



Sentenza del 25 luglio 2019

Composizione

Giudici Pietro Angeli-Busi (presidente del collegio),
Maria Amgwerd e David Aschmann;
cancelliera Maria Cristina Lolli.

Parti

MONCLER S.P.A.,

[...],

patrocinata dagli avvocati

Stefano Perucchi e Jonathan Bernasconi,

Kellerhals Carrard Lugano SA,

[...],

ricorrente,

contro

SKIS ROSSIGNOL - CLUB ROSSIGNOL,

[...],

patrocinata da CABINET GERMAIN ET MAUREAU,

[...],

controparte,

Istituto Federale della Proprietà Intellettuale IPI,

Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Berna,

autorità inferiore.

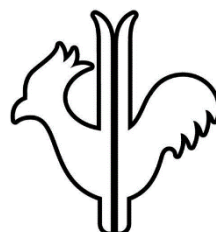
Oggetto

Procedura di opposizione n. 15256

IR 1'141'206 "[gallo] (fig.)" / IR 1'309'470 "[gallo] (fig.)".

Fatti:**A.**

SKIS ROSSIGNOL - CLUB ROSSIGNOL (di seguito: controparte) è titolare del marchio figurativo internazionale n. 1'309'470 "[gallo] (fig.)":



(di seguito: marchio resistente), registrato al registro internazionale il 15 aprile 2016 (sulla base di una domanda inoltrata all'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale il 29 gennaio 2016) e pubblicato per la prima volta sulla *Gazette des marques internationales* n. 37/2016, in data 22 settembre 2016 (cfr. allegato 2 dell'incarto dell'autorità inferiore). Esso rivendica in Svizzera una protezione per i seguenti prodotti:

Classe 9: *Jumelles, boussoles et altimètres; appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, de contrôle (inspection) de secours (sauvetage), et d'enseignement; appareils pour le diagnostic non à usage médical; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; supports d'enregistrements optiques et magnétiques; disques acoustiques et optiques; machines à calculer; équipements pour le traitement de l'information; ordinateurs; appareils de navigation GPS; téléphones; assistants personnels électroniques (PDA); appareils de mesurage et de contrôle pour les skis et fixations de ski, appareil de mesure et de contrôle des efforts et de la vitesse pendant le ski; sondes à avalanche; gabarits (instruments de mesure) de perçage des skis et de montage des fixations; logiciels de jeux; tapis de souris; articles de lunetterie; lunettes [optique]; lunettes solaires; étuis à lunettes; lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport; dispositifs de protection personnelle contre les accidents; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée; bâches de sauvetage.*

Classe 18: *Sacs de voyage, sacs-bananes, sacs de sport, sacs à dos, sacs à roulettes, sacs d'alpinistes, sacs de montagne, sacs de campeurs, sacs à main, sacs de plage, sacs d'écoliers, cartables, sacs-housses pour vêtements (pour le voyage), valises, trousse de voyage, vanity cases, serviettes (maroquinerie), serviettes d'écoliers, mallettes, étuis pour clés, parapluies, parasols, ombrelles, portefeuilles, porte-monnaie non en métaux précieux, porte-cartes, porte-documents; bâtons d'alpinistes.*

Classe 25: *Vêtements; chaussures; chapellerie; bonneterie; vêtements pour le sport; chaussures pour le sport; chaussures pour le ski et le surfing de neige; gants (habillement); chaussettes; bonnets; écharpes; sous-vêtements.*

Classe 28: *Jeux et jouets; jeux de cartes et de table; appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); skis; monoskis; planches de surf; planches pour le surfing de neige; fixations de skis et de planches de surfing; bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne; trottinettes; luges; housses pour ski et planches de surf; bottines-patins; raquettes de neige; articles de sport pour la pratique du ski, du snowboard, du tennis, du golf, de la planche à voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux; protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport); consoles de jeux d'ordinateur.*

B.

B.a Il 29 dicembre 2016, MONCLER S.P.A. (di seguito: ricorrente) ha presentato opposizione totale (n. 15256) presso l'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale (di seguito: IPI o autorità inferiore) contro la protezione in Svizzera del succitato marchio (cfr. allegato 3 dell'incarto dell'autorità inferiore). L'opposizione poggia sul marchio figurativo internazionale n. 1'141'206 "[gallo] (fig.)" (di seguito: marchio opponente) di cui la ricorrente è titolare:



Il marchio opponente, registrato al registro internazionale il 19 giugno 2012 (sulla base di una domanda inoltrata in Italia il 19 aprile 2012) e pubblicato per la prima volta sulla *Gazette des marques internationales* n. 50/2012, in data 3 gennaio 2013 (cfr. allegato 1 dell'incarto dell'autorità inferiore), rivendica in Svizzera la protezione per i seguenti prodotti:

Classe 9: *Appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de vérification (supervision), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments de conduction,*

distribution, transformation, accumulation, régulation ou commande d'électricité; appareils d'enregistrement, de transmission ou de reproduction de sons ou d'images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques; disques compacts, DVD et autres supports d'enregistrement numériques; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipements de traitement de données, ordinateurs; logiciels informatiques; extincteurs.

Classe 18: *Cuir et imitations de cuir, ainsi que produits en ces matières non compris dans d'autres classes; cuirs d'animaux, pelleteries; malles et sacs de voyage; parapluies et parasols; bâtons de marche; fouets, harnais et articles de sellerie.*

Classe 25: *Vêtements, chaussures, articles de chapellerie.*

Classe 35: *Publicité; gestion d'activités commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.*

B.b Con risposta del 12 giugno 2017 (cfr. allegato 6 dell'incarto dell'autorità inferiore), la controparte ha, in sostanza, proposto il rigetto dell'opposizione.

B.c Tramite decisione del 13 settembre 2017 (cfr. allegato 8 dell'incarto dell'autorità inferiore [di seguito: decisione impugnata]), l'autorità inferiore ha parzialmente accolto l'opposizione n. 15256.

B.c.a

B.c.a.a L'opposizione n. 15256 è stata accolta (e pertanto il marchio resistente escluso dalla protezione in Svizzera) per i seguenti prodotti (pt. 1 del dispositivo della decisione impugnata):

Classe 9: *jumelles, boussoles et altimètres; appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, de contrôle (inspection) de secours (sauvetage), et d'enseignement; appareils pour le diagnostic non à usage médical; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; supports d'enregistrements optiques et magnétiques; disques acoustiques et optiques; machines à calculer; équipements pour le traitement de l'information; ordinateurs; appareils de navigation GPS; téléphones; assistants personnels électroniques (PDA); appareils de mesurage et de contrôle pour les skis et fixations de ski, appareil de mesure et de contrôle des efforts et de la vitesse pendant le ski; sondes à avalanche; gabarits (instruments de mesure) de perçage des skis et de montage des fixations; logiciels de jeux; tapis de souris; étuis à lunettes;*

dispositifs de protection personnelle contre les accidents; bâches de sauvetage.

Classe 18: *Sacs de voyage, sacs-bananes, sacs de sport, sacs à dos, sacs à roulettes, sacs d'alpinistes, sacs de montagne, sacs de campeurs, sacs à main, sacs de plage, sacs d'écoliers, cartables, sacs-housses pour vêtements (pour le voyage), valises, trousse de voyage, vanity cases, serviettes (maroquinerie), serviettes d'écoliers, mallettes, étuis pour clés, parapluies, parasols, ombrelles, portefeuilles, porte-monnaie non en métaux précieux, porte-cartes, porte-documents; bâtons d'alpinistes.*

Classe 25: *Vêtements; chaussures; chapellerie; bonneterie; vêtements pour le sport; chaussures pour le sport; chaussures pour le ski et le surfing de neige; gants (habillement); chaussettes; bonnets; écharpes; sous-vêtements.*

Classe 28: *jeux et jouets; jeux de cartes et de table; skis; monoskis; planches pour le surfing de neige; fixations de skis et de planches de surfing; articles de sport pour la pratique du ski, du snowboard (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); consoles de jeux d'ordinateur.*

B.c.a.b L'IPI ha respinto l'opposizione n. 15256 – preannunciando l'emissione di una dichiarazione di concessione parziale del Regolamento di esecuzione comune del 18 gennaio 1996 all'Accordo di Madrid per la registrazione internazionale dei marchi ed al Protocollo relativo a tale Accordo (Regolamento di esecuzione comune, RS 0.232.112.21) per ammettere il marchio resistente alla protezione in Svizzera – per i seguenti prodotti (pt. 2 e 3 del dispositivo della decisione impugnata):

Classe 9: *articles de lunetterie; lunettes [optique]; lunettes solaires; lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée.*

Classe 28: *appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); planches de surf; bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne; trottinettes; luges; housses pour ski et planches de surf; bottines-patins; raquettes de neige; articles de sport pour la pratique du tennis, du golf, de la planche à voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux; protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport).*

B.c.a.c L'IPI ha inoltre deciso che la tassa di opposizione di fr. 800.– restava acquisita (pt. 4 del dispositivo della decisione impugnata) e che la controparte doveva pagare alla ricorrente un'indennità di parte per un valore di fr. 1'200.– e rimborsare la tassa di opposizione per un valore di fr. 800.– (pt. 5 del dispositivo della decisione impugnata).

