

Asunto T-36/01

Glaverbel

contra

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

«Marca comunitaria — Reglamento (CE) n° 40/94 — Motivo aplicado a la superficie de los productos — Motivo de denegación absoluto — Carácter distintivo — Derecho a ser oído»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Segunda) de 9 de octubre de 2002 II-3891

Sumario de la sentencia

1. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Signos que pueden constituir una marca — Motivo aplicado a la superficie de un producto — Requisito — Carácter distintivo*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo, art. 7, ap. 1, letra b)]

2. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación absolutos — Marcas carentes de carácter distintivo — Signos que consisten en un motivo aplicado a la superficie de un producto — Carácter distintivo — Criterios de apreciación*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo, art. 7, ap. 1, letra b)]
3. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación absolutos — Marcas carentes de carácter distintivo — Motivo aplicado a la superficie de un producto*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo, art. 7, ap. 1, letra b)]
4. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Apreciación del carácter registrable de un signo — Consideración únicamente de la normativa comunitaria — Registro anterior de la marca en determinados Estados miembros — Decisiones no vinculantes para las instancias comunitarias*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo]
5. *Marca comunitaria — Resoluciones de la Oficina — Legalidad — Examen por el juez comunitario — Criterios*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo]
6. *Marca comunitaria — Procedimiento de recurso — Resolución del recurso — Ejercicio de las competencias del examinador por la Sala de Recurso — Obligación de respetar el derecho de defensa*
[Reglamento (CEE) n° 40/94 del Consejo, arts. 38, ap. 3, 62, ap. 1, y 73]

1. Con arreglo al Reglamento n° 40/94, un motivo aplicado a la superficie de un producto puede constituir una marca comunitaria, en la medida en que sea adecuado para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otra. No obstante, la aptitud general de una categoría de signos para constituir una marca no implica que los signos pertenecientes a esa categoría tengan necesariamente carácter distintivo con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento antes citado, en relación

con un producto o un servicio determinado.

(véanse los apartados 19 y 20)

2. Si bien es cierto que el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, sobre la marca comunitaria, a cuyo tenor debe denegarse el registro de «las marcas que carezcan de carácter distintivo», no distingue entre los signos de naturaleza distinta, la percepción del público pertinente no es necesariamente la misma en el caso de un signo que consiste en un motivo aplicado a la superficie de un producto que en el caso de una marca denominativa o gráfica, que consiste en un signo independiente del aspecto de los productos que designa. En efecto, si bien el público está acostumbrado a percibir, inmediatamente, las marcas denominativas o gráficas como signos identificadores del origen comercial del producto, no puede afirmarse lo mismo cuando el signo se confunde con el aspecto exterior del productor para el que se solicita.

Además, en la medida en que el público pertinente percibe el signo como una indicación del origen comercial del producto, el hecho de que ese signo cumpla varias funciones simultáneas no influye en su carácter distintivo.

(véanse los apartados 23 y 24)

sobre la marca comunitaria se denegará el registro de «las marcas que carezcan de carácter distintivo». En relación, al respecto, con el registro solicitado para los productos correspondientes a las clases 11, 19 y 21 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, de un motivo que resulta de aplicar, en la superficie de una placa de cristal, pequeños trazos repetidos hasta el infinito, cualquiera que sea la superficie de la placa, éste carece de carácter distintivo en el sentido de la citada disposición.

En efecto, el signo solicitado no permitirá que el consumidor lo reconozca como signo distintivo cuando haya de adoptar una decisión ulterior con motivo de una adquisición de los productos de que se trate en la medida en que se confunde con el aspecto exterior del propio producto y no contiene ningún elemento específico que pueda llamar la atención inmediata del consumidor, como indicación del origen comercial del producto puntualizándose que las cualidades relativas a complejidad y fantasía del motivo parecen obedecer más bien a un acabado estético o decorativo que a la necesidad de servir de indicación del origen comercial de los productos, del mismo modo que la impresión, inestable, que produce el producto no constituye un elemento concreto que pueda memorizar el consumidor.

3. A tenor del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94,

(véanse los apartados 28 a 31 y 37)

4. El régimen comunitario de marcas es un sistema autónomo, cuya aplicación es independiente de todo sistema nacional. Por consiguiente, el registro de un signo como marca comunitaria sólo debe apreciarse sobre la base de la normativa comunitaria pertinente, de manera que la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) y, en su caso, el juez comunitario, no quedan vinculados por las resoluciones adoptadas en algunos Estados miembros, por las que se admite el carácter registrable de ese mismo signo como marca.
6. Con arreglo al artículo 62, apartado 1, del Reglamento n° 40/94, sobre la marca comunitaria, las Salas de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) pueden en la medida en que han detectado un error en la apreciación realizada por el examinador ya sea ejercer las competencias de éste, o bien devolverle el asunto para que le de cumplimiento.

(véase el apartado 34)

5. Las resoluciones de las Salas de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) relativas al registro de un signo como marca comunitaria se basan en la aplicación del Reglamento n° 40/94. En consecuencia, procede apreciar la legalidad de las resoluciones de la Salas de Recurso únicamente sobre la base de dicho Reglamento, tal como lo ha interpretado el juez comunitario y no sobre la base de una práctica decisoria anterior de dichas Salas.

(véase el apartado 35)

De ello se deduce que, en la medida en que la Sala de Recurso opta por no devolver el asunto al examinador, ostenta las mismas competencias y esta sujeta a las mismas obligaciones que éste, en particular, la de no poder denegar una solicitud hasta que el solicitante haya podido presentar sus observaciones, conforme a los artículos 38, apartado 3, y 73 del Reglamento n° 40/94.

(véanse los apartados 46 y 47)