Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

de 12 de diciembre de 2018*

«Marca de la Unión Europea — Procedimiento de caducidad — Marca colectiva figurativa de la Unión que representa un círculo con dos flechas — Uso efectivo de la marca — Caducidad parcial — Declaración de caducidad parcial — Artículo 15, apartado 1, del Reglamento (CE) n.º 207/2009 [actualmente artículo 18, apartado 1, del Reglamento (UE) 2017/1001] — Artículo 51, apartado 1, letra a), del Reglamento n.º 207/2009 (actualmente artículo 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001) — Regla 22, apartado 4, del Reglamento (CE) n.º 2868/95 [actualmente artículo 10, apartado 4, del Reglamento Delegado (UE) 2018/625] — Presentación de la marca en los envases — Percepción del público pertinente»

En el asunto T-253/17,

Der Grüne Punkt — Duales System Deutschland GmbH, con domicilio social en Colonia (Alemania), representada por las Sras. P. Goldenbaum, I. Rohr y N. Ebbecke, abogadas,

parte recurrente,

contra

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), representada por el Sr. D. Hanf, en calidad de agente,

parte recurrida,

y en el que la otra parte en el procedimiento ante la Sala de Recurso de la EUIPO fue:

Halston Properties, s. r. o., con domicilio social en Bratislava (Eslovaquia),

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Quinta Sala de Recurso de la EUIPO de 20 de febrero de 2017 (asunto R 1357/2015-5), relativa a un procedimiento de caducidad entre Halston Properties y Der Grüne Punkt — Duales System Deutschland,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta),

integrado por el Sr. H. Kanninen, Presidente, y los Sres. J. Schwarcz y C. Iliopoulos (Ponente), Jueces;

Secretario: Sra. R. Ūkelytė, administradora;

habiendo considerado el recurso presentado en la Secretaría del Tribunal General el 28 de abril de 2017;

* Lengua de procedimiento: alemán.

habiendo considerado el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal General el 21 de julio de 2017;

celebrada la vista el 12 de junio de 2018;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

1 El 12 de junio de 1996, la recurrente, Der Grüne Punkt — Duales System Deutschland GmbH, presentó una solicitud de registro de marca colectiva de la Unión en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), con arreglo al Reglamento (CE) n.º 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada [sustituido por el Reglamento (CE) n.º 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca de la Unión Europea (DO 2009, L 78, p. 1), en su versión modificada, sustituido a su vez por el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (DO 2017, L 154, p. 1)].

2 La marca colectiva cuyo registro se solicitó (en lo sucesivo, «marca controvertida») es el signo figurativo siguiente:



3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro están comprendidos en las clases 1 a 35, 39, 40 y 42 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, de 15 de junio de 1957, en su versión revisada y modificada, y corresponden, para cada una de estas clases, a la siguiente descripción:

– Clase 1: «Productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.»

– Clase 2: «Colores, barnices, lacas; conservantes contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas».

– Clase 3: «Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos».

– Clase 4: «Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías, mechas».

– Clase 5: «Productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para moldes dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas».

– Clase 6: «Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos comprendidos en la clase 6; minerales».

– Clase 7: «Maquinaria, en particular máquinas para la transformación de metal, madera, papel, textiles, plásticos y materiales para la construcción; máquinas y aparatos para el menaje, la casa y el jardín, comprendidos en la clase 7; máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y elementos de transmisión (excepto para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas (comprendidos en la clase 7); incubadoras de huevos».

– Clase 8: «Herramientas de mano; herramientas de mano para el hogar y el jardín, así como para la transformación de metal, madera, papel, textiles, plásticos o materiales de construcción, incluidas en la clase 8; cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar».

– Clase 9: «Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, eléctricos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos e instrumentos eléctricos (comprendidos en la clase 9); aparatos para el registro, transmisión, reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipo para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores».

– Clase 10: «Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura».

