

Processo T-317/01

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

contra

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

«Marca comunitária — Processo de oposição — Pedido de marca nominativa comunitária M+M EURODATA — Marca nominativa anterior EURODATA TV — Motivo relativo de recusa — Risco de confusão — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 40/94»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Segunda Secção) de 30 de Junho de 2004 II - 1820

Sumário do acórdão

- 1. Marca comunitária — Observações de terceiros e oposição — Exame da oposição — Alcance — Semelhança entre os produtos e serviços em causa — Análise a efectuar em relação à totalidade dos produtos e serviços resultante do registo [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 8.º, n.º 1, alínea b)]*

2. *Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos relativos de recusa — Oposição pelo 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 «M+M EUROdATA» e «EURODATA TV» [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 8.º, n.º 1, alínea b)]*

1. No âmbito de um processo de oposição intentado com fundamento no artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, sobre a marca comunitária, pelo titular de uma marca anterior, o exame de uma eventual semelhança entre os produtos e serviços em questão deve ser feito por referência à lista dos produtos e serviços registados a título de cada sinal em causa. A este respeito, a utilização pretendida, num sector ou num determinado mercado, de uma marca cujo registo é pedido não pode ser tomada em conta quando este registo não for susceptível de conter uma limitação nesse sentido.

(cf. n.º 58)

comercial, consultadoria empresarial na área do marketing e da distribuição» e «seminários e outras acções de formação contínua na área do marketing e da distribuição», que pertencem às classes 35 e 41 na acepção do Acordo de Nice, e a marca «EURODATA TV», registada anteriormente em França como marca internacional para os serviços de «compilação e fornecimento de informações comerciais, especialmente, inquéritos e sondagens de opinião no domínio audiovisual», da classe 35, e, na Irlanda, para os serviços de «compilação e fornecimento de informações comerciais; inquéritos comerciais; serviços de publicidade; consultadoria e assistência a empresas industriais ou comerciais; preparação e fornecimento de estatísticas comerciais; estudos de marketing; investigação e análise de mercado», igualmente pertencentes à classe 35 na acepção do Acordo de Nice.

2. Não existe, para o público-alvo composto por profissionais susceptíveis de estar particularmente interessados e atentos aos sinais em causa, risco de confusão entre o sinal nominativo «M+M EUROdATA», cujo registo como marca comunitária é pedido para os serviços de «estudos de mercado, análises de mercado e investigação no sector

Com efeito, embora exista identidade entre os serviços visados pelo pedido de

marca da classe 35 e os protegidos pela marca anterior pertencentes à mesma classe, bem como uma semelhança entre os serviços visados pelo pedido de marca da classe 41 e os serviços protegidos pela marca anterior pertencentes à classe 35, as diferenças visuais, fonéticas e conceituais entre os sinais em causa consti-

tuem motivos suficientes para afastar a existência de risco de confusão na percepção do público-alvo.

(cf. n.^{os} 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85)