



## Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção)

8 de maio de 2014\*

«Recurso de decisão do Tribunal Geral — Marca comunitária — Processo de oposição — Pedido de registo da marca nominativa BIMBO DOUGHNUTS — Marca nominativa espanhola anterior DOGHNUTS — Motivos relativos de recusa — Regulamento (CE) n.º 40/94 — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b) — Avaliação global do risco de confusão — Posição distintiva autónoma de um elemento de uma marca nominativa composta»

No processo C-591/12 P,

que tem por objeto um recurso de uma decisão do Tribunal Geral nos termos do artigo 56.º do Estatuto do Tribunal de Justiça da União Europeia, interposto em 10 de dezembro de 2012,

**Bimbo SA**, com sede em Barcelona (Espanha), representada por C. Prat, advogado, e R. Ciullo, barrister,  
recorrente,

sendo as outras partes no processo:

**Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI)**,  
representado por A. Folliard-Monguiral e J. Crespo Carrillo, na qualidade de agentes,  
recorrido em primeira instância,

**Panrico SA**, com sede em Esplugues de Llobregat (Espanha), representada por D. Pellisé Urquiza,  
advogado,  
interveniente em primeira instância,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção),

composto por: R. Silva de Lapuerta, presidente de secção, J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot e A. Arabadjiev (relator), juízes,

advogado-geral: P. Mengozzi,

secretário: L. Hewlett, administradora principal,

vistos os autos e após a audiência de 7 de novembro de 2013,

ouvidas as conclusões do advogado-geral na audiência de 23 de janeiro de 2014,

profere o presente

\* Língua do processo: inglês.

## Acórdão

- 1 Com o seu recurso, a Bimbo SA (a seguir «Bimbo») pede a anulação do acórdão do Tribunal Geral da União Europeia, Bimbo/IHMI — Panrico (BIMBO DOUGHNUTS) (T-569/10, EU:T:2012:535, a seguir «acórdão recorrido»), através do qual foi negado provimento ao seu recurso destinado, a título principal, à revogação ou, a título subsidiário, à anulação da decisão da Quarta Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI) de 7 de outubro de 2010 (Processo R 838/2009-4), relativa a um processo de oposição entre a Panrico SA (a seguir «Panrico») e a Bimbo (a seguir «decisão controvertida»).

### Quadro jurídico

- 2 O Regulamento (CE) n.º 40/94 do Conselho, de 20 de dezembro de 1993, sobre a marca comunitária (JO 1994, L 11, p. 1), foi revogado e substituído pelo Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca comunitária (JO L 78, p. 1). Este último regulamento entrou em vigor em 13 de abril de 2009.
- 3 Sob a epígrafe «Motivos relativos de recusa», o artigo 8.º, n.º 1, do Regulamento n.º 40/94 dispunha:  
«Após oposição do titular de uma marca anterior, o pedido de registo de marca será recusado:  
[...]
- b) Quando, devido à sua identidade ou semelhança com a marca anterior e devido à identidade ou semelhança dos produtos ou serviços designados pelas duas marcas, exista risco de confusão no espírito do público do território onde a marca anterior está protegida; o risco de confusão compreende o risco de associação com a marca anterior.»

### Antecedentes do litígio

- 4 Os antecedentes do litígio estão resumidos como segue nos n.ºs 1 a 14 do acórdão recorrido:
  - «1 Em 25 de maio de 2006, a [Bimbo] apresentou ao [IHMI] um pedido de registo de marca comunitária, ao abrigo do Regulamento [n.º 40/94], conforme alterado [substituído pelo Regulamento n.º 207/2009].
  - 2 A marca cujo registo foi pedido é o sinal nominativo ‘BIMBO DOUGHNUTS’.
  - 3 Os produtos para os quais o registo foi pedido pertencem à classe 30 do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional dos Produtos e dos Serviços para o registo de marcas, de 15 de junho de 1957, conforme revisto e modificado, e correspondem à seguinte descrição: ‘Produtos de pastelaria e de padaria, em especial rosquinhas de massa’.
  - 4 O pedido de marca comunitária foi publicado no *Boletim de Marcas Comunitárias* n.º 42/2006, de 16 de outubro de 2006.
  - 5 Em 16 de janeiro de 2007, a [Panrico] deduziu oposição, nos termos do artigo 42.º do Regulamento n.º 40/94 (atual artigo 41.º do Regulamento n.º 207/2009), ao registo da marca controvertida para os produtos referidos no n.º 3 *supra*.

