

Processo T-34/04

Plus Warenhandelsgesellschaft mbH

contra

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

«Marca comunitária — Pedido de marca comunitária figurativa que inclui o elemento nominativo 'Turkish Power' — Marca nominativa anterior POWER — Processo de oposição — Risco de confusão eventual — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 40/94»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Quarta Secção) de 22 de Junho
de 2005 II - 2403

Sumário do acórdão

Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos relativos de recusa — Oposição do titular de uma marca anterior idêntica ou similar registada para produtos ou serviços idênticos ou similares — Risco de confusão com a marca anterior — Marca figurativa Turkish Power e marca nominativa POWER

[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 8.º, n.º 1, alínea b)]

Não existe, para público alemão, risco de confusão entre o sinal figurativo composto pelas duas palavras «Turkish» e «power» separadas por uma cabeça de leão a rugir de juba flamejante, cujo registo como marca comunitária é pedido para diferentes produtos que incluem «tabaco; artigos para fumadores, fósforos», abrangidos pela classe 34 na aceção do acordo de Nice, e a marca nominativa POWER registada anteriormente na Alemanha para «tabaco; artigos para fumadores, [...] fósforos», abrangidos pela mesma classe, uma vez que não se verifica que o elemento «power», comum aos dois sinais, constitui o componente dominante do sinal pedido, nem que determina a impressão geral que este último produz, ao ponto de permitir a caracterização de um risco de

confusão no espírito do público de referência, pelo que, atentas as diferenças existentes, além disso, entre os dois sinais em conflito nos planos visual, fonético e conceptual, e apesar da identidade dos produtos por estes designados e da presença do referido elemento nominativo comum, o público pertinente, avisado, que manifesta um grau de atenção elevado e fiel às suas marcas tradicionais, não é susceptível de crer que os produtos em causa provêm da mesma empresa ou, sendo o caso, de empresas economicamente ligadas.

(cf. n.ºs 49, 71-72)