

Cause riunite da T-350/04 a T-352/04

Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH

contro

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

«Marchio comunitario — Opposizione — Domanda di marchio comunitario denominativo BUD — Domande di marchi comunitari figurativi American Bud e Anheuser Busch Bud — Marchi nazionali denominativi e figurativi anteriori che contengono il termine “Bit” — Art. 8, nn. 1, lett. b), e 5, del regolamento n. 40/94»

Sentenza del Tribunale (Quinta Sezione) 19 ottobre 2006 II - 4258

Massime della sentenza

1. Marchio comunitario — Procedimento di ricorso

(Regolamento di procedura del Tribunale, artt. 44, n. 1, 46, 130, n. 1, 132, n. 1, e 135, n. 1, secondo comma)

II - 4255

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

1. In forza dell'art. 44, n. 1, del regolamento di procedura del Tribunale, applicabile in materia di proprietà intellettuale in conformità dell'art. 130, n. 1, e dell'art. 132, n. 1, di tale regolamento, l'atto introduttivo di un ricorso proposto contro l'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) deve indicare l'esposizione sommaria dei motivi dedotti. Se, a tale proposito, il testo dell'atto di ricorso può essere suffragato e completato in punti specifici con rinvii a determinati passi di atti che vi sono allegati, un rinvio globale ad altri scritti non può ovviare alla mancanza di elementi essenziali nell'argomentazione giuridica che, in forza delle disposizioni summenzionate, devono essere contenuti nell'atto di ricorso stesso.

sitati dinanzi all'Ufficio, è quindi irricevibile in quanto il rinvio globale che esso contiene non si ricollegli ai motivi e agli argomenti sviluppati nel controricorso stesso.

(v. punti 33-35)

Lo stesso vale per quanto riguarda il controricorso della controparte in un procedimento di opposizione dinanzi alla commissione di ricorso dell'Ufficio, interveniente dinanzi al Tribunale, in forza dell'art. 46 del regolamento di procedura, applicabile in materia di proprietà intellettuale in conformità all'art. 135, n. 1, secondo comma, di questo stesso regolamento. Tale controricorso, là dove rinvia agli scritti depo-

2. Per il consumatore medio tedesco non vi è rischio di confusione tra, da un lato, il marchio denominativo BUD e i segni figurativi American BUD e Anheuser Busch Bud, di cui richiede la registrazione come marchi comunitari per «Birra, ale, porter, bevande di malto alcoliche e analcoliche» che rientrano nella classe 32 dell'Accordo di Nizza, e, dall'altro, il marchio denominativo BIT e il marchio denominativo e figurativo Bit, registrati anteriormente in Germania rispettivamente per «birre; acque minerali e gassose e altre bevande analcoliche; bevande di frutta e succhi di frutta; sciroppi e altri preparati per fare bevande» e la «birra» rientranti nella medesima classe del citato accordo, e ciò

nonostante l'identità o la somiglianza dei prodotti in causa, neanche in caso di forte carattere distintivo dei marchi anteriori. Infatti, viste le notevoli differenze tra i marchi di cui trattasi e vista l'assenza di somiglianza concettuale fra loro:

- il marchio denominativo richiesto BUD e i marchi anteriori, pur presentando un debole grado di somiglianza visiva e auditiva, e
- i marchi figurativi richiesti e i marchi anteriori, pur presentando un debole grado di somiglianza auditiva,

sono complessivamente differenti.

Non vi è, a fortiori, rischio di confusione tra i marchi richiesti e i marchi denominativi e figurativi «Bitte ein Bit!» registrati anteriormente in Germania

rispettivamente, per «birra e bevande analcoliche» appartenenti alla classe 32 e per diversi prodotti appartenenti alle classi 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 32, 34 e 42 dell'Accordo di Nizza. Questi marchi tedeschi anteriori contengono, invero, elementi denominativi («bitte», «ein») e grafici («!») supplementari, nonché una grafica particolare rispetto ai marchi tedeschi anteriori contenenti l'elemento denominativo «bit». Così, sul piano visivo, i primi sono ancora più distanti dei secondi dai marchi richiesti. Peraltro, sul piano fonetico, quand'anche i marchi tedeschi anteriori Bitte ein Bit! possano essere ridotti nella pronuncia al termine «bit», la conclusione non sarebbe differente da quella relativa ai marchi tedeschi anteriori contenenti l'elemento denominativo «bit». Da un punto di vista concettuale, infine, non sono stati apportati al Tribunale elementi che consentono di ritenere che i marchi in causa presentino un qualsivoglia grado di somiglianza. Pertanto, valutati globalmente, i marchi richiesti e i marchi tedeschi anteriori Bitte ein Bit! non sono simili.

(v. punti 107, 109, 123-124)