SENTENZA DEL TRIBUNALE (Seconda Sezione Ampliata)

25 ottobre 2005 *

Nella causa T-379/03,

Peek & Cloppenburg KG, con sede in Düsseldorf (Germania), rappresentata inizialmente dall'avv. U. Hildebrandt, successivamente dagli avv.ti P. Lange, P. Wilbert e A. Auler, e poi dagli avv.ti Lange, Wilbert, Auler e J. Steinberg,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato inizialmente dai sigg. D. Schennen e G. Schneider, successivamente dai sigg. A. von Mühlendahl, D. Schennen e G. Schneider, in qualità di agenti,

convenuto,

avente ad oggetto un ricorso proposto contro la decisione della quarta commissione di ricorso dell'UAMI 27 agosto 2003 (procedimento R 105/2002-4), relativo alla domanda di registrazione del segno denominativo Cloppenburg come marchio comunitario,

* Lingua processuale: il tedesco.

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

composto dai sigg. J. Pirrung, presidente, A.W.H. Meij, N. J. Forwood, dalla sig.ra I. Pelikánová e dal sig. S. Papasavvas, giudici,

cancelliere: sig. J. Palacio González, amministratore principale

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all'udienza del 20 aprile 2005,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Fatti all'origine della controversia

1 Il 24 ottobre 2000 la ricorrente ha presentato all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI) una domanda di marchio comunitario, ai sensi del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1), come modificato.

2 Il marchio di cui è stata richiesta la registrazione è il segno denominativo Cloppenburg.

3 La registrazione è stata chiesta per i «servizi di un commercio al minuto», appartenenti alla classe 35 dell'Accordo di Nizza 15 giugno 1957, relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi per la registrazione dei marchi, come riveduto e modificato.

4 Con decisione 20 dicembre 2001, l'esaminatrice dell'UAMI ha respinto la domanda di registrazione in forza dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94.

5 Il 25 gennaio 2002 la ricorrente ha proposto un ricorso contro la decisione dell'esaminatrice, a norma degli artt. 57-59 del regolamento n. 40/94.

6 Con decisione 27 agosto 2003 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), la quarta commissione di ricorso dell'UAMI ha respinto il ricorso della ricorrente. Essa ha considerato, in sostanza, che la parola «Cloppenburg» designava una città tedesca, situata in Bassa Sassonia, e che nel Landkreis Cloppenburg, circoscrizione territoriale cui detta città aveva dato il suo nome, vivevano, nel 2002, oltre 152 000 abitanti. La commissione di ricorso ha rilevato che, in tedesco, la terminazione «burg» (castello) sarebbe considerata come un'indicazione di luogo, che le città e le regioni delle dimensioni di Cloppenburg erano regolarmente citate nei bollettini meteorologici diffusi sull'intero territorio tedesco e che indicazioni in tal senso figuravano sui cartelli autostradali, i quali potevano essere letti durante il viaggio o ascoltati in occasione delle informazioni sul traffico. Ha aggiunto che il termine «Cloppenburg» designava il sito del prestatore dei servizi e, pertanto, il luogo in cui i servizi di un commercio al minuto erano stati concepiti e a partire dal quale venivano forniti. La commissione di ricorso ne ha dedotto che il consumatore finale tedesco avrebbe percepito il termine «Cloppenburg» come un'indicazione di provenienza geografica.

Procedimento e conclusioni delle parti

7 Con atto introduttivo depositato presso la cancelleria del Tribunale il 17 novembre 2003, la ricorrente ha proposto il ricorso in esame.

8 Nel ricorso la ricorrente conclude che il Tribunale voglia:

— annullare la decisione impugnata;

— condannare l'UAMI alle spese.

9 Il 20 febbraio 2004 l'UAMI ha depositato un atto intitolato «memoria di risposta». In tale atto l'UAMI espone, sotto il titolo «conclusioni»:

«[L'UAMI] mira a sostenere la domanda della ricorrente volta all'annullamento della decisione impugnata. Tuttavia, tale approccio equivarrebbe (...) ad accogliere la domanda della ricorrente e dispenserebbe il [Tribunale] dalla necessità di statuire. In tale situazione il convenuto chiede al [Tribunale] di statuire sul ricorso tenuto conto dell'argomentazione di fatto e di diritto formulata dalle parti.

