

Il famoso scudo del Fútbol Club Barcelona, stemma di una delle società calcistiche più note e antiche del mondo, non risponde ai requisiti per la registrabilità quale marchio di impresa. È quanto deciso, con sentenza del 10 dicembre 2015 (causa T-615/14), dal Tribunale UE, poiché il marchio non consentirebbe ai consumatori di individuare l'origine commerciale dei prodotti e dei servizi oggetto della domanda di registrazione.

Questi i fatti da cui è originata la decisione in questione. Nell'aprile del 2013, la società calcistica aveva chiesto la registrazione dello stemma, al cui interno è contenuto il logo del Barcellona, caratterizzato dai colori blaugrana, dall'acronimo FCB, la bandiera della Catalogna e la croce di San Giorgio. Le classi per le quali si chiedeva la registrazione erano la 16 (comprendente stampe; fotografie; adesivi), la 25 (abbigliamento; scarpe; cappelleria) e la 41 (istruzione; formazione; divertimento; attività sportive e culturali).

Per meglio comprendere i termini della controversia, conviene osservare lo stemma del Barcellona (a sinistra) e il segno figurativo di cui si chiedeva la registrazione (a destra), ma dei contorni dello stesso. La società catalana, quindi, non ha richiesto la registrazione dell'intero stemma (peraltro già oggetto di autonoma registrazione), ma dei contorni dello stesso.

L'UAMI, nel maggio del 2014, aveva già respinto la domanda, osservando che il segno figurativo non sarebbe, di per sé, idoneo a richiamare l'attenzione dei consumatori, non essendo immediatamente riconducibile all'origine commerciale dei prodotti e dei servizi. Avverso tale decisione, il Barcellona ha presentato ricorso al Tribunale dell'Unione europea, chiedendo nuovamente l'accoglimento del deposito del marchio.

Il Tribunale UE, con la decisione summenzionata, ha però confermato la decisione dell'UAMI, statuendo che il segno figurativo sarebbe percepito dai consumatori come una forma semplice e non come un marchio di impresa e non consentirebbe loro di distinguere i prodotti o i servizi del suo titolare da quelli delle altre imprese.

La decisione si spinge oltre, negando, in termini generali, che agli stemmi possa essere riconosciuto un carattere distintivo, atteso che *“gli stemmi vengono utilizzati abitualmente in ambito commerciale a fini puramente decorativi, senza rivestire una funzione di marchio”*.

Nel caso di specie, peraltro, l'elemento dello scudo non sarebbe predominante del marchio, al pari delle lettere F, C e B (iniziali del nome del club); della combinazione dei colori, che sono quelli della maglietta della squadra di calcio; delle bandiere catalana e della città di Barcellona.

Infine, la società calcistica non sarebbe riuscita a provare, nel corso del giudizio, il carattere distintivo che il simbolo rivestirebbe nel pubblico dei consumatori, così come richiesto dal Regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario.