

RICORSO N. 7405

UDIENZA DEL 27/04/2015

SENTENZA N. 19/15

REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
LA COMMISSIONE DEI RICORSI
CONTRO I PROVVEDIMENTI
DELL'UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI

Composta dagli ill.mi Sigg.:

- | | |
|--|--------------|
| 1. Pres. Vittorio RAGONESI | - Presidente |
| 2. Dott. Massimo SCUFFI | - Componente |
| 3. Dott. Francesco Antonio GENOVESE | - Componente |

Sentito il relatore dott. Vittorio Ragonesi;

Sentito il rappresentante dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi;

Sentito il rappresentante del ricorrente;

Letti gli atti;

Ha pronunciato la seguente

SENTENZA

sul ricorso proposto da:

ALAIN VAUTHIER

contro

D.G.L.C. - Ufficio italiano brevetti e marchi

*

*

FATTI DEL PROCEDIMENTO

Il 21/11/2011 Simone Binelli presentava domanda di registrazione del marchio nazionale n. TE2011C000148 consistente in un segno misto composto da una parte verbale con dicitura "AUSONIA AZIENDA AGRICOLA" e una parte figurativa riportante una farfalla stilizzata utilizzata al posto del pallino della lettera "I" di AUSONIA. Il segno contraddistingueva i prodotti appartenenti alle seguenti classi: classe 29: gelatine, marmellate, composte, olii e grassi commestibili; classe 33: bevande alcoliche.

La predetta domanda, ritenuta registrabile, veniva pubblicata sul Bollettino ufficiale dei marchi di impresa n. 7 del 13/1/2012.

Il 12/4/2014 Alain VAUTHIER ha depositato un atto di opposizione nei confronti di tutti i prodotti della domanda di registrazione basandola sul marchio anteriore comunitario n. 8987646, depositato il 26/3/2010 e registrato il 3/11/2010, consistente nel segno denominativo CHATEAU AUSONE in caratteri di stampa comuni,



maiuscoli e in stampatello, per proteggere i prodotti della classe 33.

L'opponente, indicava come motivi dell'opposizione l'elevata somiglianza fra i due segni nonché l'identità/affinità dei prodotti rivendicati, con conseguente rischio di confusione compreso il rischio di associazione rispetto al pubblico di riferimento.

Segnalava che i vini prodotti dall'azienda CHATEAU AUSONE godono di fama internazionale rappresentando l'eccellenza francese nel settore dei vini Bordeaux; tali argomenti sarebbero fondamentali per riconoscere al marchio anteriore un carattere distintivo accresciuto a motivo della sua notorietà.

Inoltre, secondo l'opponente, la confondibilità fra i segni sarebbe riconducibile anche all'identità dei prodotti in classe 33 (i vini sono sicuramente compresi nella categoria delle bevande alcoliche) e alla affinità dei prodotti della medesima classe con quelli della classe 29 del richiedente in quanto il vino può essere utilizzato anche per la produzione di marmellate, gelatine e composte con conseguente possibile rischio per i consumatori di ritenere tali prodotti



provenienti dal medesimo produttore o da altro commercialmente collegato.

Nelle proprie controdeduzioni il richiedente ha contestato la somiglianza visiva, fonetica e concettuale fra i segni, anche in virtù della presenza – nel segno contestato – di un particolare elemento figurativo (farfalla) nonché la elevata diversità fra i prodotti commercializzati dalle parti contrapposte soprattutto se riferita ai costi di commercializzazione e al pubblico di riferimento nonché alla provenienza delle materie prime.

Il Ministero, nell'esame comparativo fra i prodotti rivendicati da entrambi i segni, ha rilevato la identità fra quelli rispettivamente indicati in classe 33 in quanto la indicazione “bevande alcoliche” del marchio contestato comprendeva necessariamente i vini protetti sempre in classe 33 dall'opponente.

Per quanto concerne, invece, il confronto fra i prodotti in classe 33 dell'opponente e in classe 29 del richiedente ha ritenuto sussistere una debole affinità.

Escludeva l'identità dei due segni a livello visivo, fonetico e concettuale nonché sottolineava la diversità del pubblico di



riferimento dei diversi prodotti commercializzati da richiedente d
opponente.

Conclusivamente ha ritenuto esistente tra marchi in conflitto
soltanto una lievissima e limitata somiglianza visiva che da sola non
era in grado di eliminare le sostanziali diversità fra i segni i quali,
perciò, dovevano considerarsi differenti con esclusione del rischio
di confusione. Conseguentemente l'opposizione veniva respinta.

Avverso il suddetto provvedimento Alain Vauthier ha proposto
ricorso innanzi a questa Commissione.

MOTIVI DELLA DECISIONE

Va preliminarmente osservato che i prodotti su cui si basa
l'opposizione sono quelli della classe 33, provenienti dall'azienda
denominata espressamente CHATEAU AUSONE

I prodotti contestati sono invece quelli della classe 33, bevande
alcoliche, e quelli della classe 29, gelatine, marmellate, composte,
oli e grassi commestibili.



Sussiste pertanto un'identità di prodotti in relazione a quelli indicati in classe 33, in quanto la indicazione "bevande alcoliche" del marchio contestato è comprensiva dei vini protetti sempre in classe 33 dall'opponente.

Per quanto concerne, invece, il confronto fra i prodotti in classe 33 dell'opponente e QUELLI in classe 29 del richiedente si rileva una debole affinità in quanto si tratta di prodotti destinati all'alimentazione umana che differiscono per la loro modalità d'uso e per natura. L'unica eccezione va fatta per il caso in cui marmellate, gelatine e composte avessero il vino fra le loro componenti per cui il pubblico di riferimento potrebbe essere indotto a ritenerli provenienti dalla stessa impresa o da altra a questa collegata.