Attualmente, il convenuto rinuncia a formulare una conclusione determinata».

10 Su relazione del giudice relatore, il Tribunale ha deciso di passare alla fase orale.

11 Sentite le parti, il Tribunale ha rinviato la causa alla Seconda Sezione ampliata.

12 L'UAMI ha confermato, all'udienza, che non concludeva per l'annullamento della decisione impugnata, ma che si rimetteva al prudente apprezzamento del Tribunale.

In diritto

Argomenti delle parti

13 A sostegno del ricorso la ricorrente deduce, principalmente, un motivo relativo ad una violazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94.

14 Essa adduce, in primo luogo, che il termine «Cloppenburg» è un cognome frequente in Germania, poiché oltre 16 000 abbonati sono registrati con tale nominativo nell'elenco telefonico. Orbene, secondo la ricorrente, i cognomi presentano per loro stessa natura un carattere distintivo. Al riguardo, essa osserva che la sentenza della Corte 23 ottobre 2003, causa C-191/01 P, UAMI/Wrigley (Racc. pag. I-12447), non è pertinente nel caso di specie. Secondo tale sentenza, ad un segno denominativo si può opporre un rifiuto di registrazione se, in almeno uno dei suoi significati potenziali, esso designa una caratteristica dei prodotti considerati. Se, nel commercio, il significato principale è diverso da un'indicazione di un luogo geografico, la registrazione, secondo la ricorrente, è di diritto.

15 In secondo luogo, la ricorrente osserva che, in tedesco, le indicazioni geografiche sono di regola accompagnate da espressioni o da terminazioni quali «*aus* Cloppenburg» o «Cloppenburg*er* (...)» (di Cloppenburg).

16 La ricorrente considera, in terzo luogo, che l'UAMI non ha dimostrato che, attualmente, il pubblico pertinente associava la denominazione «Cloppenburg» a servizi di vendita al minuto, né che tale nesso fosse ragionevolmente da prendere in considerazione nel futuro.

17 All'udienza la ricorrente ha aggiunto che la decisione impugnata non era correttamente motivata in quanto la commissione di ricorso si era limitata a confutare gli argomenti addotti dalla ricorrente, senza sostituirli con argomenti propri.

18 L'UAMI considera che il ricorso è fondato per i seguenti motivi. In primo luogo, la commissione di ricorso non avrebbe dimostrato che la città di Cloppenburg fosse nota al pubblico interessato. In secondo luogo, non vi sono elementi attestanti che Cloppenburg — la città o il Landkreis — sia nota come luogo di produzione di prodotti, quali che essi siano. In terzo luogo, la commissione di ricorso non avrebbe provato la conoscenza di Cloppenburg in quanto sito di prestazione di servizi al di fuori della regione. Di conseguenza, il marchio Cloppenburg non sarebbe percepito, agli occhi del consumatore interessato quale il consumatore medio tedesco, come composto esclusivamente da segni o da indicazioni che possono servire, nel commercio, per designare la provenienza geografica della prestazione del servizio designato o anche dei prodotti venduti nell'ambito di servizi di un commercio al minuto.

19 Aggiunge che, secondo la sentenza del Tribunale 30 giugno 2004, causa T-107/02, GE Betz/UAMI — Atofina Chemicals (BIOMATE) (Racc. pag. II-1845), l'UAMI non

è tenuto a concludere per il rigetto del ricorso, ma può rimettersi al prudente apprezzamento del Tribunale, pure adducendo tutti gli argomenti che ritiene opportuni. Tuttavia, conformemente alla sentenza della Corte 12 ottobre 2004, causa C-106/03 P, Vedial/UAMI (Racc. pag. I-9573), che conferma in seguito a impugnazione la sentenza del Tribunale 12 dicembre 2002, causa T-110/01, Vedial/UAMI — France Distribution (HUBERT) (Racc. pag. II-5275), l'UAMI non potrebbe in alcun caso modificare i termini della lite. Gli stessi principi si applicano, secondo l'UAMI, alle procedure concernenti impedimenti assoluti alla registrazione.

