

Decisione Procedura di opposizione n. 104515 nella causa

NX Lifestyle Logistics Swiss SA
Via Passeggiata 4
6883 Novazzano

Opponente

rappresentata da

Praxi Intellectual Property SA
Via San Gottardo 15
6900 Lugano

Marchio svizzero n° 719539 - TRAMO

contro

RELMOS AG
Weieracherstrasse 4
8184 Bachenbülach

Resistente



Marchio svizzero n. 825397 - Traemo ((fig.))

L'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale (di seguito IPI) in applicazione degli art. 31 ss. in combinazione con l'art. 3 della Legge federale sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza (LPM, RS 232.11), degli art. 20 ss. dell'Ordinanza sulla protezione dei marchi (OPM, RS 232.111), degli art. 1 ss. dell'Ordinanza dell'IPI sulle tasse (OTa-IPI, RS 232.148), nonché degli art. 1 ss. della Legge federale sulla procedura amministrativa (PA, RS 172.021),

considerati:

I. Fatti e procedura

1. Il marchio svizzero n. 825397 - "Traemo ((fig.))" (di seguito marchio impugnato) è stato pubblicato su Swissreg il 21.01.2025, tra gli altri, per i servizi seguenti:

Classe 39: Transportdienstleistungen; Verpackung und Lagerung von Waren.

2. In data 15.04.2025, la parte opponente ha presentato opposizione parziale nei confronti di tale marchio.
3. L'opposizione verte sui servizi summenzionati (cfr. l. n. 1 qui sopra) e poggia sul marchio svizzero n. 719539 "TRAMO" (di seguito marchio opponente), registrato per i servizi seguenti:

Classe 35: Servizi di dimostrazione e di esposizione di prodotti; allestimento di vetrine; servizi di allestimento di vetrine; servizi di allestimento di vetrine di negozi; servizi di allestimento di vetrine di negozi al dettaglio; servizi di decorazione e allestimento di vetrine; servizi di allestimento vetrine per scopi pubblicitari; organizzazione di fiere campionarie ed esposizioni commerciali; conduzione di fiere ed esposizioni; servizi di agenzie per l'importazione e l'esportazione;

Classe 37: Costruzione di interni per uffici; costruzione di interni di locali aziendali; installazione di stand per fiere; pulitura di stand espositivi; installazione di strutture temporanee per fiere campionarie; installazione di strutture temporanee per esposizioni commerciali; installazione di strutture temporanee per esposizioni di affari; installazione di stand per conferenze; installazione di divisori interni per edifici; installazione di impianti e arredi per locali domestici; installazione di mobili; installazione di mobili su misura; installazione di mobili in negozi; rinnovamento di interni di edifici; riparazione dell'arredamento di negozi; riparazione e manutenzione di container per trasporto [installazione, pulizia, riparazione manutenzione]; costruzione di stand espositivi; costruzione di stand espositivi e da fiera; costruzione ed edificazione di stand e banchi espositivi; costruzione di stands di fiere e di negozi; installazione di impianti e arredi per edifici [edilizia, costruzione e demolizione];