In ogni caso fra i prodotti di cui alla classe 33 e quelli della classe 29 non esiste alcun rapporto di concorrenzialità o complementarietà mentre potrebbero avere in comune il canale di vendita.

Passando all'analisi visiva, si osserva che il marchio anteriore è costituito da un segno denominativo composto dalle espressioni



CHATEAU e AUSONE in caratteri standard, maiuscoli, e in stampatello.

Il marchio contestato è un invece un segno misto formato da un elemento figurativo raffigurante una farfalla osservata lateralmente, della quale sono ben visibili un'ala, la proboscide e le antenne ancorché leggermente stilizzate in quanto compongono una circonferenza quasi completa, aperta nella parte sinistra. La farfalla insiste sulla lettera "I" dell'espressione AUSONIA, che è l'elemento verbale predominante nel segno, scritta in caratteri minuscoli e nel particolare font ageone bold; ulteriore elemento verbale è costituito dalla dicitura "AZIENDA AGRICOLA" scritta sempre in caratteri ageone maiuscolo ma di dimensioni ridotte rispetto alla espressione AUSONIA e collocata nella parte inferiore destra di essa.

Sulla base di siffatta descrizione va precisato che complessivamente la somiglianza visiva fra i segni risulta molto bassa, stante la diversa rappresentazione grafica nonché la differenze fra i due unici termini simili AUSONE e AUSONIA, che si distinguono per la presenza di diverse lettere finali.



In ogni caso , tenuto conto del fatto che il marchio del richiedente è un marchio complesso, si rileva che il suo carattere distintivo non è incentrato sulla sola denominazione Ausonia, ma è costituito dal suo insieme figurativo e denominativo onde sotto tale profilo non appare sussistere un pericolo di confusione per i consumatori.

Da un punto di vista fonetico, i due marchi costituiti dalle denominazioni “CHATEAU AUSONE” l’uno e “AUSONIA AZIENDA AGRICOLA” l’altro, si differenziano completamente per lunghezza e composizione sillabica, ed è presente solo una lieve assonanza tra i termini AUSONE ed AUSONIA, che però, non essendo le uniche espressioni che compongono i marchi, comportano una somiglianza fonetica pressoché irrilevante.

I termini che formano i due marchi appartengono inoltre a due idiomi differenti: il marchio dell’opponente è formato da parole francesi mentre quello del richiedente da termini di lingua italiana. Ciò, oltre a determinare la diversità della pronuncia delle parole che compongono il marchio, consente al pubblico di percepire immediatamente la diversa provenienza dei prodotti contraddistinti dai segni suddetti.



I segni evocano, inoltre, concetti completamente diversi. La parola CHATEAU, è un termine francese evocativo della parola castello, che nel settore merceologico dei vini è utilizzata per indicare – generalmente – un’azienda vinicola di prestigio. Il termine AUSONE corrisponde presumibilmente a sua volta al nome di un avvocato nato a Bordeaux nei luoghi ove ora, molto probabilmente, sono presenti i vigneti coltivati dall’opponente.

Nel marchio contestato la parola AUSONIA fa riferimento al nome anticamente dato all’Italia meridionale, mentre la dicitura AZIENDA AGRICOLA è meramente descrittiva dell’attività esercitata. Quest’ultimo segno presenta, come già detto, un elemento figurativo che evoca l’immagine di una farfalla.

Va esclusa quindi una possibile comparazione e confusione fra i segni anche dal punto di vista concettuale.

L’opponente ha rivendicato un elevato carattere distintivo del proprio marchio grazie alla fama internazionale nel settore vinicolo della società titolare, senza però fornire prove documentali in grado di avvalorare tale ipotesi.



Va, in ogni caso, osservato che il vino commercializzato dall'opponente è un prodotto di nicchia offerto ad un pubblico formato da intenditori di tipi di vino, anche in ragione del suo elevato costo.

I prodotti commercializzati dal richiedente sono invece offerti ad un vasto pubblico, generalmente consumatore di vini di costo medio. Pertanto, i prodotti , seppur appartenenti alla medesima classe merceologica, non sono destinati alla medesima clientela.

Tale aspetto, unito al fatto che tra i due segni vi è una lievissima somiglianza visiva che da sola non è in grado di eliminare le sostanziali diversità tra gli stessi , fanno sì che i segni debbano essere considerati differenti, senza che nella fattispecie in esame ricorra l'ipotesi di rischio di confusione, con possibile rischio di associazione, rispetto al pubblico di riferimento che, come già detto, per i vini francesi è composto da soggetti che effettuano con attenzione i propri acquisti ed hanno le conoscenze tali da distinguere un prodotto di nicchia da uno a largo consumo e dal costo notevolmente inferiore.



Alla luce di quanto detto, ai sensi dell'art. 12, comma 1 lettera d) CPI, il ricorso deve essere respinto per tutti i prodotti a base della stessa.

L'opponente sopporta l'onere di tutte le spese del procedimento liquidate come da dispositivo.

PQM

Rigetta il ricorso e condanna il ricorrente al pagamento delle spese di giudizio liquidate in euro 2500,00 oltre euro 100,00 per esborsi ed oltre accessori di legge.

Roma 27.04.2015

Il Presidente est.

Deposita in Segreteria

Addi 08.07.2015

IL SEGRETARIO



