SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Segunda)
de 16 de septiembre de 2004 *

En el asunto C-329/02 P,

que tiene por objeto un recurso de casación interpuesto con arreglo al artículo 56 del Estatuto del Tribunal de Justicia,

presentado el 12 de septiembre de 2002,

SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH, con domicilio social en Maguncia (Alemania) representada por el Sr. R. Schneider, Rechtsanwalt, que designa domicilio en Luxemburgo,

parte recurrente,

y en el que la otra parte en el procedimiento es:

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, dibujos y modelos) (OAMI), representada por el Sr. D. Schennen, en calidad de agente, que designa domicilio en Luxemburgo,

parte demandada en primera instancia,

* Lengua de procedimiento: alemán.

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Segunda),

integrado por el Sr. C.W.A. Timmermans, Presidente de Sala, los Sres. J.-P. Puissochet (Ponente) y R. Schintgen, y las Sras. F. Macken y N. Colneric, Jueces;

Abogado General: Sr. F.G. Jacobs;
Secretario: Sr. H. von Holstein, Secretario adjunto;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 8 de enero de 2004;

consideradas las observaciones presentadas por las partes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 11 de marzo de 2004;

dicta la siguiente

Sentencia

1 Mediante su recurso de casación, SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH (en lo sucesivo, «recurrente») solicita la anulación de la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas de 2 de julio de 2002, SAT.1/OAMI (SAT.2) (T-323/00, Rec. p. II-2839; en lo sucesivo, «sentencia recurrida»), en la que éste desestimó su recurso en la medida en que declaró que la Sala Segunda de Recurso de

la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (en lo sucesivo, «OAMI») no había infringido el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1) ni violado el principio de igualdad de trato al denegar, mediante su resolución de 2 de agosto de 2000 (asunto R 312/1999-2) (en lo sucesivo, «resolución controvertida»), el registro como marca comunitaria del sintagma «SAT.2» para los servicios que, en la solicitud de registro, guardan relación con la difusión por satélite.

Marco jurídico

2 A tenor del artículo 4 del Reglamento:

«Podrán constituir marcas comunitarias todos los signos que puedan ser objeto de una representación gráfica, en particular las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, la forma del producto o de su presentación, con la condición de que tales signos sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas.»

3 El artículo 7 del Reglamento dispone:

«1. Se denegará el registro de:

a) los signos que no sean conformes al artículo 4;

b) las marcas que carezcan de carácter distintivo;

c) las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio;

[...]

2. El apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Comunidad.

3. Las letras b), c) y d) del apartado 1 no se aplicarán si la marca hubiera adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicite el registro, un carácter distintivo como consecuencia del uso que se ha hecho de la misma.»

4 A tenor del artículo 12 del Reglamento:

«El derecho conferido por la marca comunitaria no permitirá a su titular que prohíba a un tercero hacer uso, en el tráfico económico:

[...]

b) de indicaciones relativas a la especie, a la calidad, a la cantidad, al destino, al valor, a la procedencia geográfica, a la época de producción del producto o de la prestación del servicio o a otras características de éstos;

[...]

siempre que ese uso se realice conforme a las prácticas leales en materia industrial o comercial.»

5 El artículo 38, apartado 1, del Reglamento establece:

«Si en virtud del artículo 7 el registro de la marca no fuere procedente para la totalidad o para parte de los productos o de los servicios para los cuales se solicite la marca comunitaria, la solicitud se desestimará para los productos o los servicios afectados.»

Los hechos que originaron el litigio

6 El 15 de abril de 1997, la recurrente solicitó a la OAMI el registro como marca comunitaria del sintagma «SAT.2» para distintos productos comprendidos en las clases 3, 9, 14, 16, 18, 20, 25, 28, 29 y 30 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de los Productos y Servicios para el Registro de Marcas, de 15 de junio de 1957, revisado y modificado, así como para ciertos servicios comprendidos en las clases 35, 38, 41 y 42 de dicho Arreglo.