- 6 A oposição baseava-se em várias marcas nominativas e figurativas nacionais e internacionais anteriores. Baseava-se, designadamente, na marca nominativa espanhola DOGHNUTS, registada em 18 de junho de 1994 sob o n.º 1288926 para produtos da classe 30 e correspondentes à seguinte descrição ‘produtos e preparações de confeitaria e de pastelaria bem como produtos e preparações para doçaria e doces e guloseimas de todo o tipo; açúcar, chocolate, chá, cacau, café e seus sucedâneos; baunilha, essências bem como produtos e preparações para creme de caramelo e bolos, produtos alimentares à base de chocolate e de açúcar, gelados, açúcar candi, chocolates, rosquinhas de massa redonda, pastilhas elásticas e biscoitos’.
- 7 Os motivos invocados em apoio da oposição são os referidos no artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009 e no artigo 8.º, n.º 5, do mesmo regulamento.
- 8 Em 25 de maio de 2009, a Divisão de Oposição deferiu a oposição.
- 9 Em 24 de julho de 2009, a recorrente interpôs recurso da decisão da Divisão de Oposição para o IHMI, ao abrigo do disposto nos artigos 58.º a 64.º do Regulamento n.º 209/2009.
- 10 Na [decisão controvertida], a Quarta Câmara de Recurso [(a seguir ‘Câmara de Recurso’)] negou provimento ao recurso. Tal como a Divisão de Oposição, a Câmara de Recurso limitou-se a comparar a marca requerida com a marca nominativa espanhola anterior DOGHNUTS (a seguir ‘marca anterior’) e concluiu, nesta base, que existia um risco de confusão na aceção do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.
- 11 A Câmara de Recurso salientou que ‘doughnut’ é uma expressão inglesa que significa ‘[...] pequeno bolo mole em forma de anel grosso feito de massa’. De acordo com a Câmara de Recurso este termo não existe em espanhol, língua na qual os seus equivalentes seriam ‘dónut’ ou ‘rosquilla’. A Câmara de Recurso considerou que para o consumidor médio espanhol (à exceção dos que falam inglês), o termo ‘doughnut’ não descrevia os produtos em questão, nem as suas qualidades e não apresentava uma conotação especial em relação aos mesmos. De acordo com a Câmara de Recurso, o sinal anterior, tal como o sinal requerido, será entendido como um termo estrangeiro ou fantasista pela maioria dos consumidores.
- 12 Além disso, a Câmara de Recurso considerou que os sinais em questão eram semelhantes, na medida em que a marca anterior estava incorporada, de modo quase idêntico, na marca requerida. As marcas em questão revestiam um grau médio de semelhança visual e fonética. Não era possível uma comparação conceptual.
- 13 Os produtos visados pelas marcas em conflito eram idênticos. O caráter distintivo da marca anterior era médio.
- 14 A Câmara de Recurso concluiu que, tendo em conta o caráter distintivo médio da marca anterior, numa apreciação global do risco de confusão, em razão do grau médio de semelhança visual e fonética entre os sinais, existia um risco de confusão no espírito dos consumidores pertinentes relativamente a todos os produtos contestados, que foram considerados idênticos.»

### **Tramitação do processo no Tribunal Geral e acórdão recorrido**

- 5 A Bimbo interpôs um recurso destinado a obter, a título principal, a revogação da decisão controvertida ou, a título subsidiário, a sua anulação.
- 6 A Bimbo aduziu dois fundamentos para o seu pedido de anulação da decisão controvertida, o primeiro, relativo à violação dos artigos 75.º e 76.º do Regulamento n.º 207/2009 e, o segundo, relativo a uma violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), deste regulamento.

- 7 No acórdão recorrido, o Tribunal Geral declarou inadmissível o pedido de revogação da decisão controvertida e julgou improcedentes os fundamentos de anulação dessa decisão.

### **Pedidos das partes**

- 8 A Bimbo pede ao Tribunal de Justiça que anule o acórdão recorrido e a decisão controvertida, e que condene o IHMI nas despesas.
- 9 O IHMI pede ao Tribunal de Justiça que negue provimento ao presente recurso e condene a Bimbo nas despesas.
- 10 A Panrico pede ao Tribunal de Justiça que julgue as alegações admissíveis e procedentes, confirme o acórdão recorrido e condene a Bimbo nas despesas.

