

Causa T-317/01

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

contro

**Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno
(marchi, disegni e modelli) (UAMI)**

«Marchio comunitario — Opposizione — Domanda di marchio comunitario
denominativo M+M EUROdATA — Marchio denominativo anteriore EURODATA
TV — Impedimento relativo alla registrazione — Rischio di confusione —
Art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento (CE) n. 40/94»

Sentenza del Tribunale (Seconda Sezione) 30 giugno 2004 II - 1820

Massime della sentenza

- 1. Marchio comunitario — Osservazioni dei terzi e opposizione — Esame dell'opposizione — Portata — Somiglianza tra i prodotti e i servizi interessati — Analisi da effettuare in relazione alla totalità dei prodotti e servizi risultanti dalla registrazione [Regolamento (CE) del Consiglio n. 40/94, art. 8, n. 1, lett. b)]*

2. *Marchio comunitario — Definizione e acquisizione del marchio comunitario — Impedimenti relativi alla registrazione — Opposizione da parte del titolare di un marchio anteriore identico o simile registrato per prodotti o servizi identici o simili — Rischio di confusione con il marchio anteriore — Marchi denominativi «M+M EUROdATA» e «EURODATA TV»*

[Regolamento del Consiglio n. 40/94, art. 8, n. 1, lett. b)]

1. Nell'ambito di una procedura di opposizione avviata, sulla base dell'art. 8, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 sul marchio comunitario, dal titolare di un marchio anteriore, l'esame di un'eventuale somiglianza tra i prodotti e i servizi interessati deve essere operato con riferimento all'elenco dei prodotti e dei servizi registrati relativamente a ciascuno dei segni di cui trattasi. A tale riguardo, l'utilizzazione progettata, in un settore o su un mercato determinato, di un marchio la cui registrazione è richiesta non può essere presa in considerazione quando detta registrazione non è idonea a comportare una limitazione in tal senso.

(v. punto 58)

richiesta per i servizi «ricerca e analisi di mercato, ricerche commerciali, consulenza aziendale in materia di marketing e vendite» e «seminari e altri corsi di specializzazione riguardanti il marketing e la vendita», che rientrano nelle classi 35 e 41 ai sensi dell'Accordo di Nizza e il marchio «EURODATA TV», registrato anteriormente in Francia e in quanto marchio internazionale per i servizi «compilazione e fornitura di informazioni commerciali, e più in particolare inchieste e sondaggi di opinione nel settore audiovisivo», che rientrano nella classe 35, ed in Irlanda per i servizi «compilazione e fornitura di informazioni commerciali; inchieste commerciali; servizi pubblicitari; consulenza e assistenza presso imprese industriali o commerciali; preparazione e fornitura di statistiche commerciali; studi di marketing; ricerca e analisi di mercato», che rientrano anch'essi nella classe 35 ai sensi dell'Accordo di Nizza.

2. Non esiste, per il pubblico interessato composto di professionisti che possono essere particolarmente interessati e attenti ai segni di cui trattasi, rischio di confusione tra il segno denominativo «M+M EUROdATA», la cui registrazione come marchio comunitario è

Infatti, se esiste un'identità tra i servizi cui si riferisce la domanda di marchio

che rientra nella classe 35 e quelli tutelati dal marchio anteriore che rientrano in questa stessa classe nonché una somiglianza tra i servizi cui si riferisce la domanda di marchio che rientrano nella classe 41 e i servizi tutelati dal marchio anteriore che rientrano nella classe 35, le differenze visive, auditive e concettuali tra i segni di cui trattasi costituiscono un

motivo sufficiente per escludere l'esistenza di un rischio di confusione nella percezione del pubblico cui si rivolge il marchio.

(v. punti 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85)