7 Dado que dicha solicitud fue denegada mediante resolución del examinador de la OAMI de 9 de abril de 1999, en lo tocante a los servicios comprendidos en las clases 35, 38, 41 y 42, la recurrente interpuso un recurso ante la OAMI.

8 Mediante la resolución controvertida la Sala Segunda de Recurso de la OAMI desestimó dicho recurso, por considerar que lo dispuesto en el artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento se oponía al registro del sintagma «SAT.2» para los servicios comprendidos en dichas clases.

Procedimiento ante el Tribunal de Primera Instancia y sentencia recurrida

9 Mediante demanda presentada en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 16 de octubre de 2000, la recurrente interpuso un recurso de anulación de la resolución controvertida.

10 Mediante la sentencia recurrida el Tribunal de Primera Instancia acogió el recurso, pero sólo parcialmente.

11 Por una parte, puso de relieve que la Sala Segunda de Recurso de la OAMI no se había pronunciado sobre las pretensiones de la recurrente relativas a los servicios consignados en la solicitud de registro comprendidos en la clase 35. En consecuencia, anuló la resolución controvertida en esta medida.

12 Por otra parte, en lo que atañe a los servicios comprendidos en las clases 38, 41 y 42, el Tribunal de Primera Instancia anuló la resolución controvertida, pero únicamente en la parte en que denegó el registro del sintagma «SAT.2» para los servicios comprendidos en dichas clases que se enumeran en el apartado 42 de la sentencia recurrida.

13 Para pronunciar esta anulación, el Tribunal de Primera Instancia acogió, en primer lugar, el motivo de la recurrente en el que se alegaba que la resolución controvertida se había basado indebidamente en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento. Fundándose en el significado pertinente de la marca, determinado no sólo partiendo de los diversos elementos de que consta, sino también de su significado global, y tomando en consideración únicamente las características de los productos o servicios que puede tener en cuenta el público al que van destinados al efectuar su elección, el Tribunal de Primera Instancia consideró que el sintagma «SAT.2» no era descriptivo respecto a los servicios comprendidos en las clases 38, 41 y 42, con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento. Estimó en efecto que dicho sintagma no designaba ninguna característica específica de tales servicios que pudiera ser tenida en cuenta por el público pertinente al efectuar su elección.

14 En cambio, por lo que respecta a una parte de los servicios comprendidos en las clases 38, 41 y 42, el Tribunal de Primera Instancia desestimó el motivo de la recurrente en el que se alegaba que la resolución controvertida no podía denegar el registro del sintagma «SAT.2» basándose en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento. Declaró en efecto que, habida cuenta de sus elementos constitutivos, dicho sintagma carecía de carácter distintivo, con arreglo a dicha disposición, en lo que respecta a los servicios que, en la solicitud de registro, están relacionados con la difusión por satélite, es decir, en lo que respecta a los servicios mencionados en el apartado 3 de la sentencia recurrida que no figuran en la relación contenida en el apartado 42 de dicha sentencia.

15 Por último, el Tribunal de Primera Instancia desestimó el motivo en el que la recurrente alegaba que la denegación de registro del sintagma de que se trata violaba el principio de igualdad de trato, por cuanto la OAMI había acordado el registro como marcas comunitarias de algunos signos que, a su juicio, eran totalmente similares.

El recurso de casación

16 La recurrente solicita al Tribunal de Justicia que anule la sentencia recurrida en la parte que el Tribunal de Primera Instancia desestimó las demás pretensiones que había formulado ante él y condene en costas a la OAMI.

17 La OAMI solicita al Tribunal de Justicia que desestime el recurso de casación y condene en costas a la recurrente.

Alegaciones de las partes

18 Mediante su primer motivo, la recurrente sostiene que la interpretación que hizo el Tribunal de Primera Instancia del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento adolece de un error de Derecho por dos razones.

