

Processo T-390/03

CM Capital Markets Holding, SA
contra
Instituto de Harmonização do Mercado Interno
(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)

«Marca comunitária — Processo de oposição — Marca figurativa anterior que inclui a expressão ‘capital markets CM’ — Pedido de marca comunitária figurativa que inclui o elemento ‘CM’ — 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 (Terceira Secção) de 11 de Maio de 2005 II - 1701

Sumário do acórdão

Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos relativos de recusa — Oposição do titular de uma marca anterior idêntica ou semelhante registada para produtos ou serviços idênticos ou semelhantes — Risco de confusão com a marca anterior — Marcas figurativas CM e CAPITAL MARKETS CM

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

Não existe, para o público pertinente composto por consumidores espanhóis bastante atentos e avisados, risco de confusão entre o sinal figurativo, composto pela imagem de um quadrado de cor vermelha sobreposto por uma barra amarela no interior do qual estão inscritas as letras «C» e «M» de cor branca, cujo registo como marca comunitária é pedido para produtos e serviços incluídos nas classes 1 a 42 na acepção do Acordo de Nice, e a marca figurativa composta por dois elementos, a expressão «capital markets», escrita em letras pretas vulgares, por um lado, e as letras «C» e «M» sobrepostas, por outro, registada anteriormente em Espanha para serviços «gestão de negócios comerciais, administração comercial, trabalhos de escritório», «seguros, negócios financeiros, negócios monetários, negócios bancários, negócios imobiliários» e «serviços jurídicos, investigação científica e

industrial» incluídos, respectivamente, nas classes 35, 36, 38 e 42, na medida em que existe, é certo, uma identidade entre os serviços abrangidos pelas marcas em causa, mas que essas marcas não são nem visualmente nem conceptualmente semelhantes, sendo essas diferenças susceptíveis de neutralizar a semelhança fonética entre elas, e que, por outro, a marca anterior não apresenta carácter distintivo elevado. Esta conclusão é corroborada pelo facto de o público pertinente ser altamente especializado no domínio dos serviços em causa e, portanto, susceptível de manifestar um elevado grau de atenção ao escolher esses serviços.

(cf. n.ºs 64-67, 69)