

**Asunto T-317/01**

**M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung  
und Informationssysteme mbH**

**contra**

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

«Marca comunitaria — Procedimiento de oposición — Solicitud de marca comunitaria denominativa M+M EURODATA — Marca denominativa anterior EURODATA TV — Motivo de denegación relativo — Riesgo de confusión — Artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) nº 40/94»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Segunda) de 30 de junio de 2004 . . . . . II - 1820

**Sumario de la sentencia**

- 1. Marca comunitaria — Observaciones de terceros y oposición — Examen de la oposición — Alcance — Similitud entre los productos y servicios de que se trata — Análisis que debe efectuarse en relación con la totalidad de los productos y servicios derivados del registro [Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]*

2. *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 «M+M EUROdATA» y «EURODATA TV»*  
 [Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]

1. En un procedimiento de oposición promovido sobre la base del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94, sobre la marca comunitaria, por el titular de una marca anterior, debe examinarse la posible semejanza entre los productos y servicios de que se trata mediante referencia a la lista de los productos y servicios registrados en relación con cada uno de los signos controvertidos. A este respecto, no puede tenerse en cuenta la utilización prevista de una marca cuyo registro se solicita en un sector o en un mercado determinado dado que tal registro no puede implicar limitación alguna en este sentido.

(véase el apartado 58)

signo verbal «M+M EUROdATA», cuyo registro como marca comunitaria se solicita para los servicios «investigación de mercado, análisis de mercado e investigación comercial, asesoramiento de empresas en materia de marketing y distribución» y «seminarios y otras actividades de perfeccionamiento en materia de marketing y distribución», incluidos en las clases 35 y 41, según lo previsto en el Arreglo de Niza, y la marca «EURODATA TV», registrada anteriormente en Francia y como marca internacional para los servicios «recopilación y suministro de información comercial y, más concretamente, encuestas y sondeos de opinión en el ámbito audiovisual», correspondientes a la clase 35, y en Irlanda para los servicios «recopilación y suministro de información comercial, investigación comercial; servicios de publicidad; asesoramiento y asistencia a empresas industriales o comerciales; preparación y suministro de estadísticas comerciales; estudios de marketing; investigación y análisis de mercado», incluidos en la clase 35, según lo previsto en el Arreglo de Niza.

2. No existe para el público al que se destinan los productos o servicios, formado por profesionales que pueden estar especialmente interesados en los signos de que se trata y atentos a ellos, ningún riesgo de confusión entre el

En efecto, si bien existe identidad entre los servicios a que se refiere la solicitud

de marca, comprendidos en la clase 35 y los protegidos por la marca anterior, comprendidos en esta misma clase, así como similitud entre los servicios a que se refiere la solicitud de marca incluidos en la clase 41, y los servicios protegidos por la marca anterior incluidos en la clase 35, las diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos controvertidos constituyen motivo sufi-

ciente para descartar la existencia de un riesgo de confusión en la percepción del público al que se destinan los servicios.

(véanse los apartados 52, 57, 60, 63, 74, 80 y 85)