20 Inoltre, l'UAMI rileva che, conformemente all'art. 60 del regolamento n. 40/94, una causa deferita alla commissione di ricorso esula dalla competenza dell'esaminatore, che, dal suo canto, sarebbe vincolato alle istruzioni del presidente dell'UAMI. In forza dell'art. 131, n. 2, dello stesso regolamento, nella sua versione da applicare nel caso di specie, le commissioni di ricorso fruirebbero di un'indipendenza che impedisce all'UAMI di revocare la decisione impugnata o di sostituire ad essa una decisione favorevole alla ricorrente.

21 All'udienza, la ricorrente ha accolto il punto di vista dell'UAMI sulla ricevibilità delle conclusioni di quest'ultimo, pur rilevando che essa avrebbe preferito che questo concludesse per l'annullamento della decisione impugnata.

Sulla ricevibilità delle conclusioni dell'UAMI

22 Per quanto concerne la posizione processuale dell'UAMI, il Tribunale ha considerato, a proposito di un procedimento relativo ad una decisione di una commissione di ricorso che aveva statuito su un procedimento di opposizione, che, anche se l'UAMI non dispone della legittimazione attiva richiesta per impugnare una decisione di una commissione di ricorso, per converso, non può essere tenuto a difendere sistematicamente ogni decisione impugnata di una commissione di ricorso o a concludere necessariamente per il rigetto di qualsiasi ricorso rivolto contro una

siffatta decisione (sentenza BIOMATE, cit., punto 34). Nulla impedisce all'UAMI di aderire ad una conclusione della ricorrente o anche di rimettersi semplicemente al prudente apprezzamento del Tribunale, presentando tutti gli argomenti che ritiene appropriati per fornire delucidazioni al Tribunale (sentenza BIOMATE, cit., punto 36). Per contro, non può formulare conclusioni dirette all'annullamento o alla riforma della decisione della commissione di ricorso su un punto non sollevato nel ricorso o presentare motivi non sollevati nel ricorso (v., in tal senso, citata sentenza 12 ottobre 2004, Vedial/UAMI, punto 34).

23 Inoltre, se è vero che, nell'art. 133, n. 2, del regolamento di procedura del Tribunale, l'UAMI è designato come convenuto dinanzi al Tribunale, tale designazione non può modificare le conseguenze che derivano dal sistema del regolamento n. 40/94 per quanto riguarda le commissioni di ricorso. Tale designazione consente tutt'al più di regolare le spese, in caso di annullamento o di riforma della decisione impugnata, indipendentemente dalla posizione adottata dall'UAMI dinanzi al Tribunale (sentenza BIOMATE, cit., punto 35).

24 Il quarto titolo del regolamento di procedura definisce uniformemente il ruolo dell'UAMI in quanto convenuto, senza distinguere i procedimenti che coinvolgono, dinanzi alla commissione di ricorso, parti diverse dalla ricorrente dinanzi al Tribunale (in prosieguo: i «procedimenti inter partes») da quelli che oppongono soltanto la ricorrente e l'UAMI (in prosieguo: i «procedimenti ex parte»). Inoltre, il testo dell'art. 63 del regolamento n. 40/94 non comporta alcuna distinzione a seconda che il procedimento che è sfociato nella decisione impugnata sia un procedimento inter partes o un procedimento ex parte. Ne consegue che la precitata giurisprudenza, pronunciata nell'ambito di procedimenti inter partes, è applicabile al procedimento ex parte.

25 Nella fattispecie, benché l'UAMI si sia esplicitamente rifiutato di concludere per l'annullamento della decisione impugnata e si sia rimesso al prudente apprezza-

mento del Tribunale, si deve constatare che esso ha addotto esclusivamente argomenti a sostegno del motivo della ricorrente, relativo alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94. Pertanto, l'UAMI ha espresso chiaramente la sua volontà di sostenere le conclusioni e il motivo addotti dalla ricorrente.

26 In tali circostanze occorre riqualificare le conclusioni dell'UAMI e considerare che questo conclude, in sostanza, nel senso che siano accolte le conclusioni della ricorrente.

27 Dai punti 22-24 di cui sopra discende che le conclusioni con le quali l'UAMI aderisce alle conclusioni di annullamento della ricorrente devono essere dichiarate ricevibili nella misura in cui queste e gli argomenti addotti a loro sostegno non esulano dall'ambito delle conclusioni e dei motivi addotti dalla ricorrente.