### **Quanto ao presente recurso**

- 11 A Bimbo aduziu um único fundamento de recurso, que se articula em duas partes e se baseia na violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.
- 12 Ora, uma vez que, no caso vertente, o pedido de registo da marca comunitária controvertida foi apresentado em 25 de maio de 2006 e que esta data é determinante para efeitos de identificação do direito material aplicável (v., neste sentido, despachos Shah/Three-N-Products Private, C-14/12 P, EU:C:2013:349, n.º 2, e DMK/IHMI, C-346/12 P, EU:C:2013:397, n.º 2), o presente litígio é regido, por um lado, pelas disposições processuais do Regulamento n.º 207/2009 e, por outro, pelas disposições materiais do Regulamento n.º 40/94.

### *Quanto à primeira parte do fundamento único*

#### Argumentos das partes

- 13 A Bimbo sustenta, desde logo, que, na interpretação que consta do n.º 97 do acórdão recorrido, o Tribunal Geral confundiu os conceitos de «caráter distintivo» e de «elemento totalmente desprovido de significado», por um lado, e de «posição distintiva autónoma», por outro. Ora, nem o caráter distintivo intrínseco nem o grau de significado de um elemento de uma marca composta podem ser confundidos com a posição distintiva deste último nessa marca. O termo «posição» sugere que se trata de um conceito que deve ser apreciado à luz das características dos outros elementos que constituem o sinal em questão.
- 14 Em seguida, o raciocínio do Tribunal Geral implica, no entender da Bimbo, que qualquer marca composta de dois elementos, um dos quais é uma marca de prestígio e o outro uma marca que possui caráter distintivo médio, sem significado especial para o público relevante, será considerada como constituída por dois elementos de posição distintiva autónoma. Ora, o Tribunal de Justiça tinha considerado que, habitualmente, o consumidor médio apreende uma marca como um todo, e só em casos especiais admitiu que não se pode excluir que um elemento de uma marca composta possa conservar uma posição distintiva autónoma no sinal composto em questão.
- 15 No mesmo sentido, o Tribunal de Justiça afirmou, no n.º 38 do acórdão Becker/Harman International Industries (C-51/09 P, EU:C:2010:368), que, numa marca composta, um apelido nem sempre conserva uma posição distintiva autónoma pelo simples motivo de ser entendido como um apelido. Com efeito, a constatação dessa posição só se pode basear num exame de conjunto dos fatores pertinentes do caso em análise.

- 16 Por último, a Bimbo salienta que, em seu entender, os conceitos de «conjunto unitário» e de «unidade lógica», utilizados pelo Tribunal Geral, não figuram na jurisprudência do Tribunal de Justiça. Se, com esses conceitos, o Tribunal Geral considerava que a marca composta inclui diferentes elementos «autónomos», tal não implicava que estes últimos ocupassem uma posição distintiva autónoma.
- 17 O IHMI e a Panrico contestam o mérito da argumentação da Bimbo. Em especial, o IHMI sustenta que a primeira parte do fundamento único invocado é inadmissível, uma vez que resulta do n.º 97 do acórdão recorrido que o Tribunal Geral se limitou a examinar o significado concreto do sinal cujo registo é pedido e que procedeu, portanto, a uma apreciação dos factos.