– Clase 11: «Aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de cocción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias».

– Clase 12: «Vehículos; aparatos de transporte por tierra, aire o agua».

– Clase 13: «Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos de artificio».

– Clase 14: «Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado, comprendidos en la clase 14; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos».

– Clase 15: «Instrumentos de música».

– Clase 16: «Papel, cartón y artículos de estas materias, comprendidos en la clase 16; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje, comprendidas en la clase 16; naipes; caracteres de imprenta; clichés».

– Clase 17: «Caucho, gutapercha, goma, [amianto, mica,]así como productos de estas materias, comprendidos en la clase 17; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos».

– Clase 18: «Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias, comprendidos en la clase 18; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería».

– Clase 19: «Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos».

– Clase 20: «Muebles, espejos, marcos; productos, comprendidos en la clase 20, de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o materias plásticas».

– Clase 21: «Utensilios (comprendidos en la clase 21) y recipientes para el menaje o la cocina (que no sean de metales preciosos ni chapados); peines y esponjas; cepillos (excepto pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza (comprendidas en la clase 21)».

– Clase 22: «Cuerda, bramante, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas, en bruto.».

– Clase 23: «Hilos para uso textil».

– Clase 24: «Tejidos y productos textiles comprendidos en la clase 24; ropa de cama y de mesa».

– Clase 25: «Vestidos, calzados, sombrerería».

– Clase 26: «Puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales».

– Clase 27: «Alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean en materias textiles».

– Clase 28: «Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y de deporte comprendidos en la clase 28; decoraciones para árboles de Navidad».

– Clase 29: «Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles».

– Clase 30: «Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.».

– Clase 31: «Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos (comprendidos en la clase 31); animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales, malta.».

– Clase 32: «Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.».

– Clase 33: «Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)».

– Clase 34: «Tabaco; artículos para fumadores; cerillas».

– Clase 35: «Publicidad».

– Clase 39: «Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías».

– Clase 40: «Tratamiento de materiales; reciclado de materiales de embalaje».

– Clase 42: «Eliminación de basuras; programación de ordenadores».

4 El reglamento de uso de la marca controvertida presentado con la solicitud de registro establece, entre otras cosas, en el punto 6, que la marca controvertida se creó «para que los consumidores y los comerciantes pudieran reconocer los envases que forman parte del sistema dual, respecto de los que se instauró una contribución para la financiación del sistema, y los productos así envasados y distinguirlos de otros envases y productos […]».

5 La marca controvertida fue registrada como marca colectiva de la Unión el 19 de julio de 1999 con el número 298273 para los productos y servicios mencionados en el anterior apartado 3.

6 El 25 de septiembre de 2006 y el 17 de mayo de 2016, se renovó el registro de la marca controvertida.

7 El 2 de noviembre de 2012, la otra parte en el procedimiento ante la EUIPO, Halston Properties, s. r. o., presentó una solicitud de caducidad de la marca controvertida, sobre la base del artículo 51, apartado 1, letra a), del Reglamento n.º 207/2009 [actualmente artículo 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001], debido a que esa marca no había sido objeto de un uso efectivo en relación con los productos para los que se había registrado. Dicha solicitud se dirigió contra todos los productos registrados en las clases 1 a 34 mencionados en el anterior apartado 3. Los servicios a los que se refiere la marca controvertida no se discutieron.

8 La recurrente aportó numerosos documentos sobre el uso de la marca controvertida. Entre ellos se encuentran varios contratos de licencia y otros documentos que regulan el uso de la marca controvertida en los envases.

9 Mediante resolución de 26 de mayo de 2015, la División de Anulación de la EUIPO estimó parcialmente la solicitud de caducidad y declaró que los derechos de la recurrente habían caducado a partir del 2 de noviembre de 2012 para determinados productos (en lo sucesivo, «productos controvertidos»), a saber, todos los productos de las clases 1 a 34 mencionados en el anterior apartado 3 excepto los productos siguientes:

– Clase 6: «Envases de metal comprendidos en la clase 6».