19 Alega así que, por una parte, contrariamente a lo que señaló el Tribunal de Primera Instancia en el apartado 36 de la sentencia recurrida, esta disposición no persigue un objetivo de interés general que exige que los signos a que se refiere puedan ser libremente utilizados por todos. Su finalidad consiste, en realidad, en permitir al consumidor o al usuario final distinguir sin confusión posible el origen de los productos o de los servicios, según la concepción de la función principal de la marca defendida por el legislador comunitario y el Tribunal de Justicia. A su juicio, el Tribunal de Primera Instancia recurrió de este modo a un criterio que es pertinente, no a efectos del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento, sino a efectos de lo dispuesto en las letras c) y e) de dicho apartado, y, en consecuencia, no analizó con precisión cómo podía el sintagma controvertido cumplir esta función de la marca.

20 Por otra parte, la recurrente sostiene que, tras recordar acertadamente que para apreciar el posible carácter distintivo del sintagma «SAT.2» debía examinarse la impresión de conjunto que produce dicho signo en los consumidores de que se trate, el Tribunal de Primera Instancia no aplicó correctamente este método de análisis en el asunto objeto de examen. En efecto, dicho Tribunal desglosó el sintagma en sus elementos constitutivos para sustentar su denegación de registro. Ahora bien, tal fraccionamiento no está en consonancia con la forma en que los consumidores aprecian e interpretan la marca cuando la perciben. Además, según la recurrente, el Tribunal de Primera Instancia basó erróneamente la falta de carácter distintivo en la circunstancia de que el sintagma estaba formado por elementos corrientemente utilizados en el comercio para la presentación de los servicios de que se trata, siendo así que este tipo de elementos sólo puede tomarse en consideración a efectos de aplicar el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento.

21 La OAMI contesta a este motivo que el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento persigue un objetivo de interés general que consiste en garantizar la libre utilización de los signos de que se trata. La jurisprudencia del Tribunal de Justicia demuestra, a su juicio, que los motivos de denegación previstos en el artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento persiguen efectivamente tal objetivo, ya que impiden que los signos no distintivos gocen de la protección que confiere el registro como marca.

22 La OAMI suscribe la argumentación de la demandante según la cual el sintagma de que se trata debe apreciarse en su conjunto, y por carácter distintivo debe entenderse la aptitud de una marca para identificar los productos y los servicios que designa según su origen. Estima, no obstante, que el sintagma «SAT.2» carece de carácter distintivo por cuanto está formado por elementos no distintivos combinados de manera habitual, y que el Tribunal de Primera Instancia no infringió el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento en la apreciación que realizó en este sentido. Además, a su juicio la sentencia recurrida en modo alguno confundió los ámbitos de aplicación respectivos de esta disposición y del artículo 7, apartado 1, letra c), de dicho Reglamento. Afirma que tampoco adolece de contradicción, dado que el Tribunal de Primera Instancia podía señalar, sin incurrir en un error de Derecho, que el sintagma no era descriptivo en el sentido de lo dispuesto en la letra c) y que, a pesar de ello, no era en consecuencia distintivo con arreglo a lo dispuesto en la letra b).

Apreciación del Tribunal de Justicia

23 En primer lugar, la función esencial de la marca es garantizar al consumidor o al usuario final la identidad de origen del producto o servicio que designa, permitiéndole distinguir sin confusión posible dicho producto o servicio de los que tienen otra procedencia (véanse, en particular, las sentencias de 23 de mayo de 1978, Hoffmann-La Roche, 102/77, Rec. p. 1139, apartado 7, y de 18 de junio de 2002, Philips, C-299/99, Rec. p. I-5475, apartado 30). Por ello, el objetivo del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento es impedir el registro de las marcas que carecen de carácter distintivo, único que les permite cumplir dicha función esencial.

24 En segundo lugar, para determinar si un signo tiene un carácter que permite registrarlo como marca, es preciso situarse en la perspectiva del público pertinente. Cuando los productos o los servicios a los que se refiere la solicitud de registro se destinan a todos los consumidores, debe estimarse que el público pertinente es el constituido por el consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz (sentencias de 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, apartado 26, y de 6 de mayo de 2003, Libertel, C-104/01, Rec. p. I-3793, apartado 46).