28 Quanto alla questione se la concordanza delle conclusioni e degli argomenti delle parti possa dispensare, nella specie, il Tribunale dal dover statuire nel merito del ricorso, come l'UAMI ha fatto intendere, occorre rilevare che, malgrado la concordanza degli argomenti delle parti sul merito della causa, il ricorso è divenuto privo d'oggetto. In effetti, nonostante l'accordo fra le parti, la decisione impugnata non è stata né modificata né revocata, in quanto l'UAMI non dispone del potere di farlo, né di quello di impartire istruzioni in tal senso alle commissioni di ricorso, la cui indipendenza è sancita dall'art. 131, n. 2, del regolamento n. 40/94, nella sua versione applicabile fino al 9 marzo 2004, divenuto, nella versione attuale, l'art. 131, n. 4. Ne consegue che la ricorrente conserva un interesse ad ottenere l'annullamento della detta decisione.

29 Da quanto precede risulta che la concordanza delle conclusioni e degli argomenti delle parti non dispensa il Tribunale dall'esaminare la legittimità della decisione impugnata rispetto ai motivi formulati nell'atto introduttivo di ricorso.

Nel merito

30 Ai termini dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94, 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, ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o di prestazione del servizio, o altre caratteristiche del prodotto o servizio».

31 Inoltre, l'art. 7, n. 2, dello stesso regolamento dispone che «il paragrafo 1 si applica anche se le cause di impedimento esistono soltanto per una parte della Comunità».

32 L'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 persegue una finalità d'interesse generale, la quale impone che i segni o le indicazioni descrittivi delle categorie di prodotti o di servizi per i quali si chiede la registrazione possano essere liberamente utilizzati da tutti. Tale disposizione osta quindi a che siffatti segni o indicazioni siano riservati a una sola impresa in forza della loro registrazione come marchio (v., per analogia, sentenza della Corte 4 maggio 1999, cause riunite C-108/97 e C-109/97, Windsurfing Chiemsee, Racc. pag. I-2779, punto 25).

33 Per quanto riguarda, più particolarmente, i segni o le indicazioni atti a designare la provenienza geografica delle categorie di prodotti per le quali si chiede la registrazione del marchio, in particolare i nomi geografici, vi è un interesse generale a preservarne la disponibilità, segnatamente per la loro capacità non solo di rivelare eventualmente la qualità e altre proprietà delle categorie di prodotti o servizi interessate, bensì anche di influenzare diversamente le preferenze dei consumatori, ad esempio associando i prodotti o servizi a un luogo che può suscitare sentimenti positivi (v., per analogia, sentenza Windsurfing Chiemsee, cit., punto 26).

34 Va rilevato inoltre che sono escluse, da una parte, la registrazione dei nomi geografici in quanto marchi allorché indicano luoghi geografici determinati che siano già rinomati o noti per la categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi e che, pertanto, presentano un nesso con quest'ultima agli occhi degli ambienti interessati, e, d'altra parte, la registrazione dei nomi geografici utilizzabili dalle imprese, che devono anch'essi essere lasciati disponibili per queste ultime in quanto indicazioni di provenienza geografica della categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi (v., per analogia, sentenza Windsurfing Chiemsee, cit., punti 29 e 30).

35 Occorre rilevare in proposito che il legislatore comunitario, in deroga all'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento, ha fatto salva la possibilità di registrare segni che possono servire a designare la provenienza geografica quando si tratti di marchi collettivi, conformemente all'art. 64, n. 2, del detto regolamento nonché, per determinati prodotti, allorché ricorrono le condizioni necessarie, in quanto indicazioni geografiche o denominazioni d'origine protette nell'ambito delle disposizioni del regolamento del Consiglio (CEE) 14 luglio 1992, n. 2081, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli ed alimentari (GU L 208, pag. 1).

36 Si deve tuttavia osservare che, in via di principio, l'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94 non osta alla registrazione dei nomi geografici ignoti negli ambienti interessati o, quantomeno, sconosciuti in quanto designazione di un luogo geografico, né dei nomi per i quali, date le caratteristiche del luogo designato, non è verosimile che gli ambienti interessati possano ritenere che la categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi provenga da tale luogo o che essa vi sia concepita (v., per analogia, sentenza Windsurfing Chiemsee, cit., punto 33).

