

Asuntos acumulados T-350/04 a T-352/04

Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH

contra

**Oficina de Armonización del Mercado Interior
(Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI)**

«Marca comunitaria — Procedimiento de oposición — Solicitud de marca comunitaria denominativa BUD — Solicitudes de marcas comunitarias figurativas American Bud y Anheuser Busch Bud — Marcas nacionales denominativas y figurativas anteriores que incluyen el término “bit” — Artículo 8, apartados 1, letra b), y 5, del Reglamento (CE) nº 40/94»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Quinta) de 19 de octubre de 2006 II - 4258

Sumario de la sentencia

1. Marca comunitaria — Procedimiento de recurso

(Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia, arts. 44, ap. 1, 46, 130, ap. 1, 132, ap. 1, y 135, ap. 1, párr. 2)

2. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación relativos — Oposición del titular de una marca anterior idéntica o similar registrada para productos o servicios idénticos o similares*
 [Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]

1. En virtud del artículo 44, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia, aplicable en materia de propiedad intelectual en virtud de los artículos 130, apartado 1, y 132, apartado 1, de ese Reglamento, la demanda presentada en el marco de un recurso contra la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) debe contener una exposición sumaria de los motivos invocados. A este respecto, aunque el cuerpo de la demanda pueda confirmarse y completarse, en aspectos específicos, mediante remisiones a pasajes determinados de documentos adjuntos, una remisión global a otros escritos no puede paliar la falta de los elementos esenciales de la fundamentación jurídica que, con arreglo a las disposiciones anteriormente citadas, deben figurar en la propia demanda.

Con arreglo al artículo 46 del Reglamento de Procedimiento, aplicable en materia de propiedad intelectual, de conformidad con el artículo 135, apartado 1, párrafo segundo, de este Reglamento, lo mismo ocurre con el escrito de contestación de la otra parte de un procedimiento de oposición ante la Sala de Recurso de la Oficina, interviniente ante el Tribunal de Primera Instancia. Por tanto, dicho escrito de contestación,

al remitir a los escritos presentados ante la Oficina, es inadmisibile en la medida en que no es posible vincular la remisión global que contienen con los motivos y las alegaciones desarrollados en el propio escrito de contestación.

(véanse los apartados 33 a 35)

2. Para el consumidor medio alemán no existe riesgo de confusión entre, por una parte, la marca denominativa BUD y los signos figurativos American Bud y Anheuser Busch Bud —cuyo registro como marcas comunitarias se solicita para «Cerveza, ale, porter, bebidas de malta con y sin alcohol», pertenecientes a la clase 32 del Arreglo de Niza— y, por otra, la marca denominativa BIT y la marca denominativa y figurativa Bit —registradas anteriormente en Alemania, respectivamente, para «cervezas; aguas minerales y aguas con gas y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otros productos destinados a la preparación de bebidas» y la «cerveza», perteneciente a la misma clase del mencionado Arreglo—, a pesar de la identidad o la

similitud de los productos de que se trata, incluso si eventualmente las marcas anteriores gozaran de un carácter distintivo elevado. En efecto, dadas las notables diferencias que separan a las marcas controvertidas, así como la inexistencia de similitudes conceptuales entre ellas, son globalmente diferentes:

- a pesar de que la marca denominativa solicitada BUD y las marcas anteriores presentan un débil grado de similitud en los planos gráfico y fonético, y
- a pesar de que las marcas figurativas solicitadas y las marcas anteriores presentan un débil grado de similitud en el plano fonético.

A fortiori, no existe riesgo de confusión entre las marcas solicitadas y las marcas denominativas y figurativas «Bitte ein Bit!», registradas anteriormente en Alemania, respectivamente, para los productos «cerveza y bebidas sin alcohol», pertenecientes a la clase 32, y para diversos productos incluidos en las

clases 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 32, 34 y 42 del Arreglo de Niza. En efecto, dichas marcas alemanas anteriores están formadas por elementos denominativos («bitte», «ein») y gráficos («!») adicionales, así como por un grafismo particular en relación con las marcas alemanas anteriores que incluyen el elemento denominativo «bit». Así en el plano visual, las primeras se parecen menos a las marcas solicitadas que las segundas. Asimismo, en el plano fonético, y aun suponiendo que las marcas alemanas anteriores Bitte ein Bit! pudieran pronunciarse haciendo únicamente referencia al término «bit», la conclusión no sería diferente de la relativa a las marcas alemanas anteriores que incluyen el elemento denominativo «bit». Por último, desde el punto de vista conceptual, las partes no han presentado ante el Tribunal de Primera Instancia elementos que permitan considerar que las marcas en cuestión presentan algún grado de similitud. Por consiguiente, globalmente consideradas, las marcas solicitadas y las marcas alemanas anteriores Bitte ein Bit! no son similares.

(véanse los apartados 107, 109, 123 y 124)