



Recopilación de la Jurisprudencia

Asunto T-584/10

Mustafa Yilmaz

contra

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

«Marca comunitaria — Procedimiento de oposición — Solicitud de marca comunitaria figurativa TEQUILA MATADOR HECHO EN MEXICO — Marcas denominativas anteriores, nacional e internacional, MATADOR — Motivo de denegación relativo — Inexistencia de riesgo de confusión — Inexistencia de similitud entre los productos — Artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) n° 207/2009»

Sumario — Sentencia del Tribunal General (Sala Segunda) de 3 de octubre de 2012

1. *Marca comunitaria — Procedimiento de registro — Retirada, limitación y modificación de la solicitud de marca — Solicitud de limitación de la lista de productos o servicios — Modalidades*

[Reglamento (CE) n° 207/2009 del Consejo, art. 43, ap. 1; Reglamento (CE) n° 2868/95 de la Comisión, art. 1, regla 13]

2. *Marca comunitaria — Procedimiento de recurso — Recurso ante el juez de la Unión — Competencia del Tribunal General — Control de la legalidad de las resoluciones adoptadas por las Salas de Recurso — Consideración por el Tribunal de fundamentos de hecho y de Derecho no invocados anteriormente ante la Oficina — Exclusión*

[Reglamento (CE) n° 207/2009 del Consejo, art. 65]

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 — Similitud entre los productos o servicios de que se trata — Criterios de apreciación*

[Reglamento (CE) n° 207/2009 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]

4. *Marca comunitaria — Resoluciones de la Oficina — Principio de igualdad de trato — Principio de buena administración — Práctica decisoria anterior de la Oficina*

5. *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 TEQUILA MATADOR HECHO EN MEXICO — Marcas denominativas, nacional e internacional, MATADOR*

[Reglamento (CE) n° 207/2009 del Consejo, art. 8, ap. 1, letra b)]

6. *Marca comunitaria — Resoluciones de la Oficina — Legalidad — Práctica decisoria anterior de la Oficina — Principio de no discriminación — Irrelevancia*

1. Véase el texto de la resolución.

(véase el apartado 19)

2. Véase el texto de la resolución.

(véase el apartado 33)

3. Véase el texto de la resolución.

(véase el apartado 43)

4. Véase el texto de la resolución.

(véanse los apartados 59 y 60)

5. A los ojos del consumidor europeo medio no existe riesgo de confusión en el sentido del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 207/2009, sobre la marca comunitaria, entre, por un lado, la marca figurativa TEQUILA MATADOR HECHO EN MEXICO, cuyo registro como marca comunitaria se solicita para «Tequila originario de México, cócteles alcohólicos que contienen tequila originario de México y licores de tequila originarios de México» incluidos en la clase 33 del Arreglo de Niza, y, por otro lado, la marca denominativa MATADOR, registrada anteriormente en Alemania y posteriormente como marca internacional con efectos en numerosos países europeos para «Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas sin alcohol; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas» pertenecientes a la clase 32 de dicho Arreglo.

Habida cuenta de todos los factores pertinentes que caracterizan la relación de los productos entre sí, tal como fueron examinados en los apartados 63 a 69 de la sentencia del Tribunal de 18 de junio de 2008, Coca-Cola/OAMI — San Polo (MEZZOPANE), T-175/06, debe considerarse que la cerveza y el vino no son similares en el sentido del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 207/2009.

Las diferencias existentes entre los productos que han de compararse en el caso de autos, por todos los factores pertinentes que caracterizan su relación, son más claras y significativas que las existentes entre la cerveza y el vino, observadas por el Tribunal en dicho asunto, de manera que estas diferencias hacen todavía más improbable que el público pertinente pueda creer que una misma empresa fabrica y comercializa simultáneamente ambos tipos de bebidas.

En particular, si bien los productos que han de compararse en el caso de autos pertenecen a la misma categoría general de bebidas, y más concretamente a la de bebidas alcohólicas, se distinguen, en particular, en cuanto a sus ingredientes de base, su método de producción, su color, olor y sabor, de manera que el consumidor pertinente considerará que poseen una naturaleza diferente. Normalmente estos productos no se exponen en los mismos estantes de la sección dedicada a las bebidas de los supermercados u otros puntos de venta. En cuanto a su uso, una diferencia importante reside en el hecho de que la cerveza quita la sed, cosa que normalmente no sucede con las bebidas alcohólicas designadas por la marca solicitada. Si bien es cierto que estos productos pueden consumirse en los mismos lugares y en las mismas circunstancias y satisfacer una misma necesidad, por ejemplo, saborear una bebida durante una comida o un aperitivo, no lo es menos que estos productos no pertenecen a la misma familia de bebidas alcohólicas y que el consumidor percibirá que se trata de productos distintos, tal como puso de manifiesto el Tribunal en el apartado 66 de la sentencia MEZZOPANE respecto de la cerveza y el vino.

La existencia de cócteles alcohólicos que mezclan la cerveza y otros alcoholes, en particular, el tequila, no hace desaparecer las diferencias entre los productos mencionados en el apartado anterior puesto que esta circunstancia se da con numerosas bebidas que no por ello son similares.

Esta misma circunstancia tampoco convierte a los productos de que se trata en productos complementarios debido a los motivos expuestos en el apartado 67 de la sentencia MEZZOPANE. En efecto, los productos complementarios son aquellos entre los que existe una estrecha conexión, en el sentido de que uno es indispensable o importante para el uso del otro. En el caso de autos las bebidas alcohólicas designadas por la marca solicitada no son ni indispensables ni importantes para el uso de la cerveza ni viceversa. Por otro lado, no existe ningún elemento en los autos que permita concluir que el comprador de uno de esos productos esté especialmente predispuesto a comprar el otro.

En cuanto al carácter competidor de los productos de que se trata, el Tribunal considera que es claramente inferior al que el Tribunal percibió entre la cerveza y el vino en el apartado 68 de la sentencia MEZZOPANE. En efecto, el reconocimiento por parte del Tribunal de una cierta relación de competencia entre el vino y la cerveza en el apartado 68 de la sentencia MEZZOPANE, se basó en el hecho de que, según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia relativa a ámbitos distintos del de la marca comunitaria, el vino y la cerveza satisfacen en cierta medida necesidades idénticas, de manera que debía admitirse que existía entre dichos productos cierto grado de sustitución. No obstante, el Tribunal de Justicia precisó, tal como había observado igualmente el Tribunal General, que, habida cuenta de las grandes diferencias de calidad y, por lo tanto, de precio existentes entre los vinos, la relación de competencia determinante entre la cerveza, bebida popular de gran consumo, y el vino debía establecerse con los vinos más asequibles al gran público que, en general, son los más ligeros y los más baratos. Ahora bien, las bebidas alcohólicas designadas por la marca solicitada son, en general, considerablemente menos ligeras y sensiblemente más caras que los «vinos más asequibles al gran público», de manera que la apreciación del Tribunal de Justicia no puede extrapolarse al presente asunto.

(véanse los apartados 49, 51 y 54 a 57)

6. Véase el texto de la resolución.

(véanse los apartados 61 y 62)