– Clase 16: «Envases de papel y cartón, comprendidos en la clase 16; materias plásticas para embalaje, comprendidas en la clase 16».

– Clase 17: «Envases de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica, comprendidos en la clase 17».

– Clase 18: «Envases de cuero e imitaciones de cuero, comprendidos en la clase 18».

– Clase 20: «Envases de madera, corcho, caña, junco, mimbre y sucedáneos de estas materias, o de materias plásticas, comprendidos en la clase 20».

– Clase 21: «Recipientes para envasar para el menaje o la cocina (que no sean de metales preciosos ni chapados); envases de cristalería, porcelana y loza, comprendidos en la clase 21».

– Clase 22: «Productos para envasar comprendidos en la clase 22».

– Clase 24: «Envases textiles, comprendidos en la clase 24».

10 El 8 de julio de 2015, la recurrente interpuso un recurso ante la EUIPO, con arreglo a los artículos 58 a 64 del Reglamento n.º 207/2009 (actualmente artículos 66 a 71 del Reglamento 2017/1001), contra la resolución de la División de Anulación por declarar la caducidad de sus derechos en relación con los productos controvertidos.

11 Mediante resolución de 20 de febrero de 2017 (asunto R 1357/2015-5) (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Quinta Sala de Recurso de la EUIPO desestimó el recurso. En particular, consideró que la recurrente no había aportado pruebas de que hubiera usado la marca controvertida en consonancia con su función principal, a saber, garantizar la identidad del origen de los productos controvertidos. A este respecto, señaló, con carácter preliminar, que era preciso tomar en consideración que la marca controvertida era una marca colectiva que, como tal, era objeto de un uso que garantizaba el mantenimiento de sus derechos, puesto que se utilizaba según su función de indicación de los productos y servicios de los miembros de la asociación. Acto seguido, la cuestión de si la marca controvertida se utilizó como indicación del origen para los productos a los que se refiere se apreciaría en función de la percepción del público pertinente que, en el presente caso, asociaría la marca controvertida «a un comportamiento ecológico de la empresa» y percibiría esa marca como una indicación de que los residuos de envases designados por el signo pueden recogerse, y posteriormente valorizarse, en contenedores o bolsas previstos especialmente a tal efecto.

12 La Sala de Recurso manifestó que, en la medida en que, para el consumidor medio de la Unión Europea pertinente, el significado de la marca controvertida se limitaría a su indicación de que los residuos de envases así designados pueden recogerse y valorizarse según un determinado sistema, la marca controvertida, desde el punto de vista de dicho consumidor, no se habría utilizado para indicar el origen de los productos controvertidos. Aun cuando el envase y el producto aparezcan formando «una unidad» en el momento de la venta, el consumidor pertinente puede distinguir perfectamente entre una marca que indique el origen comercial del producto y una marca que muestre la valorización de los residuos de envases vacíos y usados después de que el consumidor desembaló, utilizó o consumió el propio producto. Al no distinguirse en nada un producto en cuyo envase sea visible la marca controvertida de un producto idéntico cuyo envase no reproduzca dicha marca, la marca controvertida no indicaría, en consecuencia, una calidad determinada de los productos.

13 Por otra parte, según la Sala de Recurso, la recurrente no había conseguido demostrar que el uso de la marca controvertida tenía como objetivo crear o conservar un mercado para los productos controvertidos. Todos los documentos presentados se referían al uso de la marca controvertida en lo que respecta a envases de venta.

Pretensiones de las partes

14 La recurrente solicita al Tribunal que:

– Anule la resolución impugnada.

– Condene en costas a la EUIPO.

15 La EUIPO solicita al Tribunal que:

– Desestime el recurso.

– Condene en costas a la recurrente.