#### Apreciação do Tribunal de Justiça

- 18 No que toca à admissibilidade da primeira parte do fundamento único, importa realçar que a Bimbo censura o Tribunal Geral por ter confundido certos conceitos de direito, por ter ignorado a regra de acordo com a qual a posição distintiva autónoma de um elemento de uma marca composta só pode ser constatada a título excecional e por ter utilizado uma terminologia estranha à jurisprudência na matéria. Por conseguinte, contrariamente ao que pretende o IHMI, a Bimbo não se limitou a pedir ao Tribunal de Justiça uma nova apreciação dos factos, mas censurou o Tribunal Geral por ter cometido erros de direito. Daqui decorre que esta parte do fundamento é admissível.
- 19 Quanto ao mérito, há que recordar que, de acordo com jurisprudência constante, constitui um risco de confusão, na aceção do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, o risco de que o público possa acreditar que os produtos ou serviços em causa provêm da mesma empresa ou, eventualmente, de empresas ligadas economicamente (v. acórdãos IHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, n.º 33, e Nestlé/IHMI, C-193/06 P, EU:C:2007:539, n.º 32).
- 20 A existência de um risco de confusão no espírito do público deve ser apreciada globalmente, tendo em consideração todos os fatores pertinentes do caso concreto (v., neste sentido, acórdãos SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, n.º 22; IHMI/Shaker, EU:C:2007:333, n.º 34; e Nestlé/IHMI, EU:C:2007:539, n.º 33).
- 21 A apreciação global do risco de confusão deve, no que respeita à semelhança visual, fonética ou conceptual das marcas em causa, basear-se na impressão de conjunto por elas produzida, atendendo, em especial, aos seus elementos distintivos e dominantes. A perceção das marcas que o consumidor médio tem da categoria de produtos ou serviços em causa desempenha um papel determinante na apreciação global do referido risco. A este respeito, o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo, e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades (v., neste sentido, acórdãos SABEL, EU:C:1997:528, n.º 23; IHMI/Shaker, EU:C:2007:333, n.º 35; e Nestlé/IHMI, EU:C:2007:539, n.º 34).
- 22 A apreciação da semelhança entre duas marcas não se pode limitar a ter em consideração apenas um componente de uma marca complexa e a compará-lo com outra marca. Pelo contrário, é necessário operar tal comparação mediante o exame das marcas em causa, cada uma delas considerada no seu conjunto (acórdão IHMI/Shaker, EU:C:2007:333, n.º 41).
- 23 A impressão de conjunto produzida na memória do público relevante por uma marca complexa pode, em determinadas circunstâncias, ser dominada por um ou vários dos seus componentes. Todavia, só se todos os outros componentes da marca forem negligenciáveis é que a apreciação da semelhança pode depender unicamente do componente dominante (acórdãos IHMI/Shaker, EU:C:2007:333, n.ºs 41 e 42, e Nestlé/IHMI, EU:C:2007:539, n.ºs 42, 43 e jurisprudência referida).

- 24 A este propósito, o Tribunal de Justiça precisou que não está de modo algum excluído que uma marca anterior, utilizada por um terceiro num sinal composto que compreenda a denominação da empresa desse terceiro, possa conservar uma posição distintiva autónoma no sinal composto. Por conseguinte, deve admitir-se que, para efeitos da constatação de um risco de confusão, basta que, dada a posição distintiva autónoma conservada pela marca anterior, o público atribua igualmente ao titular dessa marca a origem dos produtos ou dos serviços abrangidos pelo sinal composto (acórdão Medion, C-120/04, EU:C:2005:594, n.ºs 30 e 36, e despacho Perfetti Van Melle/IHMI, C-353/09 P, EU:C:2011:73, n.º 36).
- 25 No entanto, um elemento de um sinal composto não conserva essa posição distintiva autónoma se esse elemento formar, juntamente com o ou os elementos do sinal, uma unidade com um sentido diferente relativamente ao sentido dos referidos elementos considerados isoladamente (v., neste sentido, despacho ecoblue/IHMI e Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, C-23/09 P, EU:C:2010:35, n.º 47; acórdão Becker/Harman International Industries, EU:C:2010:368, n.ºs 37 e 38; e despacho Perfetti Van Melle/IHMI, EU:C:2011:73, n.ºs 36 e 37).
- 26 No caso em apreço, o Tribunal Geral declarou, nos n.ºs 79 e 81 do acórdão recorrido, que, mesmo admitindo que o elemento «bimbo» ocupasse uma posição dominante na marca para a qual é pedido o registo, o elemento «doughnuts» não é negligenciável na impressão de conjunto produzida pela mesma marca e devia, por conseguinte, ser tomado em consideração na comparação das marcas em conflito.
- 27 No n.º 97 desse acórdão, o Tribunal Geral especificou que, uma vez que o elemento «doughnuts» é totalmente desprovido de significado para o público relevante, este elemento não formava com o outro elemento do sinal, considerados conjuntamente, uma unidade com um sentido diferente relativamente aos referidos elementos considerados isoladamente. Assim, o Tribunal Geral concluiu que o elemento «doughnuts» conservava uma posição distintiva autónoma na marca para a qual é pedido o registo e devia, por conseguinte, ser tomado em consideração na apreciação global do risco de confusão.
- 28 No n.º 100 do acórdão recorrido, o Tribunal Geral declarou que, atendendo a todos os fatores pertinentes do caso em apreço, a apreciação global confirmava a conclusão da Câmara de Recurso, segundo a qual existia um risco de confusão.
- 29 Assim, o Tribunal Geral não concluiu pela existência de um risco de confusão a partir da simples constatação de que o elemento «doughnuts» ocupa, na marca pedida, uma posição distintiva autónoma, mas deduziu-a de uma apreciação global que inclui diferentes etapas do exame que resultam da jurisprudência recordada nos n.ºs 19 a 25 do presente acórdão e no quadro da qual teve em consideração os fatores pertinentes no caso em apreço. Deste modo, aplicou corretamente o artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.
- 30 Esta conclusão não é infirmada pelos outros argumentos aduzidos pela Bimbo.
- 31 Na medida em que a Bimbo censura o Tribunal Geral, antes de mais, por ter utilizado, no n.º 97 do acórdão recorrido, os conceitos de «caráter distintivo» e de «elemento totalmente desprovido de significado», importa realçar que o Tribunal Geral se limitou, neste aspeto, a julgar improcedentes os pedidos da Bimbo, que se destinavam a estabelecer que, pelo facto de o elemento «doughnuts» não ter caráter distintivo, não devia ser tido em conta na apreciação do risco de confusão.
- 32 Assim, o Tribunal Geral completou a sua apreciação que consta do n.º 81 do acórdão recorrido, segundo a qual o referido elemento não era negligenciável na impressão de conjunto produzida pela marca para a qual é pedido o registo e devia, por conseguinte, ser tomado em consideração na comparação das marcas em conflito. Ao fazê-lo, o Tribunal Geral não confundiu, de modo algum, os conceitos em causa.