Classe 39: Trasporto; Servizi di consulenza relativi al trasporto; trasporto e consegna di merci; servizi di trasporto di merci; consegna di merci; spedizione di merci; trasporto di mobili; trasporto di mobili su camion per conto terzi; consegna di mobili; servizi di trasporto e di distribuzione via aerea, stradale, ferroviaria e marittima; organizzazione di trasporto via terra, mare ed aerea; autotrasporti; corriere (consegna di merci); servizi di corriere [corrispondenza o merci]; tracciatura e rintracciamento di spedizioni di colli via mare e via aerea; fornitura di consulenze inerenti servizi di invio merci; informazioni in materia di trasporto merci; organizzazione del trasporto di merci; trasporto di opere d'arte; organizzazione del trasporto di opere d'arte; organizzazione della spedizione di merci; raccolta, trasporto e consegna di merci; servizi di consulenza in materia di movimentazione di merci; servizi di consulenza inerenti la tracciatura di merci in transito [informazioni di trasporto]; servizi di movimentazione merci; servizi di spedizione merci; operazioni di carico; servizi informativi in materia di movimentazione di carichi; servizi internazionali di invio merci oltreoceano; affitto di mezzi di trasporto; imballaggio e deposito di merci; servizi di imballaggio e confezionamento; confezionamento ed imballaggio di prodotti; consulenza relativa all'immagazzinamento di merci; imballaggio di merci; servizi di imballaggio in casse; imballaggio di merci in container; imballaggio di merci in transito; immagazzinamento; servizi di consulenza in materia di reimpballaggio di merci; trasporto e immagazzinamento di merci; carico e scarico di veicoli; noleggio di mezzi di trasporto; noleggio di veicoli per trasporto; noleggio di veicoli; noleggio di veicoli, in particolare di autoveicoli e autocarri; noleggio di veicoli per merci; servizi di trasporto e rimozione di merci; servizi di trasloco industriale [trasporto]; servizi di trasloco domestico; traslochi commerciali; traslochi di mobili; traslochi internazionali; traslochi per case; trasloco di articoli domestici; trasloco di mobili domestici; trasloco di mobili commerciali;

Classe 42: Servizi di progettazione; servizi di allestimento di negozi; allestimento di piani per la costruzione; progettazione di spazi per uffici; progettazione per esposizioni; servizi architettonici e di progettazione in materia di esposizioni; architettura di interni; progettazione e pianificazione di spazi per interni; progettazione d'interni e relative informazioni e consulenza; consulenza in materia di progettazione d'interni; progettazione d'interni commerciali; progettazione di interni per negozi; servizi di

progettazione di interni di edifici; design di mobili per ufficio; servizi di progettazione di mobili per l'arredamento di interni di edifici; consulenza in materia di arredamento d'interni; servizi di progettazione di arredamento; progettazione in materia di arredamento di interni per uffici; servizi di design per l'arredamento di interni; progettazione architettonica di esterni; arredamento e progettazione di esterni.

4. In data 24.04.2025, l'IPI ha emesso una decisione impartendo un termine alla parte resistente per presentare una risposta.
5. In data 18.05.2025, la parte resistente ha inoltrato la sua risposta entro il termine impartito.
6. In data 19.05.2025, l'IPI ha emesso una decisione che conclude la procedura di istruzione.
7. Le motivazioni dettagliate delle parti vengono ascoltate, se giuridicamente rilevanti, nelle considerazioni seguenti.

II. Condizioni procedurali

1. Giusta l'art. 31 LPM, il titolare di un marchio anteriore può opporsi ad una nuova registrazione in virtù dell'art. 3 cpv. 1 LPM. L'opposizione deve essere motivata ed inviata per scritto entro tre mesi dalla pubblicazione della registrazione. La tassa di opposizione deve essere pagata durante questo medesimo termine (art. 31 cpv. 2 LPM).
2. Il marchio impugnato è stato depositato il 28.09.2024., mentre il marchio opponente il 04.01.2018; il marchio opponente è dunque anteriore rispetto al segno impugnato. L'opposizione è presentata entro il termine legale e in osservanza delle condizioni formali (art. 20 OPM). Le tassa di opposizione è stata pagata entro i termini. È opportuno dunque entrare in materia.

III. Valutazione materiale

A. Motivi di opposizione

Giusta l'art. 3 cpv. 1 lett. c LPM sono esclusi dalla protezione come marchio, i segni simili a un marchio anteriore e destinati a prodotti o servizi identici o simili, se ne risulta un rischio di confusione.

