sentenza del 13 giugno 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/UAMI – Garmo (HELLIM), T-534/10, Racc., EU:T:2012:292, punti 41 e 55].

23 All'udienza la ricorrente ha contestato tale interpretazione della sentenza HELLIM, punto 22 supra (EU:T:2012:292), sostenendo che, al punto 41 della stessa, il Tribunale non si era pronunciato sul carattere distintivo del marchio anteriore HALLOUMI, ma aveva semplicemente svolto una valutazione della parola greca convertita in turco, che il Tribunale si era limitato a constatare che la traduzione turca del termine «halloumi» era «hellim» e che i consumatori sapevano che tali due termini si riferivano allo stesso prodotto. La ricorrente ha anche fatto valere che, al punto 52 della sentenza HELLIM, punto 22 supra (EU:T:2012:292), il Tribunale aveva riconosciuto che il marchio anteriore HALLOUMI aveva carattere distintivo.

24 Questi argomenti sono inoperanti e devono essere quindi disattesi. Infatti, il Tribunale osserva che la ricorrente non revoca in dubbio il fatto che il termine in lettere maiuscole «HALLOUMI» sia descrittivo del prodotto in parola, e cioè che sia uno speciale formaggio cipriota, così come è stato peraltro dichiarato al punto 55 della sentenza HELLIM, punto 22 supra (EU:T:2012:292).

25 Orbene, occorre ricordare che un segno il quale, in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali viene richiesta la sua registrazione come marchio, possieda carattere descrittivo ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009, è privo di carattere distintivo rispetto a tali prodotti o servizi, fatta salva l'applicazione del paragrafo 3 di detto articolo [v. sentenze del 10 marzo 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UAMI, C-51/10 P, Racc., EU:C:2011:139, punto 33 e giurisprudenza citata, e dell'11 maggio 2005, Naipes Heraclio Fournier/UAMI – France Cartes (Spada di un gioco di carte), da T-160/02 a T-162/02, Racc., EU:T:2005:167, punto 59 e giurisprudenza citata].

26 La ricorrente non ha tuttavia invocato l'articolo 7, paragrafo 3, del regolamento n. 207/2009, né dimostrato che il suo segno aveva acquisito, per i prodotti in questione, un carattere distintivo in seguito all'uso che ne è stato fatto, ai sensi della citata disposizione.

27 Il fatto che nella sentenza HELLIM, punto 22 supra (EU:T:2012:292), il Tribunale abbia riconosciuto, in seguito ad una contestazione relativa al rischio di confusione tra i marchi HALLOUMI e HELLIM, che il marchio comunitario collettivo denominativo anteriore HALLOUMI aveva un debole carattere distintivo – come peraltro richiesto dalla giurisprudenza (v. sentenza del 24 maggio 2012, Formula One Licensing/UAMI, C-196/11 P, Racc., EU:C:2012:314, punto 47) –, non rimette in discussione la valutazione contenuta al punto precedente. Infatti, in primo luogo il Tribunale rileva, in tale sentenza, l'assenza di un carattere distintivo particolare del marchio HALLOUMI e il suo carattere descrittivo (sentenza HELLIM, punto 22 supra, EU:T:2012:292, punto 55). Così, la constatazione che il marchio comunitario collettivo denominativo HALLOUMI presenta un debole carattere distintivo non basta a contrastare il carattere descrittivo del citato marchio. In secondo luogo, nella sentenza in questione non risulta che il debole carattere distintivo sia stato acquisito in seguito all'uso, come richiesto dall'articolo 7, paragrafo 3, del regolamento n. 207/2009.

28 Tenuto conto di quanto precede, occorre ammettere che il significato descrittivo del segno HALLOUMI, come constatato dalla commissione di ricorso, è dimostrato, quantomeno, per il pubblico cipriota. Per le stesse ragioni, la medesima conclusione può essere raggiunta riguardo al segno ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

29 Ne consegue che la commissione di ricorso non ha commesso alcun errore di valutazione nel ritenere che non fosse consentita la registrazione dei marchi richiesti in ragione del loro significato descrittivo, quantomeno agli occhi del pubblico cipriota, dei prodotti per i quali le registrazioni erano state domandate.