B.c.b

B.c.b.a A mente dell'autorità inferiore, vi sarebbe identità, rispettivamente forte similarità, tra tutti i prodotti rivendicati dal marchio resistente nelle classi 18 e 25 e una parte dei prodotti rivendicati dal marchio resistente nelle classi 9 e 28, da un lato, e i prodotti rivendicati dal marchio opponente, dall'altro lato.

B.c.b.b Inoltre, la somiglianza tra i segni sarebbe accertata sul piano visivo e semantico.

B.c.b.c Emergerebbe poi che il marchio resistente riprenderebbe l'elemento essenziale e chiaramente individualizzabile del marchio opponente, ovvero il disegno di un gallo/pollo girato verso sinistra, nonché la posizione degli elementi figurativi aggiuntivi che si trovano al centro di ciascun segno e "spezzano" l'immagine citata.

B.c.b.d Tenuto conto di tale ripresa, la quale verrebbe immediatamente percepita dal consumatore come tale, e vista l'attribuzione al marchio opponente di un campo di protezione medio, dell'identità e rispettivamente della similarità di una parte dei prodotti rivendicati, vi sarebbe il rischio di confusione tra i marchi contrapposti per questi prodotti, sebbene vada ritenuto un grado di attenzione leggermente più elevato nell'acquisto di una parte dei prodotti in questione.

C.

Contro suddetta decisione la ricorrente è insorta tramite ricorso del 13 ottobre 2017 al Tribunale amministrativo federale (di seguito: Tribunale o TAF). Nel medesimo (accompagnato dai suoi allegati), la ricorrente chiede:

A. IN VIA PRINCIPALE

1. Il ricorso 16 ottobre 2017 [sic] presentato [dalla ricorrente] è integralmente accolto.

§ Di conseguenza la decisione 13 settembre 2017 [sic] [dell'autorità inferiore] (proc. n. 15256) è annullata e riformata come segue.

- 1.1 L'opposizione nr. 15256 contro [il marchio resistente] è integralmente accolta ovvero per i prodotti seguenti:

Classe 9: Tutti i prodotti rivendicati in questa classe

Classe 18: Tutti i prodotti rivendicati in questa classe

Classe 25: Tutti i prodotti rivendicati in questa classe

Classe 28: Tutti i prodotti rivendicati in questa classe.

1.2 Non viene rilasciata alcuna dichiarazione di concessione della protezione in Svizzera in favore [del marchio resistente].

I dispositivi nr. 2 e 3 della decisione [impugnata] (procedura nr. 15256) sono annullati.

2. Protestate tasse e spese con l'obbligo a carico [della controparte] di rifondere [alla ricorrente] un'adeguata indennità a titolo di ripetibili.

B. IN VIA SUBORDINATA

1. Il ricorso 16 ottobre 2017 [sic] presentato [dalla ricorrente] è integralmente accolto.

Di conseguenza:

§ La causa è rinviata [all'autorità inferiore] per una nuova decisione ai sensi dei considerandi.

2. Protestate tasse e spese con l'obbligo a carico [della controparte] di rifondere [alla ricorrente] un'adeguata indennità a titolo di ripetibili.

D.

D.a In data 24 novembre 2017, l'autorità inferiore ha presentato una risposta (accompagnata dall'incarto della causa), rinviando alle motivazioni della decisione impugnata, e postulato la reiezione del gravame, con protesta di spese a carico della ricorrente.

D.b La controparte non ha presentato nessuna risposta.

Diritto:

1.

Il Tribunale amministrativo federale esamina d'ufficio e liberamente la ricevibilità dei ricorsi ad esso sottoposti (DTAF 2007/6 consid. 1).

1.1

1.1.1 L'oggetto del ricorso (*Streitgegenstand*) è definito dalle conclusioni contenute nel medesimo. I punti non contestati della decisione impugnata crescono formalmente in giudicato (sentenza del TAF B-5145/2015 dell'11 dicembre 2017 consid. 2.1.2 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL").

1.1.2

1.1.2.1 Nella fattispecie, nel ricorso (cfr. consid. C), la ricorrente non conclude all'annullamento della totalità della decisione impugnata, bensì unicamente dei punti 2 e 3 del dispositivo (rigettanti l'opposizione – e indicanti che l'autorità inferiore emetterà una dichiarazione di concessione parziale – in relazione a diversi prodotti rivendicati dal marchio resistente per le classi 9 e 28) (cfr. consid. B.c.a.b).

1.1.2.2 Essendo a lei favorevoli, la ricorrente non ha alcun interesse a chiedere l'annullamento dei punti 1 (che ammette l'opposizione per diversi prodotti rivendicati dal marchio resistente per le classi 9, 18, 25 e 28) e 5 (che addossa alla controparte la totalità delle spese processuali e ripetibili per la procedura dinanzi all'autorità inferiore) del dispositivo della decisione impugnata (sentenza del TAF B-5145/2015 dell'11 dicembre 2017 consid. 2.2.2.1 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL"). Ritenuto che non è stata contestata dalla controparte, tale parte della decisione impugnata è cresciuta in giudicato (sentenza del TAF B-5145/2015 dell'11 dicembre 2017 consid. 2.2.2.3 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL").

1.1.3 Nell'ambito della presente procedura di ricorso, l'oggetto del litigio (cfr. consid. 1.1.1) è quindi limitato ai punti 2 e 3 del dispositivo della decisione impugnata (cfr. sentenza del TAF B-1481/2015 del 9 maggio 2017 consid. 2.1.1-2.2.2 "ice watch [fig.]/NICE watch [fig.]"), ovvero all'opposizione n. 15256, nella misura in cui il marchio resistente è destinato ai seguenti prodotti:

Classe 9: *articles de lunetterie; lunettes [optique]; lunettes solaires; lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée.*

Classe 28: *appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); planches de surf; bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne; trottinettes; luges; housses pour ski et planches de surf; bottines-patins; raquettes de neige; articles*

de sport pour la pratique du tennis, du golf, de la planche à voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux; protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport).

1.2

1.2.1 Il Tribunale giudica i ricorsi contro le decisioni ai sensi dell'art. 5 PA (art. 31 LTAF). Contro le decisioni dell'autorità inferiore è ammesso il ricorso al Tribunale (art. 33 lett. e LTAF). Nell'evenienza, non sussistono eccezioni a norma dell'art. 32 LTAF.

1.2.2 Il ricorso in esame è tempestivo (art. 50 cpv. 1 PA). L'atto di ricorso è stato presentato nella forma prevista dall'art. 52 PA (con l'art. 11 PA) e l'anticipo richiesto è stato versato nel termine impartito (art. 63 cpv. 4 PA). La ricorrente ha, infine, partecipato al procedimento dinanzi all'autorità inferiore, è particolarmente toccata dalla decisione impugnata e vanta un interesse degno di protezione alla modificazione della stessa (art. 48 cpv. 1 PA).

1.3 Nulla osta, quindi, alla ricevibilità del ricorso.

2.

Il marchio è un segno atto a distinguere un prodotto o un servizio da offerte identiche o simili, affinché un'individualizzazione del determinato prodotto o servizio, segnatamente la sua origine commerciale, sia possibile (cfr. art. 1 cpv. 1 della Legge federale del 28 agosto 1992 sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza [Legge sulla protezione dei marchi, LPM, RS 232.11]).

A norma dell'art. 3 cpv. 1 lett. c LPM sono esclusi dalla protezione i segni simili ad un marchio anteriore e destinati a prodotti o servizi identici o simili, qualora ne risulti un rischio di confusione.

3.

Si tratta di esaminare in primo luogo quali sono i destinatari dei prodotti, oltre al grado di attenzione che ci si può attendere dai medesimi (cfr. sentenze del TAF B-5145/2015 dell'11 dicembre 2017 consid. 5 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL" e B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 3.1-3.1.2 "[fig.]/ENAGHR [fig.]").

3.1

3.1.1 Il marchio opponente rivendica una protezione in Svizzera per i prodotti seguenti (cfr. consid. B.a in fine):

Classe 9: *Appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de vérification (supervision), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments de conduction, distribution, transformation, accumulation, régulation ou commande d'électricité; appareils d'enregistrement, de transmission ou de reproduction de sons ou d'images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques; disques compacts, DVD et autres supports d'enregistrement numériques; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipements de traitement de données, ordinateurs; logiciels informatiques; extincteurs.*

Classe 18: *Cuir et imitations de cuir, ainsi que produits en ces matières non compris dans d'autres classes; cuirs d'animaux, pelleteries; malles et sacs de voyage; parapluies et parasols; bâtons de marche; fouets, harnais et articles de sellerie.*

Classe 25: *Vêtements, chaussures, articles de chapellerie.*

Classe 35: *Publicité; gestion d'activités commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.*

3.1.2 Nell'ambito della presente procedura di ricorso, per quanto concerne il marchio resistente, vengono presi in considerazione solo alcuni prodotti nelle classi 9 e 28 (cfr. consid. 1.1.3).