Fundamentos de Derecho

16 En apoyo de su recurso, la recurrente invoca un único motivo, basado en la infracción del artículo 15, apartado 1, del Reglamento n.º 207/2009 (actualmente artículo 18, apartado 1, del Reglamento 2017/1001), en relación con el artículo 66 del mismo Reglamento (actualmente artículo 74 del Reglamento 2017/1001).

17 La recurrente alega, en esencia, que los documentos que presentó demuestran un uso comercial de la marca controvertida no solo para los envases de productos, sino también para los productos controvertidos envasados.

18 En primer lugar, según la recurrente, la EUIPO no tomó en consideración que las pruebas del uso no se refieren únicamente a los envases vendidos por separado, sino también a los envases de venta, es decir, a envases que se ofrecen formando una unidad con el producto en el momento de la venta. Se trata, a su juicio, de un marcado múltiple del producto en su envase, practicado habitualmente y al que el público está acostumbrado.

19 En segundo lugar, la recurrente estima que, como se desprende de la regla 22, apartado 4, del Reglamento (CE) n.º 2868/95 de la Comisión, de 13 de diciembre de 1995, por el que se establecen normas de ejecución del Reglamento n.º 40/94 [actualmente artículo 10, apartado 4, del Reglamento Delegado (UE) 2018/625 de la Comisión, de 5 de marzo de 2018, que complementa el Reglamento 2017/1001, y deroga el Reglamento Delegado (UE) 2017/1430 (DO 2018, L 104, p. 1)], la representación de la marca controvertida en los envases relativos a los productos controvertidos es una prueba directa de que dicha marca ha sido objeto de un uso que garantiza el mantenimiento de los derechos. Considera que, en general, el público atribuye un signo colocado en los envases al producto, y no a su envase.

20 En tercer lugar, a juicio de la recurrente, el público comprende la marca controvertida no en el sentido de que el envase en cuestión presenta una determinada cualidad material, o que procede de un proveedor de envases determinado, sino más bien, conforme al punto 6 del reglamento de uso de la marca controvertida y en consonancia con la función específica de la marca colectiva, en el sentido de que el envase forma parte de un sistema de correcta gestión de los residuos y, al mismo tiempo, que el productor de los productos controvertidos forma parte del sistema de contrato de licencia de la recurrente. Tanto más cuanto que, según la recurrente, los usuarios de la marca controvertida no son proveedores de envases, sino vendedores o productores de productos envasados.

21 Por otra parte, la recurrente alega que la marca controvertida indica también determinadas cualidades inmateriales de los productos controvertidos. En su opinión, dicha marca señala que los productos controvertidos proceden de una empresa que invirtió financieramente para que el envase se eliminase conforme a la Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de noviembre de 2008, sobre los residuos y por la que se derogan determinadas Directivas (DO 2008, L 312, p. 3), y que los gastos comprometidos a tal fin permiten garantizar un mejor reciclaje de los envases usados, evitar costes de embalaje inútiles, facilitar la eliminación pública de los residuos y, por último, preservar al máximo el medio ambiente. Según la recurrente, la idea que transmite la marca controvertida y que percibe el público pertinente está asociada a una característica concreta, a saber, un comportamiento de la empresa. En este sentido, la marca controvertida expresa, a su juicio, una cualidad inmaterial de los productos controvertidos. Considera que el consumidor no se decide por el

envase como tal, sino por un producto concreto dentro de un envase porque dicho producto procede de una empresa que ha invertido financieramente en relación con el envase del producto en cuestión a fin de que dicho envase y los envases de ese tipo se eliminen conforme a la Directiva 2008/98.

22 La EUIPO rebate esta argumentación.

23 Con carácter preliminar, es preciso recordar que, según el artículo 15, apartado 1, del Reglamento n.º 207/2009, «si, en un plazo de cinco años a partir del registro, la marca de la Unión no hubiere sido objeto de un uso efectivo en la Unión por el titular para los productos o los servicios para los cuales esté registrada, o si tal uso hubiere sido suspendido durante un plazo ininterrumpido de cinco años, la marca de la Unión quedará sometida a las sanciones señaladas en el presente Reglamento salvo que existan causas justificativas para su falta de uso».

