

**Recurso de casación interpuesto el 15 de diciembre de 2015 por The Tea Board contra la sentencia del Tribunal General (Sala Octava) dictada el 2 de octubre de 2015 en el asunto T-626/13: The Tea Board/Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)**

**(Asunto C-675/15 P)**

(2016/C 106/17)

Lengua de procedimiento: inglés

### Partes

Recurrente: The Tea Board (representantes: M.C. Maier, A. Nordemann, Rechtsanwälte)

Otras partes en el procedimiento: Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos), Delta Lingerie

### Pretensiones de la parte recurrente

La recurrente solicita al Tribunal de Justicia que:

- Anule la sentencia recurrida dictada por el Tribunal General el 2 de octubre de 2015 en el asunto T-626/13 en la medida en que el Tribunal General desestimó su recurso con respecto a los siguientes servicios designados por la marca solicitada en las clases 35 y 38:

*Servicios de asesoría de negocios para la creación y la explotación de puntos de venta al por menor y de centrales de compra para la venta al por menor y la publicidad; servicios de promoción de ventas (para terceros), publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, publicidad en línea en una red informática, distribución de material publicitario (folletos, prospectos, periódicos gratuitos, muestras), servicios de suscripción a periódicos para terceros; Informaciones o informes de negocios; organización de exposiciones y de acontecimientos con fines comerciales o de publicidad, agencia de publicidad, alquiler de espacios publicitarios, publicidad radiofónica, televisada, patrocinio publicitario (clase 35).*

*Telecomunicaciones, transmisión de mensajes y de imágenes asistida por ordenador, servicios de teledifusión interactiva relativos a la presentación de productos, comunicación por terminales informáticos, comunicación (transmisión) por redes informáticas globales, abiertas o cerradas (Clase 38).*

- Devuelva el asunto al Tribunal General si es necesario.
- Condene en costas a la demandada.

### Motivos y principales alegaciones

1. El recurso de casación tiene por objeto la anulación parcial de la sentencia del Tribunal General de 2 de octubre de 2015 dictada en el asunto T-626/13 en la medida en que el Tribunal General desestimó el recurso con respecto a los servicios designados por la marca controvertida en las clases 35 y 38.
2. El recurso de casación se basa en dos motivos: infracción del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento sobre la marca comunitaria (en lo sucesivo, «RMC») <sup>(1)</sup> e infracción del artículo 8, apartado 5, del RMC.
3. La recurrente sostiene que la función esencial de una marca comunitaria colectiva conforme al artículo 66, apartado 2, del RMC, consistente en indicaciones que sirven para señalar la procedencia geográfica de los productos designados, no es servir de indicación de la procedencia comercial, sino únicamente garantizar la procedencia colectiva de los productos o servicios ofrecidos y vendidos con la marca, es decir, que los productos proceden de una empresa situada en la región geográfica adoptada como marca comunitaria colectiva y que está legitimada para usar la marca comunitaria colectiva.

4. Por tanto, en opinión de la recurrente, debe concluirse que, en el marco del artículo 8, apartado 1, letra b), del RMC, la procedencia geográfica debe tenerse en cuenta como factor pertinente tanto para apreciar la similitud de los productos o servicios en cuestión como para efectuar una apreciación global del riesgo de confusión.
5. Por consiguiente, al comparar los productos y servicios de una marca comunitaria colectiva anterior conforme al artículo 66, apartado 2, del RMC, consistente en una indicación geográfica, con los de una marca comunitaria individual, no es decisivo, según la recurrente, la cuestión de si los productos o servicios en cuestión son similares con respecto a su naturaleza, finalidad, usuarios finales y/o canales de distribución. Antes bien, debe determinarse si los productos y/o servicios en cuestión pueden tener la misma procedencia geográfica.
6. La interpretación que hace la recurrente del artículo 66, apartado 2, del RMC resulta de:
  - 1) La lógica interna del Reglamento n.º 207/2009, en particular que:
    - i. el artículo 66, apartado 2, del RMC constituye una excepción en el Reglamento n.º 207/2009, por cuanto, según el artículo 7, apartado 1, letra c), del RMC, se denegará el registro de las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la procedencia geográfica del producto o de la prestación del servicio.
    - ii. conforme al artículo 67, apartado 2, del RMC, las normas que regulan el uso de una marca comunitaria colectiva consistente en una indicación geográfica deben permitir que *cualquier* persona cuyos bienes o servicios proceden de la zona geográfica de que se trate se convierta en miembro de la asociación titular de la marca, por lo que una marca comunitaria colectiva consistente en una indicación geográfica *nunca* puede distinguir los bienes o servicios de los miembros de la asociación titular de la marca de los bienes y servicios de otras empresas.
  - 2) Una interpretación de esa disposición a la luz del Reglamento n.º 1151/2012 <sup>(2)</sup> y del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), según la cual las indicaciones geográficas deben tener un alto nivel de protección y según la cual debe estar prohibida la presentación de los productos que indique o sugiera que el producto en cuestión procede de una zona geográfica distinta del lugar de origen real, de modo que induzca al público a error en cuanto al *origen geográfico* del producto.
7. La recurrente opina que las cualidades determinadas por el Tribunal General en relación con DARJEELING también pueden aplicarse a servicios como los servicios de asesoría de negocios o los servicios de telecomunicaciones y que pueden reforzar el poder de atracción de la marca controvertida a este respecto. Además, la recurrente señala que el Tribunal General no motivó adecuadamente en su sentencia por qué las cualidades asociadas con la marca DARJEELING no podían aplicarse a los servicios de las clases 35 y 38, extremo que por sí mismo constituye un error de Derecho.

<sup>(1)</sup> Reglamento (CE) n.º 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO L 78, p. 1).

<sup>(2)</sup> Reglamento (EU) n.º 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios (DO L 343, p. 1).

**Recurso de casación interpuesto el 15 de diciembre de 2015 por The Tea Board contra la sentencia del Tribunal General (Sala Octava) dictada el 2 de octubre de 2015 en el asunto T-627/13: The Tea Board/Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)**

**(Asunto C-676/15 P)**

(2016/C 106/18)

*Lengua de procedimiento: inglés*

**Partes**

*Recurrente:* The Tea Board (representantes: M.C. Maier, A. Nordemann, Rechtsanwälte)

*Otras partes en el procedimiento:* Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos), Delta Lingerie