3.2 Per quanto riguarda il grado di attenzione dei consumatori vanno prese in considerazione tutte le circostanze del caso ed in particolare la capacità di percezione dei destinatari interessati nonché il loro comportamento effettivo nella situazione concreta di procurarsi i prodotti o servizi in un certo mercato. Nel caso di prodotti di consumo corrente, ci si basa sulla capacità di ricordare del grande pubblico. Di regola, si presume un grado di attenzione accresciuto, se un marchio si rivolge solo ad un pubblico di specialisti, oppure se si tratta di prodotti o servizi che non appartengono al fabbisogno quotidiano (cfr. sentenze del TAF B-4864/2013 del 17 febbraio 2015 consid. 3.1 "OMEGA/OU MI JIA [fig.]" e B-6770/2007 del 9 giugno 2008 consid. 7.2 "NASACORT/VASOCOR").

3.3

3.3.1 In merito alla determinazione del pubblico pertinente, l'autorità inferiore ritiene che, nonostante i prodotti elettronici rivendicati in classe 9 siano acquistati con una certa regolarità, i loro destinatari siano consumatori medi e professionisti del settore informatico/elettronico; questi prodotti sarebbero dunque scelti consapevolmente e con un grado di attenzione leggermente più elevato rispetto alla media. I prodotti contestati in classe 28 si rivolgerebbero sia ai professionisti che ai consumatori medi e sarebbero richiesti con una certa regolarità; pertanto, vi si potrebbe attendere un grado di attenzione medio nell'acquisto di tali prodotti. I prodotti della classe 25 sarebbero generalmente acquistati con un grado di attenzione leggermente più alto. La medesima valutazione varrebbe per i prodotti della classe 18 (decisione impugnata, pag. 7).

3.3.2 La ricorrente rinvia alle considerazioni esposte dall'autorità inferiore nella decisione impugnata (cfr. ricorso, pag. 11).

3.4

3.4.1 I prodotti registrati per la classe 9 ed oggetto della presente controversia, considerati nel loro insieme, sono pensati per il grande pubblico (cfr. sentenze del TAF B-234/2014 del 4 luglio 2015 consid. 4.2 "JUKE/JOOK VIDEO [fig.]", B-4864/2013 del 17 febbraio 2015 consid. 3.2.2 "OMEGA/OU MI JIA [fig.]" e B-5779/2007 del 3 novembre 2008 consid. 4 "LANCASTER") e in secondo luogo per gli specialisti (cfr. sentenza del TAF B-3556/2012 del 30 gennaio 2013 consid. 5 "TCS/TCS").

Sebbene non si tratti di beni di consumo quotidiano, essi vengono acquistati con una certa regolarità e con un grado di attenzione nella media, nonostante, nel singolo caso, non possa essere escluso un grado di attenzione più elevato, sia da parte del grande pubblico – tenuto conto della necessità di adattarli alla vista ("*lunettes [optique]; lunettes solaires; lunettes et masques de ski*") e/o alla forma della testa ("*casques de protection pour la pratique du sport*") del singolo consumatore – sia da parte degli specialisti (cfr. sentenze del TAF B-7524/2016 del 23 novembre 2017 consid. 5 "DIADORA/DADOR Dry Waterwear [fig.]" e B-234/2014 del 4 luglio 2015 consid. 4.3 "JUKE/JOOK VIDEO [fig.]").

3.4.2 In relazione ai prodotti delle classi 18 e 25, essi sono soprattutto rivolti al grande pubblico, dal quale non ci si può attendere un'attenzione

accresciuta al momento dell'acquisto (cfr. sentenze del TAF B-7524/2016 del 23 novembre 2017 consid. 5 in fine "DIADORA/DADOR Dry Waterwear [fig.]", B-5117/2013 del 26 gennaio 2015 consid. 4.2 "s skins [fig.]/Skin Compression" e B-461/2013 del 21 gennaio 2015 consid. 7.2.2 "SPORTS [fig.]/zoo sport [fig.]").

3.4.3 Infine, i prodotti della classe 28 qui in esame sono anch'essi destinati al grande pubblico, nonché agli esperti del settore. Pertanto, il grado di attenzione nell'acquisto di tali beni deve essere, di regola, considerato medio, senza tuttavia dimenticare che tali prodotti vengono acquistati anche dagli specialisti, dai quali ci si può aspettare un grado di attenzione più elevato (cfr. sentenza del TAF B-505/2009 del 20 ottobre 2009 consid. 3 "adidas [fig.] und ADIDAS/Adissasport home fitness [fig.]").

4.

Di seguito (consid. 4-5), va esaminato se i prodotti in questione dei marchi contrapposti possono essere considerati identici o perlomeno simili dal punto di vista delle cerchie commerciali interessate.

4.1

4.1.1 Prodotti rivendicati dal marchio resistente in classe 9

4.1.1.1 Secondo l'autorità inferiore, non vi sarebbe similarità tra i prodotti della classe 9 rivendicati dal marchio resistente relativi alla presente procedura ricorsuale (cfr. consid. 3.1.2) e i prodotti e servizi rivendicati dal marchio opponente, poiché lo scopo e il know-how di fabbricazione sarebbero distinti (decisione impugnata, pag. 5). In particolare, l'autorità inferiore fa riferimento alla giurisprudenza del Tribunale (sentenza del TAF B-341/2013 del 1° aprile 2015 consid. 5.4 "VICTORINOX/MILTRORINOX"), per la quale non vi sarebbe similarità tra i prodotti "*lunettes [optique]; lunettes solaires*" e i prodotti "*appareils et instruments scientifiques optiques [recte: appareils et instruments optiques* (cfr. ricorso, pag. 13-14; risposta dell'autorità inferiore, pag. 2)". In questo caso, non vi sarebbe nemmeno "un rapporto di complementarità, rispettivamente di prodotto principale/accessorio e la maggior parte di questi prodotti segu[irebbe] canali di distribuzione distinti" (decisione impugnata, pag. 5).

4.1.1.2 Per quanto riguarda i prodotti della classe 9, la ricorrente si basa sulla giurisprudenza citata dall'autorità inferiore (cfr. sentenza del TAF B-341/2013 del 1° aprile 2015 consid. 5.4 "VICTORINOX/MILTRORINOX") e rileva che il Tribunale stabilisce la similarità tra le lenti a contatto (ma non

gli occhiali da sole, gli astucci e le montature per occhiali) e gli apparecchi e strumenti ottici. La ricorrente sostiene che si può riconoscere l'assenza di un *know-how* specifico derivante dalle apparecchiature ottiche nella realizzazione e produzione di astucci per occhiali (che comunque, nella decisione dell'IPI, sono riconosciuti in quanto sovrapposti ad una categoria merceologica protetta da registrazione [classe 18]), ma che non si può affermare lo stesso per quanto attiene la produzione di montature di occhiali. Ciò varrebbe a maggior ragione per gli occhiali da sole, i quali hanno una funzione protettiva dell'occhio, il che presuppone la conoscenza dei correttivi per evitare danneggiamenti alla vista e permettere un miglior campo visivo (ricorso, pag. 14).

La ricorrente fa ancora presente che, nella decisione impugnata, l'IPI ha riconosciuto l'esistenza di una similarità tra i prodotti "apparecchi e strumenti ottici" e i binocoli ("*jumelles*"), ma non per gli occhiali e "ciò malgrado la giurisprudenza [sentenza del TAF B-234/2014 del 4 luglio 2015 consid. 5.2.3.2 "JUKE/JOOK VIDEO (fig.)"] abbia già chiaramente stabilito che i binocoli sono da equiparare agli occhiali, in quanto lo scopo è il medesimo, entrambi si fondano sullo stesso know-how, la produzione è simile e così pure i canali di distribuzione utilizzati solitamente" (ricorso, pag. 15). Essendo dunque determinanti, ai fini della similarità, le affinità relative in particolare alla produzione, nonché ai canali di distribuzione, e, ritenendo che gli occhiali con correzione visiva seguano i medesimi canali di distribuzione degli occhiali solari e anche la produzione ricalchi la stessa metodologia, il fatto che l'autorità inferiore accolga l'opposizione in relazione ai binocoli, mentre la respinga per quanto concerne gli occhiali, da vista e da sole, sarebbe motivo per annullare e riformare la decisione (ricorso, pag. 15-16).

4.1.2 Prodotti rivendicati dal marchio resistente in classe 28

4.1.2.1 L'autorità inferiore considera che non sia possibile stabilire una connessione diretta tra i prodotti della classe 28 rivendicati dal marchio resistente e relativi alla presente procedura ricorsuale (cfr. consid. 3.1.2) ed i prodotti e servizi rivendicati dal marchio opponente. Infatti, secondo l'autorità inferiore, "non può essere stabilita una necessaria relazione di complementarità, rispettivamente di rapporto tra prodotto principale e prodotto accessorio e non si riconoscono punti di contatto in questo caso" (decisione impugnata, pag. 5).