37 Alla luce di quanto precede, la valutazione del carattere descrittivo di un segno non può che essere condotta, da un lato, con riferimento ai prodotti o ai servizi di cui trattasi e, d'altro lato, con riferimento alla comprensione che ne ha il pubblico destinatario [sentenza del Tribunale 15 ottobre 2003, causa T-295/01, Nordmilch/ UAMI (OLDENBURGER), Racc. pag. II-4365, punti 27-34].

38 In tale valutazione l'UAMI è tenuto a stabilire se il nome geografico sia noto negli ambienti interessati in quanto designazione di un luogo. Inoltre, occorre che il nome di cui trattasi presenti attualmente, agli occhi degli ambienti interessati, un nesso con la categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi, o che sia ragionevole presumere che tale nome possa, agli occhi del detto pubblico, designare la provenienza geografica di tale categoria di prodotti o di servizi. Nell'effettuare tale valutazione occorre prendere in considerazione, in particolare, la conoscenza più o meno ampia che gli ambienti interessati hanno del nome geografico, nonché le caratteristiche del luogo designato da quest'ultimo e della categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi (v., per analogia, sentenza Windsurfing Chiemsee, cit., punto 37, e punto 1 del dispositivo).

39 Nella specie, l'esame del Tribunale deve limitarsi alla questione se, per il pubblico pertinente in Germania, il segno richiesto sia composto esclusivamente da un'indicazione che possa servire, nel commercio, per designare la provenienza geografica dei servizi designati. A questo proposito è assodato che «Cloppenburg» è il nome di una città situata in Bassa Sassonia e in cui vivono approssimativamente 30 000 abitanti.

40 Inoltre, la ricorrente non ha negato che il pubblico pertinente, vale a dire il consumatore medio dei «servizi di un commercio al minuto», sia costituito dal consumatore medio tedesco.

41 Quanto alla valutazione del carattere descrittivo del segno Cloppenburg, va constatato, in primo luogo, che le motivazioni esposte nella decisione impugnata, volte a dimostrare che il consumatore medio in Germania conosce tale segno come luogo geografico, non sono tutte convincenti.

42 In primo luogo, anche se una parola che termina con «burg» corrisponde spesso ad un luogo geografico, tale terminazione non può essere sufficiente, di per sé, a provare che il consumatore riconosce nella parola «Cloppenburg» la designazione di una città determinata. Infatti, tale terminazione esiste anche per cognomi e per nomi di fantasia.

43 In secondo luogo, non convince la tesi della commissione di ricorso secondo la quale le città e le regioni di una dimensione analoga a quella di Cloppenburg sono regolarmente citate nei bollettini meteorologici in tutto il territorio tedesco. In realtà, le previsioni meteorologiche diffuse su tutto il territorio tedesco utilizzano di regola, come punti di riferimento, le grandi città quali Amburgo, Hannover, Düsseldorf, Colonia, Berlino, Francoforte sul Meno, Stoccarda o Monaco di Baviera, nonché le montagne o i grandi fiumi. Una città della dimensione di Cloppenburg non vi appare che eccezionalmente.

44 In terzo luogo, anche se la città di Cloppenburg può essere indicata su cartelli autostradali o di strade federali e può essere menzionata nelle informazioni stradali, è pur vero che tali indicazioni sono destinate ad un pubblico locale. Da un lato, le direzioni indicate sui cartelli autostradali su tutto il territorio federale si limitano alle grandi città la cui ubicazione è conosciuta, come quelle citate al punto precedente. La menzione della città di Cloppenburg apparirà soltanto nella regione circostante, rivolgendosi così ad un pubblico che intende recarsi in tale regione o in tale città. D'altro lato, la stessa considerazione vale per le informazioni sul traffico che saranno

seguite attentamente soltanto dal pubblico per il quale la situazione della circolazione nella detta regione presenti un interesse effettivo.

45 Infine, la commissione di ricorso non ha evidenziato alcuna attrazione né alcuna attività economica per la quale la città di Cloppenburg sia nota ai consumatori su tutto il territorio tedesco.