B. Similarità tra servizi

1. I prodotti e/o servizi sono simili se le cerchie commerciali interessate e in particolar modo gli ultimi destinatari possono ritenere, in presenza di marchi simili, che provengano dalla stessa azienda o perlomeno sono prodotti da aziende legate economicamente e sotto il controllo di un unico titolare di marchi. L'attribuzione alla stessa classe dei prodotti e/o dei servizi rivendicati secondo l'Accordo di Nizza non basta a giustificare una similarità poiché tale attribuzione ricopre una funzione meramente amministrativa. Nella prassi si sono sviluppati determinati indizi che secondo l'esperienza pratica possono essere adottati a favore o contro la similarità (cfr. Direttive dell'IPI in materia di marchi [qui di seguito Direttive], Parte 6, n. 6.1, consultabili su: https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/schuetzen/marken/i/direttive_marchi/Markenrichtlinien_Teile_1-7_I_2024.pdf).
2. Si presuppone la similarità se tra i servizi ci sono ad esempio corrispondenze a livello di scopo, conoscenze specialistiche e cerchie di destinatari. Si tratta di determinare se c'è una responsabilità organizzativa unica e se i destinatari percepiscono i servizi come pacchetto di prestazioni coerente. L'esistenza di semplici nessi tematici non basta. Alcuni nessi sono inevitabili, ma non per forza i servizi sono percepiti come simili nel senso che sono attribuiti a una stessa azienda. Se le cerchie interessate attribuiscono facilmente due diversi servizi a uno stesso titolare la similarità tra servizi è ammessa (Direttive, Parte 6, n. 6.1.2).

3. Il marchio impugnato rivendica, tra gli altri, i servizi seguenti:

Classe 39: Transportdienstleistungen; Verpackung und Lagerung von Waren.

4. Il marchio opponente è, tra gli altri, protetto per i servizi seguenti:

Classe 39: Trasporto; Servizi di consulenza relativi al trasporto; trasporto e consegna di merci; servizi di trasporto di merci; consegna di merci; spedizione di merci; trasporto di mobili; trasporto di mobili su camion per conto terzi; consegna di mobili; servizi di trasporto e di distribuzione via aerea, stradale, ferroviaria e marittima; organizzazione di trasporto via terra, mare ed aerea; autotrasporti; corriere (consegna di merci); servizi di corriere [corrispondenza o merci]; tracciatura e rintracciamento di spedizioni di colli via mare e via aerea; fornitura di consulenze inerenti servizi di invio merci; informazioni in materia di trasporto merci; organizzazione del trasporto di merci; trasporto di opere d'arte; organizzazione del trasporto di opere d'arte; organizzazione della spedizione di merci; raccolta, trasporto e consegna di merci; servizi di consulenza in materia di movimentazione di merci; servizi di consulenza inerenti la tracciatura di merci in transito [informazioni di trasporto]; servizi di movimentazione merci; servizi di spedizione merci; operazioni di carico; servizi informativi in materia di movimentazione di carichi; servizi internazionali di invio merci oltreoceano; affitto di mezzi di trasporto; imballaggio e deposito di merci; servizi di imballaggio e confezionamento; confezionamento ed imballaggio di prodotti; consulenza relativa all'immagazzinamento di merci; imballaggio di merci; servizi di imballaggio in casse; imballaggio di merci in container; imballaggio di merci in transito; immagazzinamento; servizi di consulenza in materia di reimballaggio di merci; trasporto e immagazzinamento di merci; carico e scarico di veicoli; noleggio di mezzi di trasporto; noleggio di veicoli per trasporto; noleggio di veicoli; noleggio di veicoli, in particolare di autoveicoli e autocarri; noleggio di veicoli per merci; servizi di trasporto e rimozione di merci; servizi di trasloco industriale [trasporto]; servizi di trasloco domestico; traslochi commerciali; traslochi di mobili; traslochi internazionali; traslochi per case; trasloco di articoli domestici; trasloco di mobili domestici; trasloco di mobili commerciali.

Servizi contestati della classe 39

5. Il marchio impugnato rivendica, in classe 39, i servizi “*Transportdienstleistungen; Verpackung und Lagerung von Waren*”. Tali servizi sono identici a quelli rivendicati dal marchio opponente nella medesima classe, ossia “*trasporto; imballaggio e deposito di merci*”, seppure formulati in lingua diversa. Vi è pertanto identità tra i servizi raffrontati.
6. Conviene quindi riconoscere l'identità dei servizi in causa e passare all'esame dei due segni.