4.1.2.2 Secondo la ricorrente, tale considerazione dell'autorità inferiore non terrebbe conto degli indizi di similarità, secondo cui vi è similarità, se

un prodotto costituisce un complemento ragionevole al prodotto principale. Quindi, secondo il concetto introdotto da tale indizio di similarità, non è necessaria una connessione diretta, bensì è sufficiente una ragionevole complementarità per adempiere ai presupposti della similarità. Tale ragionevole complementarità sarebbe, nel caso in discussione, realizzata (ricorso, pag. 16-17).

4.2

4.2.1 Indicatori per una similarità tra i prodotti e servizi possono essere segnatamente i medesimi luoghi di produzione, lo stesso know-how specifico per la fabbricazione, canali di distribuzione simili, oppure la presenza di uno scopo di impiego simile. Diversamente, rappresentano degli indizi contro la similarità dei canali di distribuzione separati per una medesima categoria di acquirenti. Inoltre, i prodotti e servizi in questione vanno confrontati alla luce di un'eventuale complementarità. Tutti questi elementi sono generalmente ritenuti degli indizi dalla dottrina e dalla giurisprudenza. Tuttavia, nessuno di questi elementi, preso individualmente, è di per sé sufficiente o determinante, ritenuto che ogni caso deve essere analizzato singolarmente e sulla base di una valutazione globale. Non da ultimo, l'appartenenza alla medesima classe giusta la Classificazione di Nizza non è sufficiente per giudicarne la similarità, ma costituisce un indizio da prendere in considerazione nell'analisi (cfr. sentenze del TAF B-2208/2016 dell'11 dicembre 2018 consid. 5.1 "SKY/SKYFIVE" e B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 4.1 "[fig.]/ENAGHR [fig.]"). Fatti salvi i casi in cui il mancato uso è stato invocato con successo, i prodotti e servizi figuranti sulla lista del marchio anteriore sono determinanti per l'esame della similarità (cfr. sentenze del TAF B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 4.1 in fine "[fig.]/ENAGHR [fig.]" e B-6821/2013 del 25 febbraio 2015 consid. 3.2 "CLINIQUE/DERMA-CLINIQUE BEAUTY FARM [fig.]").

4.2.2 Un motivo relativo di esclusione concernente un solo prodotto o servizio, identico o simile ai prodotti e/o servizi rivendicati da parte del marchio opponente ed appartenente ad una categoria di prodotti o servizi rivendicata da parte del marchio resistente, è sufficiente per ottenere la revoca del marchio resistente per l'insieme di tutta la categoria. Pertanto, in tal caso, la questione relativa all'identità o similarità di altri prodotti o servizi appartenenti alla medesima categoria rivendicata da parte del marchio resistente può rimanere indecisa (cfr. sentenze del TAF B-4574/2017 del 14 febbraio 2019 consid. 11.3.2.2 "COCO/COCOO [fig.]",

B-2208/2016 dell'11 dicembre 2018 consid. 11.3.2.2 "SKY/SKYFIVE" e B-3556/2012 del 30 gennaio 2013 consid. 6.2.1.3.1 "TCS/TCS").

5.

5.1

5.1.1 Nella fattispecie, bisogna innanzi tutto rilevare che, per quanto concerne i prodotti in classe 28 "*Turn- und Sportartikel, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind*", il Tribunale ha stabilito che essi devono essere trattati al pari dei prodotti "*chaussures pour le sport*" della classe 25. Tutti questi prodotti hanno infatti lo stesso scopo (l'attività sportiva) e canali di distribuzione identici (cfr. sentenza del TAF B-7524/2016 del 23 novembre 2017 consid. 6.3 "*DIADORA/DADOR Dry Waterwear [fig.]*"; vedi anche: decisioni dell'IPI del 16 febbraio 2017 nella procedura di opposizione n. 14711 consid. III.B.7 in fine e del 16 aprile 2015 nella procedura di opposizione n. 13998 consid. III.B.5).

5.1.2 Pertanto, nella fattispecie, si deve considerare che i prodotti "*appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis)*" (classe 28), rivendicati dal marchio resistente, sono in particolare simili ai prodotti "*chaussures*" (classe 25), rivendicati dal marchio opponente, perché quest'ultima categoria contiene le scarpe per la pratica sportiva.

5.2

5.2.1

5.2.1.1 Un prodotto non può essere qualificato simile a dell'abbigliamento per il semplice fatto che, di regola, è utilizzato da una persona vestita. Tuttavia, nel mondo dello sport, la pratica di una determinata disciplina implica generalmente l'utilizzo di attrezzatura e di abbigliamento specifici ed idonei. Ad esempio, la pratica dello sci necessita l'utilizzo sia di sci, sia di una tenuta e di scarpe *idonee per sciare*. Non è raro che la medesima azienda offra sia l'abbigliamento che l'attrezzatura necessaria per praticare uno sport (cfr. decisione dell'IPI del 16 febbraio 2017 nella procedura di opposizione n. 14711 consid. III.B.7).

5.2.1.2 V'è, pertanto, una similarità tra gli articoli destinati ad un certo sport (classe 28) ed il relativo abbigliamento idoneo (classe 25), nella misura in cui sia usuale utilizzarli congiuntamente. Sussiste, infatti, un rapporto di complementarità tra tali prodotti, che hanno uno scopo e dei canali di

distribuzione identici (cfr. sentenza del TAF B-7524/2016 del 23 novembre 2017 consid. 6.3 "DIADORA/DADOR Dry Waterwear [fig.]"). In altre parole, affinché un articolo destinato alla pratica dello sport possa essere considerato simile a dell'abbigliamento, sia l'articolo che l'abbigliamento specifici devono presentare delle caratteristiche che li rendono entrambi sia idonei sia comunemente utilizzati per la pratica di tale sport. È quindi opportuno analizzare in particolare, se una persona che intende esercitare un certo sport si procurerà di regola dell'abbigliamento, rispettivamente delle attrezzature, specifici.

5.2.2

5.2.2.1 In casu, va ritenuto che la pratica del surf necessita di regola sia l'utilizzo di "*planches de surf*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) che di abbigliamento specifico, come un costume da bagno, appartenente alla categoria "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 25). Tali prodotti sono quindi simili.

Per di più, i prodotti "*bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne*", "*luges*" e "*bottines-patins; raquettes de neige; articles de sport pour la pratique du tennis, du golf, de la planche à voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) sono simili ai prodotti "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 25), ritenuto che è usuale vederli utilizzati congiuntamente ed in maniera atta alla pratica dello sport al quale sono destinati.

Non da ultimo, i prodotti "*bâtons de ski*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) in particolare, sono da considerare simili ai prodotti "*bâtons de marche*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 18).

5.2.2.2 Sussiste, del resto, una similarità tra i prodotti "*housses pour ski et planches de surf*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) ed i prodotti "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 25). Infatti, è corrente ricorrere a delle fodere per proteggere l'attrezzatura indispensabile alla pratica di uno sport e per facilitarne il trasporto, a prescindere dal fatto che le medesime siano necessarie per l'attività sportiva in senso stretto.

I prodotti "*housses pour ski et planches de surf*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) sono inoltre simili ai prodotti "*sacs de voyage*", in

particolare rivendicati dal marchio opponente in classe 18 (cfr. decisioni dell'IPI del 16 febbraio 2017 nella procedura di opposizione n. 14711 consid. III.B.7, del 20 febbraio 2012 nella procedura di opposizione n. 11577 consid. III.B.4 e del 29 dicembre 2011 nella procedura di opposizione n. 11713 consid. III.B.4).

5.2.2.3 Infine, per numerosi sport è usuale utilizzare segnatamente sia dei "*protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport)*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28), sia dell'abbigliamento idoneo a tali sport. Basti pensare al calcio in cui, oltre al pallone, è di regola necessario l'utilizzo sia di proteggi-tibia che di un abbigliamento specifico (calze, pantaloncini e maglie). Tali articoli, destinati a proteggere il corpo (rivendicati dal marchio resistente in classe 28), sono quindi simili ai prodotti "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 25) (cfr. decisione dell'IPI del 20 febbraio 2012 nella procedura di opposizione n. 11577 consid. III.B.4).

5.2.2.4 Va invece rilevato che, di regola, l'utilizzo di un monopattino non implica la dotazione di un abbigliamento specifico ed idoneo. Per ragioni di sicurezza, l'utilizzo di un casco è sempre più corrente. Tuttavia, i "*casques de protection pour le sport*" (n. 090656) non fanno parte dei prodotti in classe 25 (ed in particolare della categoria "*articles de chapellerie*" [classe 25]), bensì appartengono alla classe 9 (cfr. Classification de Nice, ed. 11-2020, <<https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub>>, consultato il 02.07.2019). In concreto, se il marchio opponente rivendica prodotti in classe 9, non rivendica i prodotti "*casques de protection pour le sport*". Pertanto non si può considerare che ci sia una similarità tra i prodotti "*trottinettes*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 28) ed i prodotti rivendicati dal marchio opponente.