- 33 Em seguida, na medida em que a Bimbo alega que o Tribunal Geral violou a regra segundo a qual a verificação de uma posição distintiva autónoma de um elemento do sinal composto constitui uma exceção que deve ser devidamente justificada relativamente à regra geral segundo a qual o consumidor apreende normalmente uma marca como um todo, há que salientar que o exame da existência ou não de uma posição distintiva autónoma de um dos elementos de um sinal composto visa determinar quais dos referidos elementos são apreendidos pelo público interessado.
- 34 Com efeito, como realçou o advogado-geral nos n.ºs 25 e 26 das suas conclusões, em cada caso individual, há que determinar, mediante, designadamente, uma análise dos componentes de um sinal e do seu peso relativo na perceção do público interessado, a impressão de conjunto produzida pelo sinal para o qual é pedido o registo na memória do referido público, e proceder, em seguida, à luz dessa impressão de conjunto e de todos os fatores pertinentes do caso em apreço, à apreciação do risco de confusão.
- 35 Ora, por um lado, a determinação dos elementos de um sinal composto que contribuem para a impressão de conjunto produzida por esse sinal na memória do público interessado é feita previamente à apreciação global do risco de confusão dos sinais em causa. Essa apreciação deve ser baseada na impressão de conjunto produzida pelas marcas em conflito, dado que o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades, como foi recordado no n.º 21 do presente acórdão. Por conseguinte, não há que considerar que se trata de uma exceção que deva ser devidamente justificada relativamente a essa regra geral.
- 36 Por outro lado, importa salientar que a apreciação individual de cada sinal, como é exigida pela jurisprudência constante do Tribunal de Justiça, deve ser feita em função das circunstâncias específicas do caso em apreço e não pode, por conseguinte, ser considerada sujeita a presunções gerais. Como realçou o advogado-geral no n.º 24 das suas conclusões, resulta em especial da jurisprudência posterior ao acórdão Medion (EU:C:2005:594) que o Tribunal de Justiça não introduziu, nesse acórdão, uma derrogação aos princípios que regem a apreciação do risco de confusão.
- 37 Por último, no que toca à argumentação resumida no n.º 16 do presente acórdão, há que concluir que as expressões «conjunto unitário» e «unidade lógica», usadas pelo Tribunal Geral no n.º 97 do acórdão recorrido, correspondem à de «unidade com um sentido diferente», utilizada pelo Tribunal de Justiça na jurisprudência recordada no n.º 25 do presente acórdão.
- 38 Resulta das considerações precedentes que a apreciação feita pelo Tribunal Geral não enferma dos erros de direito alegados pela Bimbo e que, por conseguinte, a primeira parte do fundamento único invocado deve ser julgada improcedente.