C. Similitudine dei segni

- Secondo la prassi del Tribunale federale la questione di stabilire se due marchi si distinguono sufficientemente va esaminata sulla base dell'impressione d'insieme che lasciano al pubblico interessato ai prodotti e servizi in questione. Siccome nella maggior parte dei casi il pubblico non percepisce i segni simultaneamente, occorre presumere che al segno percepito direttamente si contrapponga il ricordo più o meno sbiadito del segno percepito precedentemente. È pertanto necessario fondare il raffronto dei marchi sulle caratteristiche atte a rimanere impresse nella memoria imperfetta di un consumatore medio. L'aggiunta di elementi supplementari all'elemento distintivo principale di un marchio esistente è sempre insufficiente laddove i nuovi elementi non sono idonei a determinare in maniera essenziale l'impressione d'insieme del nuovo segno, quando dunque si veda una corrispondenza dei marchi concernente i loro elementi essenziali (Direttive, Parte 6, n. 6.3).
- Trattandosi di marchi verbali, occorre tener presente che l'impressione d'insieme di un marchio verbale è determinata dall'effetto uditivo, dall'effetto visivo e dal senso. Di norma una similitudine in uno di questi livelli è sufficiente perché sia ammesso il rischio di confusione per i marchi verbali. L'effetto uditivo è influenzato dal numero di sillabe, dalla cadenza e dalla sequenza di vocali, mentre l'effetto visivo è contraddistinto essenzialmente dalla lunghezza delle parole e dalla similitudine o differenza tra le lettere utilizzate (Direttive, Parte 6, n. 6.3.1).