25 En tercer lugar, procede recordar que cada uno de los motivos de denegación de registro enumerados en el artículo 7, apartado 1, del Reglamento es independiente de los demás y exige un examen por separado. Además, es preciso interpretar dichos motivos de denegación a la luz del interés general subyacente en cada uno de ellos. El interés general tomado en consideración al examinar cada uno de dichos motivos de denegación puede, e incluso debe, reflejar distintas consideraciones, en función del motivo de denegación de que se trate (sentencia de 29 de abril de 2004, Henkel/OAMI, asuntos acumulados C-456/01 P y C-457/01 P, Rec. p. I-5089, apartados 45 y 46).

26 En lo que atañe al registro como marca de un color por sí solo, sin delimitación espacial, el Tribunal de Justicia ya declaró, en la sentencia de 6 de mayo de 2003, Libertel, antes citada, apartado 60, que el objeto del interés general subyacente en el artículo 3, apartado 1, letra b), de la Directiva 89/104/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, Primera Directiva relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO 1989, L 40, p. 1), disposición idéntica al artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento, consiste en la necesidad de que no se restrinja indebidamente la disponibilidad de los colores para los demás operadores que ofrecen productos o servicios del mismo tipo que aquellos para los que se solicita el registro.

27 Por lo demás, teniendo en cuenta el alcance de la protección que el Reglamento confiere a las marcas, resulta patente que el interés general subyacente en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento no se diferencia de la función esencial de la marca, reiterada en el apartado 23 de la presente sentencia.

28 Por último, tratándose de una marca compuesta por palabras o por una palabra y una cifra, como la que es objeto del litigio, su eventual carácter distintivo puede examinarse, en parte, respecto a cada uno de sus términos o de sus elementos, considerados aisladamente, pero, en cualquier caso, debe depender del examen del conjunto que integran. En efecto, la mera circunstancia de que cada uno de tales elementos, considerado aisladamente, carezca de carácter distintivo no excluye que la combinación que forman pueda poseer un carácter distintivo (véanse, por analogía, las sentencias de 12 de febrero de 2004, Campina Melkunie, C-265/00, Rec. p. I-1699, apartados 40 y 41, y Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec. p. I-1619, apartados 99 y 100).

29 Pues bien, en el presente litigio, la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento efectuada por el Tribunal de Primera Instancia revela una interpretación incorrecta de dicha disposición.

30 En efecto, en primer lugar, aunque el Tribunal de Primera Instancia señaló acertadamente, en el apartado 39 de la sentencia recurrida, que, para apreciar el carácter distintivo de una marca compleja procedía examinarla en su conjunto, en realidad no basó su decisión en tal examen.

31 En primer lugar, en el apartado 41 de la sentencia recurrida, el Tribunal de Primera Instancia consideró que la OAMI había demostrado suficientemente con arreglo a Derecho que, en las lenguas alemana e inglesa, el elemento «SAT» consistía en la abreviatura habitual de la palabra «satélite» y que, como abreviatura, este término no se apartaba de las normas léxicas de dichas lenguas. En el mismo apartado de la sentencia recurrida estimó, además, que dicho elemento designaba una característica de la mayoría de los servicios de que se trata, característica que podía ser tenida en cuenta por el público pertinente al efectuar su elección, a saber, la relación entre dichos servicios y la difusión por satélite. Partiendo de estas apreciaciones, cuya revisión no corresponde al Tribunal de Justicia en un recurso de casación, excepto en el caso de que impliquen una desnaturalización de los documentos obrantes en autos, el Tribunal de Primera Instancia consideró que el elemento «SAT» carecía de carácter distintivo en relación con estos mismos servicios.

32 En segundo lugar, el Tribunal de Primera Instancia señaló en los apartados 46 y 47 de la sentencia recurrida, respectivamente, mediante apreciaciones que tampoco están sujetas al control del Tribunal de Justicia en un recurso de casación, salvo en caso de desnaturalización, que el elemento «2» y el elemento «.» se utilizaban corrientemente en el comercio o podían ser utilizados para la presentación de los servicios de que se trata y que, por ello, tales elementos carecían de carácter distintivo.