24 A tenor del artículo 51, apartado 1, letra a), del Reglamento n.º 207/2009, se declarará que los derechos del titular de la marca de la Unión han caducado, mediante solicitud presentada ante la EUIPO o mediante una demanda de reconvención en una acción por violación de marca si, dentro de un período ininterrumpido de cinco años, la marca de la Unión no ha sido objeto de un uso efectivo en la Unión para los productos o los servicios para los cuales esté registrada, y no existen causas justificativas de la falta de uso. El artículo 51 del Reglamento n.º 207/2009 se aplica también a las marcas colectivas de la Unión, conforme al artículo 66, apartado 3, del Reglamento n.º 207/2009.

25 En virtud de la regla 22, apartados 3 y 4, del Reglamento n.º 2868/95 [actualmente artículo 10, apartados 3 y 4, del Reglamento Delegado 2018/625] aplicables a los procedimientos de caducidad en virtud de la regla 40, apartado 5, del mismo Reglamento [actualmente artículo 19, apartado 1, del Reglamento Delegado 2018/625], la prueba del uso debe versar sobre el lugar, el tiempo, el alcance y la naturaleza del uso de la marca y se limita, en principio, a la presentación de documentos y elementos acreditativos, como envases, etiquetas, listas de precios, catálogos, facturas, fotografías, anuncios en periódicos y las declaraciones escritas a que hace referencia el artículo 78, apartado 1, letra f), del Reglamento n.º 207/2009 [actualmente artículo 97, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001].

26 Como se desprende de la jurisprudencia, una marca es objeto de un uso efectivo cuando, en consonancia con su función esencial, que consiste en garantizar la identidad del origen de los productos o servicios para los que haya sido registrada, se utiliza con el fin de crear o conservar un mercado para tales productos y servicios, excluyéndose usos de carácter simbólico cuyo único objeto sea el mantenimiento de los derechos conferidos por la marca (véase, por analogía, la sentencia de 11 de marzo de 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, apartado 43). A este respecto, es preciso puntualizar que, del mismo modo, la función esencial de una marca colectiva de la Unión es distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular de los de otras empresas (véase, en este sentido, la sentencia de 20 de septiembre de 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P a C-676/15 P, EU:C:2017:702, apartado 63).

27 La apreciación del carácter efectivo del uso de la marca debe basarse en la totalidad de los hechos y circunstancias apropiados para determinar la realidad de la explotación comercial de dicha marca, en particular, los usos que se consideren justificados en el sector económico de que se trate para mantener o crear cuotas de mercado en beneficio de los productos o de los servicios a los que se refiere la marca, la naturaleza de esos productos o servicios, las características del mercado, la magnitud y la frecuencia del uso de la marca [véase la sentencia de 10 de septiembre de 2008, Boston Scientific/OAMI — Terumo (CAPIO), T-325/06, no publicada, EU:T:2008:338, apartado 30 y jurisprudencia citada].

28 Por otra parte, el uso efectivo de una marca no puede demostrarse mediante probabilidades o presunciones, sino que debe basarse en elementos concretos y objetivos que acrediten una utilización efectiva y suficiente de la marca en el mercado de que se trate [véase la sentencia de 23 de septiembre

de 2009, Cohausz/OAMI — Izquierdo Faces (acopat), T-409/07, no publicada, EU:T:2009:354, apartado 36 y jurisprudencia citada]. Es preciso llevar a cabo una apreciación global que tenga en cuenta todos los factores pertinentes del caso concreto y que implique una cierta interdependencia entre los factores considerados [véase la sentencia de 18 de enero de 2011, Advance Magazine Publishers/OAMI — Capela & Irmãos (VOGUE), T-382/08, no publicada, EU:T:2011:9, apartado 30 y jurisprudencia citada].

