

## Asunto T-273/02

**Krüger GmbH & Co. KG**

**contra**

**Oficina de Armonización del Mercado Interior  
(marcas, dibujos y modelos) (OAMI)**

«Marca comunitaria — Procedimiento de oposición — Solicitud de marca denominativa comunitaria CALPICO — Marca nacional anterior CALYPSO — Artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) nº 40/94 — Derecho a ser oído»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Cuarta) de 20 de abril de 2005 . . . . . II - 1274

### Sumario de la sentencia

- 1. Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación relativos — Oposición del titular de una marca anterior idéntica o similar registrada para productos o servicios idénticos o similares — Riesgo de confusión con la marca anterior — Marcas denominativas CALPICO y CALYPSO [Reglamento (CE) nº 40/94/CE del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]*

2. *Marca comunitaria — Procedimiento de recurso — Salas de Recurso — Consideración de la Oficina como órgano administrativo — Derecho de las partes a un «proceso» equitativo — Inexistencia*

[Reglamento (CE) nº 40/94/CE del Consejo, arts. 60 a 62]

3. *Marca comunitaria — Resoluciones de la Oficina — Respeto del derecho de defensa — Alcance del principio*

[Reglamento (CE) nº 40/94/CE del Consejo, art. 73]

1. No existe riesgo de confusión para el consumidor medio alemán entre el signo denominativo CALPICO, cuyo registro como marca comunitaria se solicita para «aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas, en particular bebidas fisiológicamente funcionales (nutritivas); bebidas y zumos de frutas, así como bebidas a base de zumos de frutas; siropes y otros preparados para hacer bebidas» pertenecientes a las clases 29, 30 y 32 del Arreglo de Niza, y la marca denominativa CALYPSO, registrada anteriormente en Alemania para «polvos de frutas y preparados sin alcohol a base de frutas para hacer bebidas sin alcohol (todos ellos también en forma de productos instantáneos)» pertenecientes a la clase 32 de dicho Arreglo, en la medida en que, a pesar de que los productos designados por las marcas en conflicto son en parte idénticos y en parte muy similares, la diferencia gráfica y las claras diferencias fonética y conceptual entre las marcas en conflicto permiten descartar el riesgo de que el público pertinente las confunda, aun cuando el consumidor aludido no

preste ninguna atención particular a ellas.

(véanse los apartados 45, 54 y 55)

2. El derecho a un «proceso» equitativo, en el sentido del artículo 6, apartado 1, del Convenio Europeo de Derechos Humanos, no se aplica a las Salas de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos), ya que el procedimiento ante las Salas de Recurso no es de carácter jurisdiccional, sino administrativo.

(véase el apartado 62)

3. Si bien el derecho a ser oído, tal como aparece consagrado en el artículo 73, segunda frase, del Reglamento nº 40/94, sobre la marca comunitaria, se extiende a todos los elementos de hecho o de Derecho y a las pruebas que constituyen el fundamento de la resolución adoptada por la Oficina de Armonización del

Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos), no se aplica, sin embargo, a la posición final que la Administración decide adoptar.

(véase el apartado 65)