33 De estas apreciaciones dedujo, en el apartado 49 de la sentencia recurrida, que «con carácter general [...] el hecho de que una marca compleja [como "SAT.2"] sólo esté compuesta por elementos carentes de carácter distintivo permite llegar a la conclusión de que tal marca, considerada en su conjunto, también puede ser corrientemente utilizada, en el comercio, para la presentación de los productos o servicios de que se trate».

34 Por último, en los apartados 49 y 50 de la sentencia recurrida, el Tribunal de Primera Instancia consideró que tal conclusión sólo podría desvirtuarse en el supuesto de que indicios concretos como, en particular, la manera inhabitual en que se combinan los distintos elementos, denotaran que la marca compleja representaba algo más que la suma de los elementos que la forman. El Tribunal de Primera Instancia estimó que el sintagma «SAT.2» estaba compuesto de la forma habitual y que «carece de pertinencia la alegación de la demandante de que la marca solicitada, considerada en su conjunto, está dotada de un elemento de fantasía».

35 De los apartados 31 a 34 de la presente sentencia se desprende que el Tribunal de Primera Instancia valoró la existencia de carácter distintivo en el sintagma «SAT.2» recurriendo esencialmente a un análisis por separado de cada uno de sus elementos. Para ello se basó en la presunción de que unos elementos que aisladamente carecen de carácter distintivo no pueden quedar revestidos de tal carácter una vez combinados y no, como debería haber hecho, en la percepción global de dicho sintagma por parte del consumidor medio. Sólo examinó la impresión de conjunto producida por el sintagma de manera subsidiaria, negando toda pertinencia a ciertos aspectos, como la existencia de un elemento de fantasía, que deben tomarse en consideración en dicho análisis.

36 En segundo lugar, la sentencia recurrida se sustenta en la utilización de un criterio en virtud del cual no es posible registrar las marcas que pueden utilizarse corrientemente en el comercio para presentar los productos o los servicios de que se trate. Este criterio es pertinente a efectos del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento, pero no es el criterio con arreglo al cual debe interpretarse lo dispuesto en la letra b) de dicho apartado. Al estimar, en particular en el apartado 36 de la sentencia recurrida, que esta última disposición perseguía un objetivo de interés general, que exige que los signos a que se refiere puedan ser libremente utilizados por todos, el Tribunal de Primera Instancia no tomó en consideración el criterio de interés público a que se refieren los apartados 25 a 27 de la presente sentencia.

37 En estas circunstancias, la recurrente sostiene fundadamente que la sentencia recurrida adolece de un error de Derecho en la interpretación del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento.

38 De cuanto precede resulta, sin necesidad de examinar el otro motivo del recurso de casación relativo a la violación del principio de igualdad de trato, que la sentencia recurrida debe ser anulada en la medida en que el Tribunal de Primera Instancia declaró que la Sala Segunda de Recurso de la OAMI no había infringido el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento al denegar, mediante la resolución controvertida, el registro como marca comunitaria del sintagma «SAT.2» para los servicios que, en la solicitud de registro, están relacionados con la difusión por satélite, es decir, los servicios mencionados en el apartado 3 de la sentencia recurrida a los que el Tribuna de Primera Instancia no se refirió en el apartado 42 de dicha sentencia.

39 De conformidad con el artículo 61, párrafo primero, segunda frase, del Estatuto del Tribunal de Justicia, éste puede, en caso de que se anule la resolución del Tribunal de Primera Instancia, resolver él mismo definitivamente el litigio, cuando su estado así lo permita. Tal es el caso en el presente asunto.

40 Si bien es cierto que la manera en que se ha compuesto el sintagma «SAT.2» no es inhabitual, especialmente en la percepción que el consumidor medio pueda tener de los servicios pertenecientes al sector de la comunicación, y aunque esta yuxtaposición de un elemento verbal, como «SAT», y de una cifra, como «2», separados por un «.», no refleja un grado especialmente elevado de inventiva, estas circunstancias no bastan para determinar que tal sintagma carece de carácter distintivo, con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento.