30 La ricorrente solleva cinque censure volte a mettere in discussione tali considerazioni.

Sulla prima censura, secondo la quale il regolamento n. 207/2009 non esclude i marchi di certificazione

31 La ricorrente deduce che il regolamento n. 207/2009 consente la registrazione dei marchi di certificazione che soddisfino i requisiti dei marchi comunitari. Essa contesta alla commissione di ricorso di non aver menzionato il fatto che il regolamento n. 207/2009 non vietava che fossero registrati, come marchi comunitari ordinari, detti marchi di certificazione, i quali sono compatibili con le disposizioni generali di detto regolamento.

32 L'UAMI sostiene che i marchi di certificazione possono essere registrati in quanto marchi comunitari individuali se rispondono ai criteri fissati dall'articolo 7, paragrafo 1, del regolamento n. 207/2009.

33 Da un lato, occorre rilevare che, al punto 16 delle decisioni impugnate, la commissione di ricorso ha sottolineato che un marchio non poteva essere rifiutato per il fatto di essere stato utilizzato come marchio di certificazione. Essa tuttavia precisa che, poiché il regolamento n. 207/2009 non prevede la

registrazione dei marchi di certificazione, tali marchi devono essere depositati quali marchi individuali e possono essere registrati solo se nessuno degli impedimenti assoluti alla registrazione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, di tale regolamento può essere invocato.

34 Così facendo, la commissione di ricorso ha espressamente sottolineato che i marchi di certificazione potevano essere registrati quali marchi comunitari a condizione che non ricorresse nessuno degli impedimenti assoluti alla registrazione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, del regolamento n. 207/2009. L'argomento della ricorrente secondo cui la commissione di ricorso non ha menzionato il fatto che il regolamento n. 207/2009 non impediva la registrazione dei marchi di certificazione non può, in ogni caso, che essere respinto.

35 Dall'altro lato, correttamente l'UAMI sottolinea che il regolamento n. 207/2009 non prevede la tutela dei marchi di certificazione, ma solamente la tutela dei marchi comunitari individuali o collettivi.

36 Nel caso di specie, la ricorrente ha depositato due domande di registrazione di marchi individuali e tali domande sono state esaminate alla luce dei criteri previsti dal regolamento n. 207/2009, tra cui quelli richiamati all'articolo 7, paragrafo 1, di detto regolamento.

37 Di conseguenza, la prima censura dev'essere respinta.

Sulla seconda censura, relativa all'applicazione di criteri erronei per la valutazione del carattere descrittivo dei marchi richiesti

38 La ricorrente deduce di essere titolare, dall'anno 1992, di due marchi nazionali di certificazione, ossia i marchi HALLOUMI e ΧΑΛΛΟΥΜΙ, e che, perlomeno a partire da tale anno, i consumatori ciprioti percepiscono i segni di cui trattasi come marchi di certificazione che assicurano il rispetto di un complesso di norme precise enunciate in un disciplinare.

39 L'UAMI replica che l'esclusione dei marchi richiesti è fondata sul carattere descrittivo dei marchi individuali e non sui criteri legati ai marchi di certificazione e fa osservare che la stessa ricorrente ammette che i marchi richiesti descrivono il tipo e l'origine dei prodotti.

40 Innanzitutto, si deve constatare che la ricorrente riconosce che i marchi richiesti sono sempre stati percepiti dai consumatori ciprioti e da quelli di tutta l'Unione come designanti un tipo particolare di formaggio esportato da Cipro, prodotto in una certa maniera e caratterizzato da un gusto, una consistenza e proprietà culinarie particolari.

41 La commissione di ricorso pertanto non ha commesso alcun errore di valutazione nell'evidenziare, al punto 14 delle decisioni impugnate, che i segni descrivono direttamente, almeno agli occhi del pubblico cipriota, il tipo e l'origine geografica del formaggio.

42 Come sottolineato, poi, dall'UAMI, l'esclusione della registrazione dei marchi richiesti è fondata sul carattere descrittivo dei marchi individuali e non sui criteri legati ai marchi di certificazione.

43 Ne consegue che il fatto che la ricorrente sia titolare di marchi di certificazione identici dall'anno 1992 non incide sul carattere descrittivo dei segni di cui trattasi.

44 In tale contesto, occorre esaminare l'argomento della ricorrente secondo cui, in sostanza, l'esistenza dei marchi di certificazione a partire dall'anno 1992 avrebbe fatto evolvere la percezione da parte dei consumatori ciprioti dei segni di cui trattasi in un senso che supera abbondantemente il carattere semplicemente descrittivo dei prodotti interessati. Questi li percepirebbero da tal momento come segni che assicurano il rispetto di un complesso di norme precise enunciate in un disciplinare.