3. Per quanto riguarda i segni che combinano elementi verbali e figurativi, occorre verificare caso per caso se ad essere dominante o determinante è l'elemento verbale o quello figurativo. Ad ogni modo è decisiva l'impressione d'insieme. Le regole schematiche vanno scartate e né l'elemento verbale né quello figurativo vanno considerati presumibilmente preponderanti. Ad essere determinante è piuttosto, e come sempre, la forza distintiva dei singoli elementi. Qualora, tuttavia, l'elemento figurativo rivesta semplicemente una funzione grafica subordinata essa può essere trascurata (Direttive, Parte 6, n. 6.3.3).
4. Nel caso in esame, il marchio opponente è un marchio verbale che si compone di un unico elemento, "TRAMO", riprodotto esclusivamente in caratteri maiuscoli.
5. Il segno impugnato è invece un marchio combinato composto da una parte verbale "Traemo" e da una parte figurativa. Il termine "Traemo" è riprodotto con la lettera iniziale maiuscola e le successive minuscole, in uno stile di caratteri moderno e leggermente arrotondato. La parola è posizionata all'interno di una forma rettangolare a modo di etichetta, con angoli arrotondati. Sebbene lo sfondo di questa etichetta sia di colore grigio, il marchio impugnato è stato registrato senza rivendicazione di colore ed è quindi protetto in tutte le gradazioni di colore possibili (cfr. Direttive, Parte 2, n. 3.2.1). Lo stile di caratteri e gli elementi grafici presenti nel marchio della parte resistente non hanno un impatto preponderante sull'impressione d'insieme in quanto quest'ultimi rivestono una mera funzione grafica subordinata e vengono percepiti come elementi puramente decorativi. Di conseguenza, alla luce di quanto esposto, nel presente caso i segni sono confrontati sulla base degli elementi verbali "TRAMO" (marchio opponente) e "Traemo" (marchio impugnato).
6. Sul piano visivo, i segni a raffronto si distinguono essenzialmente nella lettera aggiuntiva "E" in quarta posizione (TRAMO vs. TRA[E]MO) presente solo nel marchio impugnato. I segni concordano invece nella sequenza comune iniziale di lettere "TRA-" e in quella finale "-MO". Poiché l'inizio e la fine di una parola rimangono maggiormente impresse nella memoria, nella valutazione dell'effetto uditivo e di quello visivo questi elementi sono più rilevanti rispetto alle sillabe mediane (cfr. sentenza del tribunale amministrativo federale [TAF] B-1637/2015, consid. 4.1 con rinvii – FEMIBION [fig.] / FEMINABIANE, disponibile sul sito www.bvger.ch; TF in sic! 2021, 671, consid. 2.2 – CANTI / CANTIQUE). Il marchio opponente è interamente riprodotto in caratteri maiuscoli, mentre quello impugnato combina caratteri maiuscoli e minuscoli. A tal proposito va tuttavia ricordato che secondo la giurisprudenza, il fatto che il marchio opponente sia scritto in lettere alfabetiche maiuscole, mentre quello impugnato in lettere maiuscole e minuscole non ha alcun influsso (cfr. TAF B-4728/2014, consid. 5.3.1 - WINSTON / Wilson) dal momento che la scelta del maiuscolo o del minuscolo non influisce in genere sulla memorabilità dell'impressione d'insieme di un segno (cfr. TAF B-953/2013, consid. 2.3 - CIZELLO / SCIELO). Le coincidenze riscontrate all'inizio e alla fine dei segni, nonché nella loro struttura complessiva, portano a una similitudine visiva tra i marchi a confronto. La lettera "E" in posizione centrale, pur essendo un elemento differenziante, non assume una posizione prominente, né modifica significativamente l'impressione d'insieme del segno, che risulta pressoché invariata rispetto a quella suscitata dal marchio opponente.
7. Anche per quanto concerne l'aspetto uditivo, si riscontra un'esatta concordanza nelle, secondo costante giurisprudenza rilevanti, parti iniziali (TRA- // TRA-) e finali (-MO // -MO) dei segni in contrapposizione. Da un punto di vista fonetico, la differenza derivante dall'aggiunta, nel segno impugnato, di una sillaba aggiuntiva, ovvero la lettera "E", crea una lieve pausa sonora tra le lettere "A" e "M", non riscontrata nel segno impugnato. Tuttavia, in considerazione della struttura fonetica complessivamente simile, permane una marcata assonanza tra i segni a raffronto, che può essere facilmente percepita dal consumatore medio, soprattutto in condizioni di ascolto non ottimali, come in caso di pronuncia rapida o in ambienti rumorosi. Si riscontra pertanto anche una similitudine uditiva tra i marchi in opposizione. In tale contesto va osservato che è sufficiente che esista un rischio di confusione in una delle quattro lingue ufficiali (cfr. Direttive, Parte 6, n. 6.3.1).
8. Siccome il destinatario medio del marchio rielabora spesso inconsciamente nella mente quanto sente e legge, anche il senso può essere decisivo per l'impressione d'insieme di un marchio verbale. Oltre all'effettivo senso dei termini sono prese in considerazione le associazioni mentali che il segno suscita inevitabilmente. I sensi marcati che subito vengono alla mente sentendo o leggendo, dominano di regola

la memorabilità del consumatore. Se un marchio verbale presenta un tale senso che non si ritrova nell'altro marchio vi sono minori probabilità che il pubblico sia ingannato da un effetto uditivo o visivo simili (Direttive, Parte 6, n. 6.3.1).

9. Per quanto riguarda il significato semantico dei segni posti a raffronto, si osserva che il termine “tramo” è uno spagnolismo e può essere tradotto in lingua italiana con “tratto”, “rampa” (cfr. dizionario online PONS, consultabile su: <https://de.pons.com/text-%C3%BCbersetzung/spanisch-italienisch?q=tramo>, pagina consultata in data 25.08.2025). Quanto invece al termine “traemo”, che caratterizza il marchio impugnato, esso può essere interpretato come una forma verbale arcaica o irregolare del verbo spagnolo “traer”, che significa “portare” (cfr. dizionario online PONS, consultabile su: <https://de.pons.com/text-%C3%BCbersetzung/spanisch-italienisch?q=traemo>, ricerca effettuata in data 25.08.2025). Considerato che entrambi i termini costituenti i segni raffrontato, non appartengono né alle lingue d'esame nazionali contemplate né al vocabolario inglese di base (cfr. KLETT, Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, 3. edizione rivista, 2009, consultato il 25.08.2025), il pubblico di riferimento percepirà tali denominazioni come segni di fantasia, privi di qualsiasi aderenza concettuale. In quanto tali, non si può dunque ritenere che sussista tra i due marchi una differenza di senso suscettibile di compensare le forti similitudini riscontrate sul piano visivo e uditivo (cfr. III. C. 4 e 5 qui sopra).
10. Visto quanto precede, si constatano forti similitudini tra i segni a confronto e va ora esaminato se tali similitudini sono in grado di fondare un rischio di confusione.