5.3

5.3.1 Ritenuto che è usuale utilizzarli congiuntamente a dell'abbigliamento adatto per lo sport a cui sono destinati, (cfr. consid. 5.2.1.2), i prodotti "*lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport*" e "*masques de plongée*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 9) sono anch'essi simili ai prodotti "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 25).

5.3.2 I prodotti "*combinaisons [de plongée]*", "*costumes [de plongée]*" e "*gants [de plongée]*" (rivendicati dal marchio resistente in classe 9) sono anche simili ai prodotti "*Vêtements*" (rivendicati dal marchio opponente in

classe 25). I medesimi presentano infatti una stretta analogia con abbigliamento del tipo guanti o costumi da bagno, appartenenti alla classe 25 (cfr. decisioni dell'IPI del 16 febbraio 2017 nella procedura di opposizione n. 14711 consid. III.B.7 in fine, del 10 giugno 2016 nelle procedure di opposizione n. 14397 e 14398 consid. III.B.4, del 16 aprile 2015 nella procedura di opposizione n. 13998 consid. III.B.5 e del 29 dicembre 2011 nella procedura di opposizione n. 11713 consid. III.B.4).

5.4

5.4.1

5.4.1.1 Il Tribunale constata che, contrariamente a quanto affermato dall'autorità inferiore (cfr. consid. 4.1.1.1), la sentenza "VICTORINOX/MILTRORINOX" si limita ad osservare l'assenza di similarità tra i prodotti "*Sonnenbrillen, Brillen- und Sonnenbrillenetuis, Sonnenbrillengestelle*" e "*optische Apparate und Instrumente*", non escludendo la similarità con qualsivoglia tipo di occhiale da vista o da sole e stabilendo che le lenti a contatto debbano rientrare a pieno titolo tra i prodotti protetti dalla designazione quali apparecchi e strumenti ottici, segnatamente in quanto il *know-how* applicabile in ambito ottico è il medesimo così come i canali di distribuzione solitamente utilizzati. Tale similarità non è dunque stata ammessa in relazione agli occhiali da sole, agli astucci per occhiali/occhiali da sole, nonché per le montature degli occhiali da sole; la realizzazione di tali prodotti non necessiterebbe infatti di conoscenze relative agli strumenti ottici e vi sarebbe una distinzione tra i canali di distribuzione di tali prodotti (cfr. sentenza del TAF B-341/2013 del 1° aprile 2015 consid. 5.4 "VICTORINOX/MILTRORINOX").

5.4.1.2 Peraltro, come giustamente presentato dalla ricorrente (cfr. consid. 4.1.1.2), la giurisprudenza più recente del Tribunale stabilisce che i binocoli ("*Ferngläser*") debbano rientrare nella categoria degli apparecchi e strumenti ottici. Avendo lo stesso scopo, essendo la produzione basata sul medesimo *know-how* ed essendo distribuiti tramite gli stessi canali, i prodotti "*lunettes (optique); articles de lunetterie; étuis à lunettes*" vanno ritenuti simili ai prodotti "*Ferngläser*" (sentenza del TAF B-234/2014 del 4 luglio 2015 consid. 5.2.3.2 "JUKE/JOOK VIDEO [fig.]").

5.4.2

5.4.2.1 Pertanto, nella fattispecie, si deve considerare che i prodotti "*articles de lunetterie; lunettes [optique]*" (rivendicati dal marchio resistente

in classe 9) sono simili ai prodotti "*Appareils et instruments [...] optiques*" (rivendicati dal marchio opponente in classe 9).

5.4.2.2 Il medesimo ragionamento va applicato agli occhiali da sole corretti, ovvero quelli atti ad aiutare la vista, che sono dunque simili ai prodotti "*Appareils et instruments [...] optiques*".

Va riconosciuto un motivo relativo di esclusione per quanto riguarda gli occhiali da sole corretti (cfr. consid. 8.3). La questione di sapere se gli altri tipi di occhiali da sole rientranti nella categoria "*lunettes solaires*" sono simili ai prodotti "*Appareils et instruments [...] optiques*" può quindi rimanere indecisa (cfr. consid. 4.2.2).

5.5

5.5.1

5.5.1.1 In conclusione, tra i prodotti rivendicati dal marchio resistente, considerati nell'ambito della presente procedura di ricorso (cfr. consid. 3.1.2), gli unici prodotti che non sono simili a quelli rivendicati dal marchio opponente (cfr. consid. 3.1.1) sono i prodotti "*trottinettes*" rivendicati in classe 28 (cfr. consid. 5.2.2.4).

5.5.1.2 Non v'è pertanto ragione di ritenere alcun rischio di confusione tra i marchi in questione, nella misura in cui il marchio resistente è destinato ai "*trottinettes*", rivendicati in classe 28. Infatti, quando la similarità tra i segni o tra i prodotti può essere esclusa, non è più necessario esaminare la somiglianza tra i prodotti rispettivamente tra i segni, poiché in tal caso il rischio di confusione è escluso fin dall'inizio (sentenza del TAF B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 4.3.2 in fine "[fig.]/ENAGHR [fig.]"; cfr. SCHLOSSER/MARADAN, in: de Werra/Gilliéron [ed.], *Propriété intellectuelle, Commentaire romand*, 2013 [in seguito: CR PI], art. 3 LPM n. 23).

5.5.2 Vi è dunque similarità tra, da un lato, i prodotti "*articles de lunetterie; lunettes [optique]; lunettes solaires; lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée*" (classe 9) e "*appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); planches de surf; bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne*" e "*luges; housses pour ski et planches de surf; bottines-patins; raquettes de neige; articles de sport pour la pratique du tennis, du golf, de la planche à*

voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux; protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport)" (classe 28) e, dall'altro lato, i prodotti rivendicati dal marchio opponente nelle classi 9, 18 e 25.

6.

Va di seguito esaminata l'esistenza di una somiglianza tra i marchi.

6.1

6.1.1 Nella decisione impugnata, l'autorità inferiore ha rilevato che sul piano visivo i marchi a confronto condividerebbero "l'immagine di un gallo/pollo girato verso sinistra, interrotto al centro per la presenza di elementi figurativi supplementari". Si distinguerebbero, invece, essenzialmente per il fatto che, "rispetto al segno impugnato, il disegno del gallo/pollo del marchio opponente è leggermente più piccolo rispetto agli altri elementi figurativi, possiede una cresta dentellata formata da due punte (contro le tre punte nel marchio impugnato) e la sua coda è formata da tre piume (contro le quattro del marchio opposto). Inoltre, nel segno impugnato, vi sarebbe l'evocazione di un paio di sci mentre nel marchio opponente si potrebbe percepire l'allusione alla lettera 'M' oppure a due cime stilizzate" (decisione impugnata, pag. 6).

Dal profilo semantico, entrambi i marchi evocherebbero l'immagine di un gallo/pollo atta dunque a rappresentare una certa similitudine sul piano concettuale (decisione impugnata, pag. 6).

Secondo l'autorità inferiore, v'è quindi fra i due marchi una certa somiglianza, sia sul piano visivo/figurativo che su quello semantico (decisione impugnata, pag. 6).

6.1.2 La ricorrente concorda con l'opinione dell'autorità inferiore, sottolineando che "gli elementi divergenti tra i due marchi non sono in grado di occultare la similitudine riscontrata e l'impressione di insieme comunque molto simile" (ricorso, pag. 10).

6.2

6.2.1 La somiglianza tra i segni va esaminata in base all'impressione di insieme che i marchi lasciano nella memoria delle cerchie commerciali (cfr. DTF 128 III 441 consid. 3.1 "Appenzeller"). Siccome nella maggior parte dei casi il pubblico non percepisce i segni simultaneamente, occorre

fondare il confronto tra i marchi sugli elementi atti a rimanere impressi nella memoria, non sempre chiara, di un consumatore medio (cfr. DTF 121 III 337 consid. 2a "BOSS/BOKS"). Tale impressione di insieme viene principalmente influenzata dagli elementi dominanti di un marchio. In generale, si tratta degli elementi più distintivi di quest'ultimo (cfr. sentenza del TAF B-2380/2010 del 7 dicembre 2011 consid. 7.1.1 "lawfinder/LexFind.ch [fig.]"; SCHLOSSER/MARADAN, in: CR PI, art. 3 LPM n. 30). Tuttavia, gli elementi deboli di un marchio, o quelli che appartengono al dominio pubblico, non devono venire tralasciati. Infatti, tali elementi possono anch'essi influenzare l'impressione d'insieme del marchio (sentenza del TF 4C.258/2004 del 6 ottobre 2004 consid. 4.1 "YELLOW/ Yellow Access AG"; DTAF 2014/34 consid. 6.1.1 "LAND ROVER/Land Glider"; cfr. sentenza del TAF B-38/2011, B-39/2011 e B-40/2011 del 29 aprile 2011 consid. 7.1.2 "IKB/ICB [fig.], IKB/ICB und IKB/ICB BANKING GROUP"; SCHLOSSER/MARADAN, in: CR PI, art. 3 LPM n. 60). Va quindi ponderato ciascuno degli elementi in base all'influenza esercitata sull'impressione d'insieme, senza ad ogni modo dissociarli o decomporre il segno stesso (cfr. sentenza del TAF B-7442/2006 del 18 maggio 2007 consid. 4 "FEEL 'N LEARN/SEE 'N LEARN").