45 Tale argomento è inconferente. Infatti, i criteri richiamati dalla ricorrente, legati all'origine geografica del prodotto, alla sua natura e alle sue caratteristiche sono quelli propri dei marchi di certificazione. Non possono valere a dimostrare che il consumatore cipriota non percepisce i segni di cui trattasi – oggetto di domande di registrazione quali marchi individuali – come descrittivi dei prodotti interessati.

46 Così, anche volendo supporre che certi consumatori ciprioti percepiscano da diversi anni i segni di cui trattasi come marchi di certificazione che assicurano il rispetto di un complesso di precisi requisiti giuridici, questa percezione non influenza il carattere descrittivo, ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009, dei marchi in questione agli occhi di tali consumatori, né, a maggior ragione, agli occhi degli altri consumatori, che non fanno il collegamento con il marchio di certificazione.

47 Infine, la ricorrente sostiene che l'approccio seguito dalla commissione di ricorso porta a ritenere che tutti i marchi di certificazione, per loro stessa natura, devono essere esclusi. Secondo la ricorrente, solo nell'ipotesi in cui il marchio non sia nulla di più che un'informazione banale che indica direttamente ed esclusivamente le caratteristiche dei prodotti o dei servizi non è possibile la registrazione come marchio comunitario. La ricorrente si riferisce segnatamente, a titolo di esempio, all'espressione «100% bovino».

48 Come giustamente sottolineato dall'UAMI, l'approccio proposto dalla ricorrente non può essere seguito, per la ragione che corrisponde ad una definizione restrittiva della nozione di carattere descrittivo ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009.

49 Si deve rilevare che i criteri sui quali si fonda la ricorrente per sostenere che i segni di cui trattasi sarebbero, a differenza dell'espressione «100% bovino», molto più che un'informazione banale che indica direttamente ed esclusivamente le caratteristiche dei prodotti o dei servizi, sono quelli del marchio di certificazione, i quali sono, per l'appunto, descrittivi, perché legati all'origine geografica del prodotto, alla sua natura e alle sue caratteristiche.

50 Pertanto, la seconda censura dev'essere respinta.

Sulla terza censura, relativa all'assenza di interesse pubblico a mantenere la libera disponibilità dei marchi richiesti

51 La ricorrente sostiene che non sussiste un interesse pubblico che giustifichi il mantenimento della libera disponibilità dei marchi richiesti per l'uso di terzi. Essa ricorda che occorre interpretare gli impedimenti alla registrazione elencati all'articolo 7, paragrafo 1, del regolamento n. 207/2009 alla luce dell'interesse generale sotteso a ciascuno di essi. A tal proposito, essa si richiama alla sentenza del 4 maggio 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 e C-109/97, Racc., EU:C:1999:230, punti 29 e 30), che, a suo parere, ha chiaramente stabilito che l'interesse pubblico è la pietra angolare dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009. Essa ritiene così che la commissione di ricorso avrebbe dovuto porsi la questione se si potesse ragionevolmente supporre che i terzi avrebbero desiderato utilizzare il marchio nel futuro. Orbene, essa fa osservare che il solo motivo per il quale alcuni commercianti potrebbero voler utilizzare i marchi richiesti senza rispettare le norme imposte dai marchi di certificazione sarebbe quello di trarre in inganno il pubblico. Non vi sarebbe quindi alcun interesse pubblico a che i commercianti possano descrivere falsamente i propri prodotti. Al contrario, vi sarebbe un interesse pubblico rilevante alla tutela dei marchi di certificazione. Essa aggiunge che la registrazione dei marchi di certificazione non porterà ad abusi, né faciliterà la registrazione di marchi descrittivi, non avendo questi ultimi né il «timbro» né la reputazione dei marchi di certificazione.