D. Rischio di confusione

1. Il rischio di confusione ai sensi dell'art. 3 cpv. 1 lett. c LPM è dato se il segno posteriore pregiudica la funzione distintiva del marchio anteriore. Un pregiudizio di questo genere si verifica quando vi è il pericolo che le cerchie commerciali determinanti possano essere tratte in inganno dalla similitudine dei marchi e che i prodotti su cui figura uno dei due segni siano attribuiti al titolare del marchio sbagliato. In tale contesto non è tuttavia sufficiente una semplice possibilità remota di associazioni sbagliate ma è necessario un determinato grado di probabilità che il consumatore medio confonda il marchio (Direttive, Parte 6, n. 6.4.1).
2. L'esame del rischio di confusione tra due marchi non avviene sulla base di un raffronto astratto dei segni bensì in funzione del complesso delle circostanze del singolo caso. Il parametro impiegato ai fini della distinzione dipende da un lato dalla portata dell'ambito della similitudine di cui il titolare del marchio anteriore può rivendicare la protezione, e dall'altro dalle categorie di prodotti e servizi per cui sono registrati i marchi in questione.
3. Più i prodotti e i servizi per cui i marchi sono stati registrati si somigliano, più aumenta il rischio di confusione e più il segno posteriore deve differenziarsi da quello anteriore affinché tale rischio sia escluso, e viceversa. In questo contesto si parla d'interazione (Direttive, Parte 6, n. 6.5, con ulteriori rinvii). Nel caso in specie, essendoci identità tra i servizi impugnati in causa, s'impone una valutazione del rischio di confusione particolarmente rigorosa.
4. È inoltre rilevante sapere a quali cerchie di destinatari si rivolgono i prodotti e con quale grado di attenzione vengono acquistati i prodotti o presi in conto i servizi. La giurisprudenza parte dal presupposto che il consumo di “beni di massa di uso quotidiano” è caratterizzato da un grado di attenzione e di distinzione da parte dei consumatori ridotto rispetto al consumo di prodotti specifici, il cui mercato di vendita si limita a una cerchia più o meno ristretta di professionisti (Direttive, Parte 6, n. 6.6). I servizi qui rilevanti nel settore dei trasporti e dell'imballaggio e deposito di merci (classe 39) possono rivolgersi sia a consumatori medi che a professionisti specializzati, il che comporta un grado di attenzione normale (cfr. a tal proposito, ad esempio, le decisioni dell'IPI nei procedimenti di opposizione n. 102259, III. D. punto 2 – Scout24 [fig.] / Xscout24 [fig.] e n. 100536, III. E. punto 2 – UBER / Über den Tellerrand, consultabili nella guida all'esame dell'IPI, all'indirizzo <https://ph.ige.ch/ph>).