#### *Quanto à segunda parte do fundamento único*

##### Argumentos das partes

- 39 A Bimbo entende, antes de mais, que o Tribunal Geral baseou a constatação da existência de um risco de confusão na presunção segundo a qual o elemento «doughnuts» ocupa uma posição distintiva autónoma, sem ter tomado em conta todos os outros fatores específicos do caso em apreço.
- 40 Assim, o Tribunal Geral não teve em conta que a marca para a qual foi pedido o registo é caracterizada pelo seu primeiro elemento, «bimbo», gozando a marca de grande prestígio em Espanha relativamente aos produtos para os quais foi pedido o registo dessa marca. O Tribunal Geral também não salientou que a marca anterior não possui um carácter distintivo elevado ou especial e que o termo «doughnuts» não estava reproduzido de modo idêntico na marca para a qual foi pedido o registo.

- 41 Em seguida, a Bimbo alega que a força de uma marca de prestígio, que é o primeiro elemento da marca composta, permite normalmente evitar que a impressão global por esta produzida seja apreendida pelo público relevante no sentido de atribuir a proveniência dos produtos em questão ao titular da marca anterior ou a empresas ligadas economicamente.
- 42 Assim, segundo a Bimbo, para poder concluir pela existência de um risco de confusão entre as marcas em conflito, o Tribunal Geral devia justificar as razões pelas quais, excecionalmente, no caso em apreço, a marca para a qual é pedido o registo, à luz da impressão de conjunto que produz no público relevante, criaria um risco de confusão.
- 43 Por último, a Bimbo entende que, na apreciação do risco de confusão, o Tribunal Geral não teve devidamente em conta a circunstância segundo a qual, contrariamente aos usos no setor comercial em causa no processo que deu origem ao acórdão Medion (EU:C:2005:594), é pouco habitual, no setor da panificação, celebrar acordos comerciais ou associar-se para oferecer produtos.
- 44 O IHMI e a Panrico contestam a argumentação da Bimbo.

#### Apreciação do Tribunal de Justiça

- 45 Antes de mais, como realçou o advogado-geral nos n.ºs 37 a 42 das suas conclusões, atendendo ao raciocínio que consta, designadamente, dos n.ºs 91 a 100 do acórdão recorrido, o Tribunal Geral não pode ser censurado por ter deduzido automaticamente o risco de confusão entre os sinais em conflito da constatação de uma posição distintiva autónoma do elemento «doughnuts» na marca para a qual é pedido o registo.
- 46 Com efeito, resulta desses números que o Tribunal Geral efetuou uma apreciação global do risco de confusão e que tomou em consideração, para esse fim, os fatores específicos do caso em apreço. Além disso, essa apreciação baseia-se num exame pormenorizado, nos n.ºs 52 a 89 do acórdão recorrido, de todos os elementos suscitados pela Bimbo e, em especial, no prestígio dessa marca. A argumentação apresentada a este propósito por essa sociedade perante o Tribunal de Justiça decorre, assim, de uma leitura errada do acórdão recorrido e, por este motivo, não pode ser acolhida.
- 47 Em seguida, atendendo às constatações efetuadas nos n.ºs 33 e 34 do presente acórdão, a argumentação resumida nos n.ºs 41 e 42 do mesmo decorre de uma interpretação errada da jurisprudência pertinente e deve, por este motivo, ser julgada improcedente.
- 48 Por último, quanto à argumentação da Bimbo resumida no n.º 43 do presente acórdão, basta constatar, como o IHMI alega acertadamente, que a mesma foi suscitada pela primeira vez no Tribunal de Justiça e, por isso, em conformidade com jurisprudência constante, deve ser declarada inadmissível.
- 49 Daqui decorre que a segunda parte do fundamento único invocado pela Bimbo deve ser rejeitada, em parte, por ser inadmissível e, em parte, por ser improcedente.
- 50 Consequentemente, há que julgar improcedente o fundamento único do presente recurso e negar provimento a este último.

#### Quanto às despesas

- 51 Por força do disposto no artigo 184.º, n.º 2, do Regulamento de Processo do Tribunal de Justiça, se o recurso da decisão do Tribunal Geral for julgado improcedente, o Tribunal de Justiça decide sobre as despesas. Por força do disposto no artigo 138.º, n.º 1, desse regulamento, aplicável ao processo de recurso de decisão do Tribunal Geral nos termos do seu artigo 184.º, n.º 1, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido.

52 Tendo a Bimbo sido vencida e o IHMI e a Panrico pedido a sua condenação, há que condená-la nas despesas.

Pelos fundamentos expostos, o Tribunal de Justiça (Segunda Secção) decide:

- 1) **É negado provimento ao recurso.**
- 2) **A Bimbo SA é condenada nas despesas.**

Assinaturas