6.2.2 Nel caso di collisione tra segni che combinano elementi verbali e figurativi, non vi sono delle regole assolute volte a stabilire quale elemento risulti preponderante nell'esame dell'impressione d'insieme. Va dunque stabilito, di volta in volta, quale sia l'elemento che è di maggiore influenza per il segno in esame (cfr. sentenza del TAF B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 6.1.2 "[fig.]/ENAGHR [fig.]"). Una corrispondenza tra gli elementi caratteristici, verbali o figurativi, non può essere compensata da una discordanza tra le componenti meno originali. Tuttavia, quando la corrispondenza è costatabile unicamente in relazione ad elementi secondari dal punto di vista dell'impressione globale, una chiara differenza tra i rispettivi elementi caratteristici è atta ad evitare un giudizio di somiglianza tra i segni. In presenza di elementi caratteristici, sia verbali che figurativi, la corrispondenza di una delle componenti può essere sufficiente a determinare una somiglianza tra i segni (cfr. sentenza del TAF B-1618/2011 del 25 settembre 2012 consid. 4.1 "EIFFEL/GUSTAVE EIFFEL [fig.]"). L'impressione d'insieme che scaturisce da un marchio combinato è caratterizzata dagli elementi verbali, qualora quelli figurativi non siano particolarmente originali, oppure non siano in grado di conferire al marchio un'immagine semplice da memorizzare (cfr. sentenza del TAF B-4159/2009 del 25 novembre 2009 consid. 2.4 "EFE [fig.]/EVE").

6.2.3 Nei marchi verbali, come negli elementi verbali dei marchi, sono determinanti l'aspetto fonetico, visivo e semantico (cfr. DTF 127 III 160 consid. 2b/cc "Securitas", DTF 121 III 377 consid. 2b "BOSS/BOKS"). Una corrispondenza per uno di questi criteri è sufficiente per ammettere la somiglianza tra i segni (cfr. STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, in: David/Frick [ed.], Markenschutzgesetz, Wappenschutzgesetz, Basler Kommentar, 3^a ed. 2017 [in seguito: BaK 2017], art. 3 LPM n. 59). L'aspetto fonetico è determinato in sostanza dal numero di sillabe, dalla cadenza e dalla sequenza delle vocali, mentre quello visivo si caratterizza dalla lunghezza delle parole e dalle particolarità delle lettere utilizzate. Infine, l'inizio, la radice, nonché la fine di una parola hanno in linea di massima un'importanza maggiore rispetto alle lettere o alle sillabe atone collocate tra di esse (cfr. DTF 127 III 160 consid. 2b/cc "Securitas", DTF 122 III 382 consid. 5a "Kamillosan"; SCHLOSSER/MARADAN, in: CR PI, art. 3 LPM n. 62).

6.3

6.3.1 Il marchio opponente e il marchio resistente sono entrambi dei marchi prettamente figurativi. In seguito, si procederà, in base agli aspetti determinanti, all'esame dal profilo visivo (consid. 6.3.1.1), semantico (consid. 6.3.1.2) e fonetico (consid. 6.3.1.3).

6.3.1.1 Sul piano visivo, il marchio opponente raffigura il disegno di un gallo, girato verso sinistra, con delle spesse linee che spezzano l'immagine nel mezzo. Basandosi sulla prospettiva degli elementi, tali tratti si trovano di fronte all'animale e, visti nel loro insieme, possono far pensare alla raffigurazione stilizzata della lettera maiuscola "M", di due cime, oppure di un paio di sci. Il gallo, trovandosi in secondo piano, non è visibile interamente. Alla sinistra delle linee, è possibile distinguere la testa, caratterizzata da una cresta seghettata con due punte ed un becco fine, appuntito e leggermente ricurvo. Alla destra delle linee, vi si trova la coda dell'animale, il cui piumaggio è formato da tre punte.

Il marchio resistente raffigura il disegno di un gallo di profilo, girato verso sinistra e separato nel mezzo da delle linee sottili. Tali tratti risultano fondersi con la figura dell'animale e potrebbero far pensare in particolare ad un paio di sci. La testa del gallo illustra una cresta dentellata, bombata sulla parte davanti e sormontata da tre punte all'indietro, donando così un'impressione visuale di movimento e aereodinamica. Il becco si distacca distintamente dal resto del corpo e ha una forma incurvata. In prospettiva, il corpo appare in primo piano, in sovrapposizione, dato che le linee verticali

si interrompono nella loro parte inferiore, all'altezza del corpo dell'animale. Infine, la coda del gallo del marchio resistente è rappresentata da un pennacchio con quattro dentelli.

Entrambi i marchi raffigurano l'immagine di un gallo girato verso sinistra e interrotto nella sua metà da delle linee. Entrambe le immagini dell'animale risultano piuttosto banali, non presentando alcuna particolarità, bensì una testa con un becco ed una cresta, nonché una coda piumata. Le differenze tra i due segni stanno nel numero di punte della cresta (due nel marchio opponente e tre nel marchio resistente), nella grandezza del becco, nel numero di piume della coda (tre nel marchio opponente e quattro nel marchio resistente), nella visibilità dell'animale intero, nonché nella rappresentazione delle linee presenti nel mezzo. A tal proposito, le linee presenti nel marchio opponente farebbero pensare alla lettera maiuscola "M", a due cime oppure ad un paio di sci, mentre quelle presenti nel marchio resistente, in particolare, ad un paio di sci in verticale.

V'è quindi una certa somiglianza tra i due marchi sul piano visivo.

6.3.1.2 A livello semantico, entrambi i marchi evocano l'immagine di un gallo, interrotto a metà da delle linee. Tali raffigurazioni sono atte a costituire una certa similitudine sul piano concettuale. Si tratta però di linee diverse e, soprattutto, raffiguranti due cose diverse.

Sul piano semantico sono dunque riscontrabili lievi corrispondenze.

6.3.1.3 Anche se le linee raffigurate nel segno opponente sono comprese come una "M" stilizzata, non si può dire che ci sia una similarità tra i segni in causa sul piano fonetico. Non c'è infatti nessun elemento verbale nel segno resistente.

6.3.2 In virtù di quanto precede, si deve concludere ad una somiglianza tra i segni.

7.

Nell'esaminare il rischio di confusione deve ancora essere tenuto conto del campo di protezione del marchio opponente.

7.1 Il campo di protezione di un marchio è determinato dalla sua forza distintiva. Essa è minore per i marchi deboli rispetto a quelli forti. Nel primo caso delle differenze minime sono sufficienti a creare una distinzione. In particolare, sono da ritenersi deboli i marchi i cui elementi essenziali risultano essere banali o presentano una stretta somiglianza con termini

descrittivi del linguaggio corrente (cfr. sentenza del TF 4A_207/2010 del 9 giugno 2011 consid. 5.1 "R RSW Rama Swiss Watch [fig.]/RAM Swiss Watch AG"). Al contrario, sono da considerarsi marchi forti quelli immaginativi o aventi acquisito notorietà commerciale. I marchi forti, essendo dei prodotti creativi o avendo necessitato di lunghi processi per acquisire notorietà commerciale, devono potere beneficiare di una tutela più intensa, ritenuta la loro maggior esposizione ai tentativi di imitazione (cfr. DTF 122 III 382 consid. 2a "Kamillosan"; sentenze del TAF B-4574/2017 del 14 febbraio 2019 consid. 9.1.1 "COCO/COCOO [fig.]" e B-1077/2008 del 3 marzo 2009 consid. 6 "Sky/SkySIM").

7.2

7.2.1 Nella decisione impugnata, per quanto attiene alla forza distintiva del marchio opponente, l'autorità inferiore ha giudicato che tale marchio, in combinazione con i prodotti e servizi su cui si basa l'opposizione, non possiede né un significato particolare, né un carattere descrittivo. Al marchio opponente verrebbero, pertanto, aggiudicati una forza distintiva e un campo di protezione medi (decisione impugnata, pag. 7).

7.2.2 La ricorrente concorda con le considerazioni dell'autorità inferiore (ricorso, pag. 11).

7.3

7.3.1 Bisogna innanzitutto esaminare la forza distintiva del gallo presente nel marchio opponente.

7.3.1.1 Di fronte all'autorità inferiore, la controparte aveva infatti affermato che, per i prodotti in discussione dedicati specificatamente alla pratica sportiva, tale motivo possiederebbe una forza distintiva debole. Il motivo del gallo, utilizzato in entrambi i marchi, rinvierebbe ad un gallo gallico, uno dei simboli della Francia, il quale, nonostante non rappresenti uno degli emblemi ufficiali della Repubblica, verrebbe frequentemente utilizzato come simbolo. L'impatto sulla valutazione del rischio di confusione di questo elemento coincidente resterebbe dunque debole, nella misura in cui il motivo di un gallo gallico risulta banale e poco distintivo (risposta della controparte di fronte all'autorità inferiore del 12 giugno 2017 [allegato 6 dell'incarto dell'autorità inferiore], pag. 11).