52 L'UAMI contesta tali argomenti.

53 Occorre ricordare che la nozione d'interesse generale sottesa all'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 impone che i segni o le indicazioni che in commercio possono servire per designare caratteristiche di prodotti o servizi di cui è chiesta la registrazione possano essere liberamente utilizzati da tutti. Tale disposizione vieta che detti segni o indicazioni siano riservati ad una sola impresa in forza della loro registrazione come marchio (sentenze del 23 ottobre 2003, UAMI/Wrigley, C-191/01 P, Racc., EU:C:2003:579, punto 31, e del 12 gennaio 2006, Deutsche SiSi-Werke/UAMI, C-173/04 P, Racc., EU:C:2006:20, punto 62) e che un'impresa monopolizzi l'uso di un termine descrittivo, a discapito delle altre imprese, comprese le sue concorrenti, che vedrebbero così ristretta la portata del vocabolario disponibile per descrivere i propri prodotti [sentenze del 6 marzo 2007, Golf USA/UAMI (GOLF USA), T-230/05, EU:T:2007:76, punto 32, e del 30 aprile 2013. ABC-One/UAMI (SLIM BELLY), T-61/12, EU:T:2013:226, punto 18].

54 In tale contesto, la ricorrente fa valere, da un lato, che la commissione di ricorso aveva l'obbligo di porsi la questione se vi fosse un interesse pubblico a lasciare i marchi richiesti disponibili per l'uso di terzi, cosa che non avrebbe fatto. Essa sostiene, dall'altro lato, che nel caso di specie la risposta a tale questione è che non esiste alcun interesse pubblico a lasciare i marchi richiesti disponibili. Simili argomenti non possono essere accolti.

55 Infatti, discende dalla giurisprudenza citata al punto 53 supra che l'interesse generale o l'interesse pubblico a lasciare i marchi descrittivi disponibili per l'uso di terzi è prestabilito e presunto. Ne consegue che, quando il marchio richiesto è descrittivo, per la commissione di ricorso è sufficiente constatare detto carattere descrittivo senza per questo dover verificare se, nonostante il suo carattere descrittivo, vi sia, di fatto, un interesse pubblico a lasciare il marchio disponibile per l'uso di terzi. In tal senso, ai fini dell'applicazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009, occorre unicamente esaminare, sulla base di un certo significato del segno denominativo in questione, se esista, dal punto di vista del pubblico di riferimento, una relazione sufficientemente diretta e concreta tra il segno e le caratteristiche delle categorie di prodotti o servizi per le quali è stata chiesta la registrazione [sentenze del 3 dicembre 2003, Audi/UAMI (TDI), T-16/02, Racc., EU:T:2003:327 punto 29, e del 23 ottobre 2007, BORCO-Marken-Import Matthiesen/UAMI (Caipi), T-405/04, EU:T:2007:315, punto 44]. In tale contesto, è utile anche ricordare che l'applicazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 non dipende dall'esistenza di un imperativo di disponibilità concreto, attuale e serio [v., in tal senso, sentenze del 27 febbraio 2002, Streamserve/UAMI (STREAMSERVE), T-106/00, Racc., EU:T:2002:43, punto 39; del 9 febbraio 2010, PromoCell bioscience alive/UAMI (SupplementPack), T-113/09, EU:T:2010:34, punto 27, e dell' 8 luglio 2010, Trautwein/UAMI (Raffigurazione di un cavallo), T-386/08, EU:T:2010:296, punto 45].

56 Nel caso di specie, come osservato ai punti da 18 a 29 che precedono, le decisioni impugnate hanno sufficientemente dimostrato l'esistenza di un rapporto diretto e concreto tra i marchi richiesti e le caratteristiche dei prodotti per i quali sono state chieste le registrazioni.

57 Peraltro, la ricorrente deduce invano che ammettere l'esistenza di un interesse pubblico che giustifichi il mantenimento nella libera disponibilità dei marchi richiesti finirebbe per consentire a taluni commercianti di utilizzarli senza rispettare le norme imposte dai marchi di certificazione, e di ingannare il pubblico.

58 Infatti, come giustamente fa osservare l'UAMI, le considerazioni relative all'utilizzo futuro dei marchi richiesti o a eventuali rischi che ne derivino non rilevano ai fini della valutazione dell'esistenza del carattere descrittivo dei citati marchi.