41 En efecto, el registro de un signo como marca no se supedita a la constatación de un cierto grado de creatividad o de imaginación lingüística o artística por parte del titular de la marca. Basta que la marca permita al público pertinente identificar el origen de los productos o de los servicios protegidos por ella y distinguirlos de los de otras empresas.

42 Así pues, en el caso de que una marca que no incurra en el motivo de denegación previsto en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento carezca, no obstante, de carácter distintivo con arreglo a lo dispuesto en la letra b) de dicho apartado, la OAMI debe exponer las razones por las que considera que esa marca carece de carácter distintivo.

43 Pues bien, en el caso de autos, la OAMI se limitó a indicar en la resolución controvertida que los elementos «SAT» y «2» eran descriptivos y corrientemente utilizados en el sector de los servicios relacionados con los medios de comunicación, sin indicar por qué el sintagma «SAT.2», considerado en su conjunto, no permitía distinguir los servicios de la recurrente de los de otras empresas.

44 El uso frecuente de marcas compuestas por un elemento verbal y un elemento numérico en el sector de las telecomunicaciones indica que este tipo de combinaciones no puede considerarse desprovisto, en principio, de carácter distintivo.

45 Por otra parte, como ha alegado la recurrente, la OAMI no ha opuesto este motivo de denegación de registro, previsto en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento a solicitudes de registro de marcas similares en su estructura al sintagma «SAT.2», en particular por la utilización del elemento «SAT».

46 Contrariamente a lo que sostiene la OAMI, el hecho de que en el presente asunto los elementos asociados a «SAT» sean el número 2 y un punto, y no otro elemento verbal, no influye en este análisis. Por lo demás, en ningún momento del procedimiento la OAMI motivó la diferencia de trato de la solicitud de la recurrente invocando un riesgo de confusión entre el signo cuyo registro ésta solicitó y una marca registrada anteriormente.

47 De todas las consideraciones que preceden se desprende que no son fundados los motivos por los que la Sala Segunda de Recurso de la OAMI consideró que el sintagma «SAT.2» carecía de carácter distintivo con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento.

48 Por consiguiente, debe anularse la resolución controvertida en la medida en que la Sala Segunda de Recurso de la OAMI denegó el registro del sintagma «SAT.2» como marca comunitaria basándose en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento. Dado que el Tribunal de Primera Instancia ya declaró en la sentencia recurrida que dicha resolución tampoco podía basarse en el artículo 7, apartado 1, letra c), del mismo Reglamento y que, por otra, la Sala Segunda de Recurso de la OAMI no se había pronunciado en la mencionada resolución sobre el recurso interpuesto ante ella en relación con los servicios comprendidos en la clase 35, procede anular la resolución controvertida en su totalidad.

Costas

49 A tenor del artículo 122 del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Justicia, cuando el recurso de casación sea fundado y el Tribunal de Justicia resuelva definitivamente el litigio, éste decidirá sobre las costas.

50 A tenor del artículo 69, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Justicia, aplicable al procedimiento de casación, con arreglo al artículo 118 del mismo, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Dado que la recurrente pidió que se condenara en costas a la OAMI y que se han desestimado los motivos invocados por ésta, procede condenarla al pago de las costas de ambas instancias.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Segunda) decide:

1) **Anular la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas de 2 de julio de 2002, SAT.1/OAMI (SAT.2) (T-323/00, Rec. p. II-2839), en la medida en que dicho Tribunal declaró que la Sala Segunda de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI) no había infringido el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria al denegar, mediante su resolución de 2 de agosto de 2000 (asunto R 312/1999-2), el registro como marca comunitaria del sintagma «SAT.2» para los servicios que, en la solicitud de registro, están relacionados con la difusión por satélite, es decir, los servicios mencionados en el apartado 3 de la sentencia recurrida a los que no se refirió el Tribunal de Primera Instancia en el apartado 42 de dicha sentencia.**

2) **Anular la resolución de 2 de agosto de 2000 de la Sala Segunda de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos).**

3) **Condenar a la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) al pago de las costas de ambas instancias.**

Firmas.