

## Asunto T-40/03

**Julián Murúa Entrena**

**contra**

**Oficina de Armonización del Mercado Interior  
(marcas, dibujos y modelos) (OAMI)**

«Marca comunitaria — Solicitud de marca comunitaria figurativa que contiene el elemento denominativo “Julián Murúa Entrena” — Oposición del titular de la marca denominativa española e internacional MURÚA — Denegación de registro — Motivo de denegación relativo — Artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) nº 40/94 — Apellido»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Cuarta) de 13 de julio de 2005 . . . . . II - 2834

### Sumario de la sentencia

1. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Normas establecidas por la Directiva 89/104/CEE relativas a los efectos limitados de una marca nacional — Consideración en el procedimiento de registro de una marca constituida por un apellido — Exclusión*  
[Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo; Directiva 89/104/CEE del Consejo, art. 6, ap. 1, letra a)]

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 — Riesgo de confusión con la marca anterior — Marca solicitada compuesta por uno o varios apellidos — Apreciación del riesgo de confusión siguiendo los mismos criterios aplicables a los demás tipos de marcas*

*[Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]*

3. *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 — Riesgo de confusión con la marca anterior — Marca figurativa que contiene los vocablos «Julián Murúa Entrena» — Marca denominativa MURÚA*

*[Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]*

1. La disposición del artículo 6, apartado 1, letra a), de la Directiva 89/104, sobre marcas, que se refiere a las limitaciones del derecho conferido por una marca nacional a su titular, al impedir concretamente a este último que prohíba a los terceros el uso, en el tráfico económico, de su nombre y de su dirección, siempre que este uso se realice conforme a las prácticas leales en materia industrial o comercial, no puede tomarse en consideración en el marco del procedimiento de registro de una marca comunitaria que contiene uno o varios nombres de personas, puesto que no confiere a terceros el derecho de uso de su nombre o de su dirección como marca.
2. Un signo que contiene el nombre y apellidos de una persona física no puede registrarse como marca comunitaria cuando se enfrenta a un motivo de denegación de registro relativo, a raíz de la oposición del titular de una marca anterior.

En efecto, los criterios dirigidos a apreciar la existencia de un riesgo de confusión entre dicha marca comunitaria cuyo registro se ha solicitado y una marca anterior, en el sentido del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, a menos que dicho Reglamento disponga lo contrario, son

(véanse los apartados 45 y 46)

los mismos que los aplicables a los demás tipos de marcas.

(véanse los apartados 49 y 50)

3. Existe, para el público español, un riesgo de confusión entre el signo figurativo compuesto, en su parte superior, por un gráfico que representa una finca rústica rodeada de árboles y viñedos y, en su parte inferior, por escudos sobre los que aparece el vocablo «Julián Murúa Entrena» (percibidos como nombre y apellidos), cuyo registro como marca comunitaria se solicitó para «vinos» comprendidos en la clase 33 del Arreglo de Niza, y la marca denominativa

MURÚA (percibida como apellido), registrada anteriormente en España para «toda clase de vinos», comprendidos en la misma clase, en la medida en que, por un lado, los productos designados por las marcas en conflicto son idénticos y, por otro lado, los signos en conflicto son similares, al ser idénticos el elemento dominante del signo denominativo de la marca solicitada y el único elemento de la marca anterior; por lo que el consumidor medio español, cuando esté ante un producto que lleve la marca solicitada, puede atribuirle el mismo origen comercial que a un producto que lleve la marca anterior.

(véanse los apartados 76 y 78)