59 Infine, il fatto che istituti di diritto europeo si siano espressi in favore della necessità di tutela dei marchi di certificazione non rileva ai fini della risoluzione del caso di specie. Infatti, si deve ricordare che, secondo la giurisprudenza, la legittimità delle decisioni delle commissioni di ricorso dev'essere valutata unicamente in base al regolamento n. 207/2009, come interpretato dal giudice dell'Unione (sentenze del 15 settembre 2005, BioID/UAMI, C-37/03 P, Racc., EU:C:2005:547, punto 47; Deutsche

SiSi-Werke/UAMI, punto 53 supra, EU:C:2006:20, punto 48, e PAPERLAB, punto 14 supra, EU:T:2005:247, punto 39). Orbene, la normativa esistente sul marchio comunitario non prevede, per l'appunto, la possibilità di registrare marchi di certificazione.

60 Tenuto conto di quanto precede, la terza censura dev'essere respinta.

Sulla quarta censura, relativa alla registrazione di marchi di certificazione come marchi comunitari

61 La ricorrente ritiene che la commissione di ricorso non sia stata coerente nell'accettare che fossero registrati, quali marchi comunitari ordinari, marchi di certificazione come FREEDOM FOOD, ENERGY STAR, FAIRTRADE o ancora UNDERWRITERS LABORATORIES. Essa in sostanza le contesta di non aver chiarito la ragione per cui l'impedimento che non è stato opposto rispetto a tali marchi è invece stato invocato rispetto ai marchi richiesti.

62 L'UAMI contesta tali argomenti.

63 Per quanto concerne le precedenti decisioni dell'UAMI, è sufficiente ricordare che, anche se motivi di fatto o di diritto figuranti in una decisione precedente dell'UAMI possono costituire argomenti a sostegno di un motivo relativo alla violazione di una disposizione del regolamento n. 207/2009, le decisioni che le commissioni di ricorso sono chiamate ad assumere, in virtù di detto regolamento relativo alla registrazione di un segno quale marchio comunitario, rientrano nell'esercizio di una competenza vincolata e non di un potere discrezionale. Pertanto, la legittimità delle decisioni delle commissioni di ricorso dev'essere valutata unicamente sulla base di detto regolamento, come interpretato dal giudice dell'Unione, e non sulla base di una prassi decisionale ad esse precedente (sentenze BioID/UAMI, punto 53 supra, EU:C:2005:547, punto 47; Deutsche SiSi-Werke/UAMI, punto 53 supra, EU:C:2006:20, punto 48, e PAPERLAB, punto 14 supra, EU:T:2005:247, punto 39). Ciò detto, ovviamente non è escluso che il giudice dell'Unione approvi e riprenda taluni degli argomenti sviluppati dalla prassi decisionale dell'UAMI.

64 Si configurano, infatti, due ipotesi. Se, in un caso precedente, la commissione di ricorso, ammettendo l'idoneità di un segno alla registrazione come marchio comunitario, ha applicato correttamente le pertinenti disposizioni del regolamento n. 207/2009 e successivamente, in un caso analogo al primo, ha adottato una decisione contraria, il giudice dell'Unione non potrà che annullare quest'ultima decisione per violazione delle pertinenti disposizioni del regolamento n. 207/2009. In questa prima ipotesi, il motivo relativo alla violazione del principio di non discriminazione sarebbe, pertanto, ininfluente (sentenza STREAMSERVE, punto 55 supra, EU:T:2002:43, punto 67).

65 Al contrario, se, in un caso precedente, la commissione di ricorso, ammettendo l'idoneità di un segno alla registrazione come marchio comunitario, ha commesso un errore di diritto e successivamente, in un caso analogo al primo, adotta una decisione contraria, la prima decisione non potrà essere utilmente fatta valere a sostegno di una domanda diretta all'annullamento di quest'ultima decisione. Infatti, come risulta dalla giurisprudenza della Corte, il principio della parità di trattamento può essere fatta valere solo nell'ambito del rispetto della legalità (sentenze del 13 luglio 1972, Besnard e a./Commissione, da 55/71 a 76/71, 86/71, 87/71 e 95/71, Racc., EU:C:1972:66, punto 39, e del 28 settembre 1993, Magdalena Fernández/Commissione, T-90/92, Racc., EU:T:1993:78, punto 38) e nessuno può far valere a proprio vantaggio un illecito commesso a favore di altri (sentenza del 9 ottobre 1984, Witte/Parlamento, 188/83, Racc., EU:C:1984:309, punto 15). Pertanto, anche in questa seconda ipotesi, il motivo relativo alla violazione del principio di non discriminazione sarebbe ininfluente (sentenza STREAMSERVE, punto 55 supra, EU:T:2002:43, punto 67).

