

Processo T-273/02

Krüger GmbH & Co. KG

contra

**Instituto de Harmonização do Mercado Interno
(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)**

«Marca comunitária — Processo de oposição — Pedido de marca nominativa comunitária CALPICO — Marca nacional anterior CALYPSO — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 40/94 — Direito de ser ouvido»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Quarta Secção) de 20 de Abril de 2005 II - 1274

Sumário do acórdão

- 1. Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos relativos de recusa — Oposição do titular de uma marca anterior idêntica ou semelhante registada para produtos ou serviços idênticos ou semelhantes — Risco de confusão com a marca anterior — Marcas nominativas CALPICO e CALYPSO
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 8.º, n.º 1, alínea b)]*

2. *Marca comunitária — Processo de recurso — Câmaras de Recurso — Qualificação enquanto administração do Instituto — Direito das partes a um «processo» equitativo — Inexistência*
(Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigos 60.º a 62.º)
3. *Marca comunitária — Decisões do Instituto — Respeito dos direitos de defesa — Alcance do princípio*
(Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 73.º)

1. Não existe, para o consumidor médio alemão, risco de confusão entre o sinal nominativo CALPICO, cujo registo enquanto marca comunitária é pedido para «águas minerais e gasosas e outras bebidas não alcoólicas, especialmente bebidas destinadas a uma utilização fisiológica; bebidas à base de fruta e sumos de fruta, bem como bebidas à base de sumos de fruta; xaropes e outras preparações para fazer bebidas» abrangidas pelas classes 29, 30 e 32 na aceção do Acordo de Nice, e a marca nominativa CALYPSO, registada anteriormente na Alemanha para «fruta em pó e preparações não alcoólicas à base de fruta para produzir bebidas não alcoólicas (todos estes produtos também sob a forma de produtos instantâneos)» abrangidas pela classe 32 do referido Acordo, na medida em que, apesar de os produtos designados pelas marcas em conflito serem parcialmente idênticos e parcialmente altamente semelhantes, a diferença visual e as claras diferenças fonética e conceptual entre as marcas em conflito permitem afastar, no espírito do público pertinente, qualquer risco de confusão entre essas marcas e isto mesmo que o consumidor visado não

preste uma atenção especial a destas últimas.

(cf. n.ºs 45, 54, 55)

2. Está excluída a aplicação às Câmaras de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) do direito a um «processo» equitativo na aceção do artigo 6.º, n.º 1, da Convenção Europeia dos Direitos do Homem, uma vez que o processo perante as Câmaras de Recurso não reveste natureza jurisdicional mas sim administrativa.

(cf. n.º 62)

3. Embora o direito de ser ouvido, como consagrado no artigo 73.º, segundo período, do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, seja extensivo a todos os elementos de facto ou de direito, bem como aos elementos de prova que constituem o fundamento do acto decisório do Instituto de Harmoni-
- zação do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos), todavia não se aplica à posição final que a administração tenciona adoptar.

(cf. n.º 65)