5. Il campo di protezione di un marchio è determinato dalla sua forza distintiva. L'ambito di similitudine protetto è minore per i marchi deboli rispetto a quelli forti. Per i marchi deboli una divergenza modesta permette già una differenziazione sufficiente (Direttive, Parte 6, n. 6.7).
6. Per quanto concerne la forza distintiva del marchio opponente, si osserva che si tratta di un segno di fantasia (cfr. III. C. n. 9 qui sopra); pertanto tale segno non possiede alcun significato descrittivo in relazione ai servizi rilevanti in causa. Di conseguenza, al marchio opponente vanno aggiudicati una forza distintiva e un campo di protezione normali.
7. Poiché i segni raffrontati sono rivendicati per servizi identici, il marchio impugnato deve distinguersi ancora più nettamente dal segno opponente (cfr. III. D. n. 3 qui sopra). Ciò non è riscontrabile nel presente caso. La prossimità fonetica è significativa, e anche visivamente la differenza ridotta a una singola lettera in posizione mediana appare minima (cfr. III. C. n. 6 e 7 qui sopra). Poiché i segni coincidono sia all'inizio che alla fine della parola, vi è un'elevata probabilità che la differenza nel corpo centrale dei segni passi inosservata. Si considera perciò che esista nella fattispecie il rischio che il consumatore sia indotto a confondere i segni contrapposti, anche tenuto conto del fatto che i servizi in questione siano presi in conto con un livello di attenzione medio.
8. L'opposizione nella procedura n. 104515 è quindi accolta e il marchio svizzero n. 825397 "Traemo ((fig.))" è revocato per tutti i servizi impugnati in classe 39, vale a dire "*Transportdienstleistungen; Verpackung und Lagerung von Waren*".

IV. Ripartizione delle spese

1. La tassa di opposizione resta all'IPI (art. 31 cpv. 3 LPM in combinazione con gli art. 1 ss. OTa-IPI e allegato all'art. 3 cpv. 1 OTa-IPI).
2. Nella decisione in merito all'opposizione, l'IPI statuisce se ed in quale misura le spese della parte vincente sono addossate alla parte soccombente (art. 34 LPM). Le spese di procedura sono di norma addossate alla parte soccombente e alla parte vincente viene solitamente accordata un'indennità di parte (ripetibili) (Direttive, Parte 1, n. 7.3.2.3).
3. Poiché le procedure di opposizione devono essere semplici, rapide ed economiche, secondo la prassi è accordata un'indennità di parte pari a CHF 1'200.00 per ogni scambio di allegati ordinato dall'Istituto (Direttive, Parte 1, n. 7.3.2.2).
4. L'opposizione è stata accolta integralmente. La procedura ha richiesto un solo scambio di allegati. Non vi sono motivi per cui si debba sviare dalla prassi citata. In applicazione dei criteri summenzionati, l'IPI considera ragionevole accordare CHF 1'200.00 a titolo di ripetibili. Alla parte resistente, quale parte soccombente, è inoltre addossato il rimborso della tassa di opposizione di CHF 800.00 alla parte opponente. La parte opponente ottiene quindi complessivamente un indennizzo di CHF 2'000.00.

Per questi motivi è

deciso:

1.

L'opposizione n. **104515** è accolta.

2.

Il marchio svizzero n. **825397 "Traemo ((fig.))"** è revocato per tutti i servizi impugnati in classe 39, ovvero "*Transportdienstleistungen; Verpackung und Lagerung von Waren*".

3.

La tassa di opposizione di CHF 800.00 resta all'Istituto.

4.

La controparte deve pagare alla parte opponente un'indennità di parte di CHF 2'000.00 (compreso il rimborso della tassa di opposizione).

5.

La presente decisione è notificata per iscritto alle parti.

Berna, 28 agosto 2025

Distinti saluti



Mara Stocker-Mosset

Indicazione dei rimedi giuridici:

La presente decisione può essere impugnata mediante ricorso presso il Tribunale amministrativo federale, Casella postale, 9023 San Gallo, entro 30 giorni dalla notifica. Il termine di ricorso è reputato osservato se il ricorso è consegnato al Tribunale amministrativo federale oppure, all'indirizzo di questo, a un ufficio postale svizzero o una rappresentanza diplomatica o consolare svizzera al più tardi l'ultimo giorno del termine (art. 21 cpv. 1 della Legge federale sulla procedura amministrativa [PA]). Gli atti scritti devono essere redatti in una lingua ufficiale svizzera, contenere le conclusioni, i motivi e l'indicazione dei mezzi di prova ed essere firmati. Dovranno inoltre essere allegati la decisione impugnata e i documenti adottati quali mezzi di prova, sempre che siano a disposizione del ricorrente (art. 52 cpv. 1 PA).