L'autorità inferiore non ha tuttavia accolto l'argomento della controparte, la quale "eccepisce la mancata (o debole) forza distintiva del marchio

opponente considerando che l'elemento del gallo raffigurato nei segni in causa rinvia a uno dei simboli della Francia, comunemente usato come simbolo sportivo; questo elemento sarebbe dunque banale e debolmente distintivo". L'IPI, infatti, ha affermato che "non vi sono elementi concreti a pensare che il pubblico svizzero percepirà nell'immagine la simbologia e il riferimento invocati, anche perché il gallo a cui si fa riferimento ('coq galois [sic]') non è chiaramente identificabile e potrebbe nella fattispecie anche semplicemente trattarsi del disegno stilizzato di un pollo, di una gallina" (decisione impugnata, pag. 7).

7.3.1.2 Le indicazioni di provenienza sono riferimenti diretti o indiretti alla provenienza geografica dei prodotti o dei servizi, compresi i riferimenti alle caratteristiche o alle qualità in rapporto con la provenienza (art. 47 cpv. 1 LPM). Sono indicazioni di provenienza dirette segnatamente i nomi di città, luoghi, valli, regioni o paesi, nella misura in cui, trattandosi di luoghi di produzione, lasciano presumere la provenienza dei prodotti o dei servizi (DTF 128 III 454 consid. 2.1 "YUKON"). Le indicazioni di provenienza indirette inducono a presumere la provenienza dei prodotti o dei servizi sulla base del significato, senza indicare direttamente il luogo di provenienza. Tipici di questa categoria sono i nomi di fiumi, corsi o specchi d'acqua e montagne come pure segni simbolici e nomi richiamanti un determinato luogo, inscindibili dalla nozione geografica a cui si riferiscono (DTF 72 I 238 consid. 3 "5th Avenue"; sentenze del TAF B-1785/2014 del 15 dicembre 2015 consid. 3.3.2 "HYDE PARK" e B-3149/2014 del 2 marzo 2015 consid. 3.4 "COS [fig.]"). Per qualificare l'indicazione di provenienza è decisivo sapere se il marchio viene ritenuto dal pubblico come un riferimento ad una determinata località e, perlomeno indirettamente, conduce ad immaginare che possa trattarsi della descrizione del luogo di provenienza (cfr. DTF 128 III 454 consid. 2.2 "Yukon"; sentenza del TAF B-4532/2017 del 24 maggio 2018 consid. 2.2 "HAMILTON"). Tuttavia, non è sufficiente che l'indicazione sia meramente conosciuta dal pubblico di riferimento determinante. Deve bensì trattarsi di un punto di riferimento conosciuto o tipico rappresentante una specifica provenienza (cfr. DTF 91 I 50 consid. 3a "Monte Bianco", DTF 76 I 168 consid. 2 "Big Ben", DTF 68 I 203 consid. 3 "Neva"; sentenze del TAF B-1785/2014 del 15 dicembre 2015 consid. 3.7 "HYDE PARK" e B-5024/2013 del 18 febbraio 2015 consid. 5.2 "Strela"). Le parole aventi sia una connotazione di provenienza, sia un altro significato non devono più essere considerate come indicazioni di provenienza, se agli occhi del consumatore predomina la connotazione non geografica (sentenze del TAF B-5024/2013 del 18 febbraio 2015 consid. 3.3 "Strela", B-550/2012 del 13 giugno 2013 consid. 5.4 "KALMAR", B-5658/2011 del 9 maggio 2012 consid. 3.9 in fine

"FRANKONIA [fig.]" e B-6562/2008 del 16 marzo 2009 consid. 6.1 "VICTORIA [fig.]").

7.3.1.3 Pur essendo il gallo utilizzato come un riferimento alla Francia (cfr. "Extraits Encyclopédie en ligne Wikipedia sur le coq gaulois" [allegato della risposta della controparte di fronte all'autorità inferiore del 12 giugno 2017 (allegato 6 dell'incarto dell'autorità inferiore)]), il medesimo non va tuttavia situato allo stesso livello di altri simboli, come ad esempio il Monte Bianco, il quale, di regola, è invece considerato un riferimento geografico alla Francia (cfr. IPI, Assistenza all'esame, <<https://ph.ige.ch/ph>>, consultato il 02.07.2019). Va altresì rilevato che il gallo non è mai stato scelto come simbolo ufficiale, malgrado sia utilizzato da federazioni sportive (cfr. "Extraits Encyclopédie en ligne Wikipedia sur le coq gaulois" [allegato della risposta della controparte di fronte all'autorità inferiore del 12 giugno 2017 (allegato 6 dell'incarto dell'autorità inferiore)]). Pertanto, nulla indica che in Svizzera, persino del settore dello sport, la mera immagine di un gallo stilizzato sia percepita come un riferimento alla Francia. Il medesimo non può quindi essere ritenuto un riferimento sufficientemente chiaro a tale Paese, in assenza di altri elementi atti a stabilirne un legame. Viene invece semplicemente percepito come un uccello e non può beneficiare della qualifica di indicazione di provenienza indiretta.

7.3.2

7.3.2.1 Al marchio opponente, non avendo, nei suoi elementi essenziali, nessun'accezione descrittiva per rapporto ai prodotti rivendicati, deve essere attribuita una forza distintiva normale.

7.3.2.2 La questione di sapere se al marchio opponente va attribuito un campo di protezione accresciuto (cfr. decisione impugnata, pag. 7 in fine) può rimanere indecisa (cfr. consid. 8.3).

8.

8.1

8.1.1

8.1.1.1 V'è rischio di confusione, se il segno posteriore pregiudica la funzione distintiva del marchio anteriore. Un pregiudizio di questo genere si verifica quando sussiste il pericolo che le cerchie commerciali determinanti possano essere tratte in inganno dalla somiglianza tra i

marchi e che i prodotti su cui figura uno dei due segni siano attribuiti al titolare del marchio sbagliato (rischio di confusione diretto).

8.1.1.2 Un tale rischio esiste altresì nel caso in cui il pubblico sia in grado di distinguere i marchi, supponendo tuttavia delle associazioni erronee data la loro somiglianza, pensando segnatamente a marchi di serie che identificano linee di prodotti diverse della stessa azienda o di aziende legate economicamente (rischio di confusione indiretto) (cfr. DTF 128 III 441 consid. 3.1 "Appenzeller", DTF 119 II 473 consid. 2c "Radion" e DTF 122 III 382 consid. 1 "Kamillosan").

8.1.2 L'esame del rischio di confusione non avviene sulla base di un raffronto astratto dei segni, bensì in funzione del complesso delle circostanze del singolo caso (cfr. DTF 122 III 382 consid. 1 "Kamillosan"). È opportuno considerare la somiglianza tra i segni, come pure le categorie di prodotti e servizi per le quali sono registrati i marchi in questione. Questi due elementi interagiscono reciprocamente. In altre parole, più i prodotti e i servizi per cui i marchi sono stati registrati sono simili, più aumenta il rischio di confusione e più il segno posteriore deve differenziarsi da quello anteriore, affinché tale rischio sia escluso e viceversa (cfr. sentenza del TAF B-4574/2017 del 14 febbraio 2019 consid. 11.1.2 "COCO/COCOO [fig.]"; STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, in: BaK 2017, art. 3 LPM n. 154).

8.2

8.2.1 Secondo l'autorità inferiore, nel caso di specie, "il marchio impugnato riprende l'elemento essenziale e chiaramente individualizzabile del marchio opponente, ovvero il disegno di un gallo/pollo girato verso sinistra. Tale ripresa verrebbe immediatamente percepita dal consumatore, ciò è rafforzato dal fatto che i segni in contrapposizione coincidono anche sulla posizione degli elementi figurativi aggiuntivi che si trovano al centro di ciascun segno e 'spezzano' l'immagine citata. Questi elementi aggiuntivi (la stilizzazione di due cime/lettera 'M' maiuscola e il paio di sci in prospettiva) non distolgono il consumatore dalla ripresa in questione e neppure conferiscono al segno impugnato un'impressione d'insieme chiaramente differente da poter escludere il rischio di confusione dovuto alle forti coincidenze sul piano figurativo e semantico" (decisione impugnata, pag. 7).

Tenuto conto di quanto sopra e visto il campo di protezione medio, l'identità e rispettivamente la similarità di una parte dei prodotti in discussione, l'autorità inferiore ritiene che esista nel caso in specie il rischio che il

consumatore sia indotto ad associare o a confondere i segni in opposizione, malgrado un grado di attenzione e di distinzione leggermente più elevato nell'acquisto di una parte dei prodotti in questione (decisione impugnata, pag. 8).

8.2.2 La ricorrente concorda con le considerazioni dell'autorità inferiore, secondo la quale vi sarebbe un rischio di confusione (ricorso, pag. 11).

8.3 Viste la somiglianza tra i due segni (cfr. consid. 6.3.2) e la forza distintiva normale del marchio opponente (cfr. consid. 7.3.2.1 [può dunque rimanere aperta la questione di sapere se al marchio opponente va attribuito un campo di protezione accresciuto (cfr. consid. 7.3.2.2)]), il Tribunale ritiene che esista un rischio di confusione diretto tra i due marchi per quanto riguarda i prodotti rivendicati dal marchio resistente per i quali è stata stabilita una similarità con i prodotti rivendicati dal marchio opponente (cfr. consid. 5.5.2). È infatti probabile che, anche facendo prova di un grado di attenzione superiore alla media (cfr. consid. 3.4.1-3.4.3), il grande pubblico associ, a torto, il marchio resistente alla ricorrente, titolare del marchio opponente.

Inoltre, la ripresa integrale di un segno o dei suoi elementi principali in un nuovo segno può, in linea di principio, creare un rischio di confusione tra questi segni (cfr. sentenze del TAF B-2208/2016 dell'11 dicembre 2018 consid. 11.3.2.1 "SKY/SKYFIVE", B-5145/2015 dell'11 dicembre 2017 consid. 12.3.1 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL", B-922/2015 del 21 settembre 2017 consid. 6.3.2 "SUBMARINER/MARINER" e B-159/2014 del 7 ottobre 2016 consid. 8.3.3.1 "BELVEDERE/CA'BELVEDERE AMARONE [fig.]"). Nel caso di specie, tenuto conto della molteplicità di possibili interpretazioni delle linee situate nel mezzo del marchio opponente, il grande pubblico tende a memorizzarsi la figura del gallo, interrotto da dei tratti. Ne consegue che il marchio resistente riprende l'elemento principale del marchio opponente, ovvero il gallo, interrotto nel mezzo (da un paio di sci). Tale ripresa degli elementi fondamentali, nonché della struttura d'insieme del segno opponente, è dunque atta a costituire un rischio di confusione.

9.

In virtù di quanto precede, l'opposizione (n. 15256) deve essere parzialmente accolta. Pertanto, il ricorso è parzialmente accolto, nel senso che i punti 2 e 3 del dispositivo della decisione impugnata sono modificati, affinché l'opposizione sia accolta, salvo per il marchio resistente, destinato ai prodotti "*trottinettes*" (classe 28) (cfr. consid. 5.5.1.1-5.5.1.2).

Visto che la ricorrente non ha alcun interesse a chiedere l'annullamento del punto 5 del dispositivo della decisione impugnata, che addossa alla controparte la totalità delle spese processuali e ripetibili per la procedura dinanzi all'autorità inferiore (cfr. consid. 1.1.2.2), vanno ancora determinate unicamente le spese processuali e ripetibili per la presente procedura di ricorso (cfr. consid. 10-11).

10.

10.1 Di regola, le spese processuali – comprendenti la tassa di giustizia (cfr. art. 63 cpv. 4^{bis} PA; art. 2 e art. 4 del Regolamento del 21 febbraio 2008 sulle tasse e sulle spese ripetibili nelle cause dinanzi al Tribunale amministrativo federale [TS-TAF, RS 173.320.2]; DTF 133 III 490 consid. 3.3 "Turbinenfuss [3D]"; sentenza del TAF B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 10.1 "[fig.]/ENAGHR [fig.]"; sic! 2015, pag. 497) e i disborso – sono addossate alla parte soccombente (art. 63 cpv. 1 PA; art. 1 cpv. 1 FITAF).

10.2

10.2.1 Nella fattispecie, viste le sorti del ricorso (cfr. consid. 9), le spese processuali per la presente procedura sono fissate a fr. 4'500.– e sono poste a carico della controparte, la quale soccombe quasi interamente.

10.2.2 Per quanto concerne l'anticipo di fr. 4'500.–, versato dalla ricorrente in data 24 ottobre 2017, esso le viene restituito.

10.2.3 Nessuna spesa processuale è messa a carico dell'autorità inferiore (cfr. art. 63 cpv. 2 in initio PA).

11.

11.1 La parte totalmente o parzialmente vincente ha diritto a un'indennità per le spese ripetibili necessarie per la causa (cfr. art. 64 cpv. 1 PA; art. 7 cpv. 1 e 2, art. 8, art. 9 cpv. 1, art. 10 cpv. 1 e 2 e art. 14 cpv. 1 e 2 TS-TAF; sentenza del TAF B-2326/2014 del 31 ottobre 2016 consid. 11.1 "[fig.]/ENAGHR [fig.]").

11.2

11.2.1

11.2.1.1 Nella fattispecie, la ricorrente è vincente per quasi la totalità ed è rappresentata da degli avvocati. Ha pertanto diritto alla rifusione delle spese ripetibili.

11.2.1.2 L'apporto degli avvocati della ricorrente consiste essenzialmente nell'inoltro del ricorso (cfr. consid. C). Considerato che la medesima non ha prodotto alcuna nota particolareggiata che permetta di verificare le ore impiegate, l'indennità è fissata sulla base degli atti (art. 14 cpv. 2 TS-TAF). Non essendosi dovuta confrontare a delle questioni di fatto o di diritto inabituali o eccezionalmente ardue, è giustificato ritenere che, per la ricorrente, le spese necessarie derivanti dalla causa siano di fr. 3'000.—. Tale importo va messo a carico della controparte (cfr. art. 64 cpv. 3 PA).

11.2.2 Ritenuto che soccombe quasi totalmente, la controparte non ha diritto a ripetibili (cfr. art. 64 cpv. 1 PA, in relazione con l'art. 7 cpv. 1 TS-TAF).

11.2.3 L'autorità inferiore non ha diritto all'assegnazione di un'indennità di spese ripetibili (cfr. art. 7 cpv. 3 TS-TAF).

12.

Infine, ritenuto che il ricorso in materia civile dinanzi al Tribunale federale è inammissibile contro le decisioni pronunciate nell'ambito della procedura di opposizione alla registrazione di un marchio (art. 73 della Legge del 17 giugno 2005 sul Tribunale federale [LTF, RS 173.110]), la presente sentenza è definitiva (sentenza del TAF B-3824/2015 del 17 maggio 2017 consid. 16 "JEAN LEON/Don Leone [fig.]").

Per questi motivi, il Tribunale amministrativo federale pronuncia:

1.

Il ricorso è parzialmente accolto.

2.

Il dispositivo della decisione impugnata è modificato come segue:

1. [immutato]

1^{bis}. L'opposizione n. 15256 contro la registrazione internazionale n. 1 309 470 "[gallo] (fig.)" è anche accolta per i prodotti seguenti:

Classe 9: "*articles de lunetterie; lunettes [optique]; lunettes solaires; lunettes et masques de ski; casques de protection pour la pratique du sport; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée*".

Classe 28: "*appareils de gymnastique et de sport (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); planches de surf; bâtons de ski; patins à glace et à roulettes; patins à roulettes en ligne; luges; housses pour ski et planches de surf; bottines-patins; raquettes de neige; articles de sport pour la pratique du tennis, du golf, de la planche à voile, du surf, des sports de balles ou ballons (à l'exception des vêtements, chaussures et tapis); balles et ballons de jeux; protège-coudes, protège-genoux, protège-poignets et protège-tibias (articles de sport)*".

2. L'opposizione n. 15256 è respinta per i prodotti seguenti:

Classe 28: "*trottinettes*".

3. L'autorità inferiore emetterà una dichiarazione di concessione parziale (*déclaration d'octroi partiel de la protection selon la règle 18ter2ii*) del Regolamento di esecuzione comune per ammettere la registrazione internazionale n. 1 309 470 "[gallo] (fig.)" alla protezione in Svizzera per i prodotti seguenti:

Classe 28: "*trottinettes*".

4. [immutato]

5. [immutato]

6. [immutato]

3.

3.1 Fissate a fr. 4'500.—, le spese processuali sono poste a carico della controparte. Questo importo dev'essere versato alla cassa del Tribunale entro un termine di 30 giorni dalla spedizione della presente sentenza.

3.2 L'anticipo di fr. 4'500.—, versato dalla ricorrente, le viene restituito.

4.

Alla ricorrente è accordata un'indennità a titolo di spese ripetibili per la procedura di ricorso di fr. 3'000.—. Essa è posta a carico della controparte.

5.

Comunicazione a:

- ricorrente (raccomandata; allegati: atti di ritorno e formulario "Indirizzo di pagamento");
- controparte (raccomandata; allegato: bollettino di versamento);
- autorità inferiore (n. di rif. 15256; raccomandata; allegato: incarto).

Il presidente del collegio:

La cancelliera:

Pietro Angeli-Busi

Maria Cristina Lolli

Data di spedizione: 30 luglio 2019