66 Orbene, come emerge dall'analisi del presente motivo relativo alla violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), e in particolare dei punti da 13 a 29 supra, la commissione di ricorso ha correttamente concluso che i marchi richiesti non potevano essere registrati poiché erano descrittivi dei prodotti interessati.

67 Di conseguenza, la quarta censura deve essere respinta.

Sulla quinta censura, relativa alla lesione della tutela dei marchi nazionali

68 Secondo la ricorrente, le decisioni impugnate provocheranno l'indebolimento della tutela di marchi nazionali. A tal proposito, essa sottolinea che i marchi nazionali, compresi i marchi di certificazione, possono essere invocati nell'ambito di un procedimento relativo ai marchi comunitari. Le decisioni impugnate avrebbero per effetto di non accordare a detti marchi alcun carattere distintivo e, pertanto, alcuna tutela ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 1, lettere a) e b), del regolamento n. 207/2009. In tale contesto, essa si riferisce alla sentenza Formula One Licensing/UAMI, punto 27 supra (EU:C:2012:314, punti da 42 a 47), nella quale la Corte ha dichiarato che, per non violare l'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, va riconosciuto un certo grado di carattere distintivo ad un marchio nazionale invocato a sostegno di un'opposizione alla registrazione di un marchio comunitario.

69 Come fa osservare l'UAMI, si deve considerare che gli argomenti della ricorrente sono del tutto privi di pertinenza. Infatti, il ragionamento della commissione di ricorso è intervenuto nell'ambito del procedimento di esame degli impedimenti assoluti alla registrazione ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettere b) e c), del regolamento n. 207/2009 e non nel contesto di un procedimento inter partes.

70 Il fatto che la commissione di ricorso abbia escluso la registrazione dei marchi richiesti quali marchi comunitari in ragione dell'esistenza di un impedimento assoluto alla registrazione non comporta per questo che tale organo dell'UAMI non riconoscerebbe alcun carattere distintivo a questi stessi segni nell'ipotesi in cui essi fossero stati previamente registrati come marchi nazionali e invocati nell'ambito di un procedimento di opposizione. A tal proposito, la sentenza Formula One Licensing/UAMI, punto 27 supra (EU:C:2012:314), riguarda un procedimento inter partes ed è dunque del tutto inconferente nel caso di specie.

71 Come sottolinea l'UAMI, la ricorrente non dimostra che la commissione di ricorso abbia applicato, nell'ambito del procedimento volto a constatare un impedimento assoluto alla registrazione, criteri di valutazione idonei a ledere la tutela dei marchi nazionali di certificazione.

72 Di conseguenza, la quinta censura deve essere respinta.

73 Alla luce delle considerazioni che precedono, l'argomento della ricorrente relativo alla violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 dev'essere respinto in quanto infondato.

74 Per quanto concerne la questione della violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, occorre ricordare che, come risulta dall'articolo 7, paragrafo 1, del regolamento n. 207/2009, è sufficiente che sia applicabile uno solo degli impedimenti assoluti alla registrazione perché il segno di cui trattasi non possa essere registrato come marchio comunitario (v. sentenza WEISSE SEITEN, punto 16 supra, EU:T:2006:87, punto 110 e giurisprudenza citata).

75 Di conseguenza, poiché dall'esame degli argomenti della ricorrente relativi alla violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento n. 207/2009 è emerso che la commissione di ricorso aveva correttamente concluso che i marchi richiesti erano descrittivi dei prodotti interessati e che questo solo motivo era sufficiente a giustificare l'esclusione della registrazione dei marchi richiesti,

non è necessario, in ogni caso, esaminare la questione della violazione dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, relativamente alla quale per giunta la ricorrente non sviluppa alcun argomento specifico.

76 Alla luce delle considerazioni esposte, il ricorso deve essere respinto.

Sulle spese

77 Ai sensi dell'articolo 134, paragrafo 1, del regolamento di procedura del Tribunale, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. Poiché la ricorrente è rimasta soccombente, va condannata alle spese sostenute dall'UAMI, conformemente alle conclusioni di quest'ultimo in tal senso.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Quarta Sezione)

dichiara e statuisce:

1) Il ricorso è respinto.

2) La Repubblica di Cipro sopporterà, oltre alle proprie spese, quelle sostenute dall'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI).

Prek Labucka Kreuschitz

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 7 ottobre 2015.

Firme