46 Il Tribunale può lasciare aperta la questione se il pubblico interessato conosca la città di Cloppenburg in quanto luogo geografico. In ogni caso, a causa delle piccole dimensioni di questa città, occorre considerare che, ammesso che il consumatore tedesco la conosca, tale conoscenza dev'essere qualificata scarsa o, in ogni caso, media.

47 Si deve rilevare, in secondo luogo, che la commissione di ricorso non ha dimostrato sufficientemente che vi fosse, agli occhi del pubblico interessato, un nesso tra la città o la regione di Cloppenburg e la categoria di servizi considerati, o che sia ragionevole presumere che la parola «Cloppenburg» possa, agli occhi del detto pubblico, designare la provenienza geografica della categoria di servizi di cui trattasi.

48 La decisione impugnata espone soltanto che è sufficiente, per l'applicazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94, che il consumatore possa credere che la parola «Cloppenburg» designi il luogo in cui i servizi di un commercio al minuto sono stati concepiti e a partire dal quale essi sono forniti, senza per questo indicare in quale misura tale condizione sia soddisfatta nella specie. In sostanza, la commissione di ricorso si è limitata ad affermare che, per il pubblico tedesco, la parola «Cloppenburg» corrisponde al nome di una città in Bassa Sassonia.

49 Orbene, anche se il pubblico pertinente conosce la città di Cloppenburg, non ne discende automaticamente che il segno possa servire, nel commercio, come indicazione di provenienza geografica. Per esaminare se siano soddisfatte le condizioni di applicazione dell'impedimento alla registrazione di cui trattasi, occorre tener conto di tutte le circostanze pertinenti, quali la natura dei prodotti o dei servizi designati, la reputazione più o meno grande, in particolare nel settore economico di cui trattasi, del luogo geografico considerato e la conoscenza più o meno grande che ne ha il pubblico interessato, le consuetudini nel settore di attività considerato e la questione in quale misura la provenienza geografica dei prodotti o servizi in parola possa essere pertinente, agli occhi dei settori interessati, per la valutazione della qualità o di altre caratteristiche dei prodotti o servizi in questione.

50 Nella specie, la città di Cloppenburg gode, presso il pubblico di riferimento, di una conoscenza scarsa o, al massimo, media. Da un lato, si tratta di una cittadina. Dall'altro, la commissione di ricorso non ha evidenziato alcuna categoria di prodotti o servizi per la quale tale città possieda una reputazione come luogo di produzione o di prestazione di servizi. Inoltre, la commissione di ricorso non ha provato che sia consueto, nel commercio, indicare la provenienza geografica dei servizi di un commercio al minuto. Inoltre, la provenienza geografica di tali servizi non è, di regola, considerata pertinente nella valutazione della loro qualità o delle loro caratteristiche.

51 In tali circostanze, agli occhi del pubblico interessato, la città di Cloppenburg non presenta attualmente un nesso con la categoria dei servizi considerata, e non è neanche ragionevole presumere che l'indicazione di cui trattasi possa designare, in futuro, la provenienza geografica di tali servizi.

52 Ne consegue che la commissione di ricorso ha commesso un errore di diritto nella valutazione dell'art. 7, n. 1, lett. c), del regolamento n. 40/94. Pertanto, si deve

accogliere il motivo relativo alla violazione di tale disposizione, senza che sia necessario che il Tribunale si pronunci sugli altri argomenti addotti dalla ricorrente o anche su un eventuale difetto di motivazione.

Sulle spese

53 Ai sensi dell'art. 87, n. 2, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. Poiché la ricorrente ne ha fatto domanda, l'UAMI, rimasto soccombente dato che la decisione impugnata è annullata, dev'essere condannato alle spese sostenute dalla ricorrente, nonostante la nuova qualificazione delle sue conclusioni rilevata supra al punto 26.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Seconda Sezione Ampliata)

dichiara e statuisce:

1) **La decisione della quarta commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) 27 agosto 2003 (procedimento R 155/2002-4) è annullata.**

2) **L'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) è condannato alle spese.**

Pirrung Meij Forwood

Pelikánová Papasavvas

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 25 ottobre 2005.

Il cancelliere Il presidente

E. Coulon J. Pirrung