29 Del mismo modo, si una marca ha sido registrada para una categoría de productos o servicios suficientemente amplia para que puedan distinguirse dentro de ella varias subcategorías susceptibles de ser consideradas de forma autónoma, la prueba del uso efectivo de la marca para una parte de esos productos o servicios solo implica la protección de la subcategoría o subcategorías a las que pertenecen los productos o servicios para los que la marca ha sido efectivamente utilizada [véanse, en este sentido, las sentencias de 14 de julio de 2005, Reckitt Benckiser (España)/OAMI — Aladin (ALADIN), T-126/03, EU:T:2005:288, apartado 45, y de 13 de febrero de 2007, Mundipharma/OAMI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, apartado 23].

30 El presente motivo debe ser analizado a la luz de las consideraciones anteriores.

31 Con carácter preliminar, es necesario ante todo puntualizar que, puesto que la otra parte en el procedimiento ante la EUIPO presentó su solicitud de caducidad en la EUIPO el 2 de noviembre de 2012, el período de cinco años mencionado en el artículo 51, apartado 1, letra a), del Reglamento n.º 207/2009 se extiende desde el 2 de noviembre de 2007 al 1 de noviembre de 2012 (en lo sucesivo, «período pertinente»).

32 Además, es preciso recordar que el objeto del recurso se limita únicamente a la cuestión de si ha quedado demostrado para los productos controvertidos un uso que garantice el mantenimiento de los derechos de la marca controvertida. No resultan afectados los envases de las clases 6, 16 a 18, 20 a 22 y 24 respecto de los que no han caducado los derechos de la recurrente.

33 Como ha señalado acertadamente la recurrente, la Sala de Recurso no puso en duda que la marca controvertida ha sido objeto de un uso efectivo como marca colectiva en numerosos Estados miembros de la Unión en todo tipo de envases de productos. Habida cuenta de que, conforme a la jurisprudencia citada en el anterior apartado 29, la prueba del uso efectivo de la marca controvertida para una parte de esos productos solo implica la protección de la subcategoría o subcategorías a las que pertenecen los productos para los que la marca de la Unión ha sido efectivamente utilizada, se plantea, en consecuencia, la cuestión de si, como alega la recurrente, la prueba del uso efectivo de la marca controvertida en los envases implica también la prueba de un uso efectivo en relación con los propios productos envasados.

34 A este respecto, la Sala de Recurso estimó, en el punto 31 de la resolución impugnada, que el uso que garantiza el mantenimiento de los derechos puede probarse asimismo mediante la presentación de los envases, conforme a la regla 22, apartado 4, del Reglamento n.º 2868/95. Sin embargo, declaró, fundadamente, que ello no exime a la recurrente de su obligación de probar que el público pertinente comprende también efectivamente que el uso de la marca controvertida en los envases constituye un uso como marca respecto de los productos controvertidos.

35 En efecto, para calificar de efectivo el uso de una marca, debe tratarse de un uso en consonancia con la función esencial de la marca, que consiste en garantizar al consumidor o al usuario final la identidad del origen de un producto o de un servicio, permitiéndoles distinguir, sin confusión posible, ese producto o ese servicio de los que tienen otra procedencia (véase, por analogía, la sentencia de 11 de marzo de 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, apartados 36 y 43). En consecuencia, la apreciación de la efectividad del uso de la marca debe basarse en la percepción del público pertinente.

36 En el presente caso, en primer lugar, es preciso señalar que la Sala de Recurso consideró acertadamente que los productos controvertidos se dirigían principalmente al público en general como, por ejemplo, los consumidores de productos de limpieza y productos cosméticos, medicamentos, herramientas y aparatos electrodomésticos, aparatos eléctricos, prendas de vestir, alimentos, bebidas y tabaco, y objetos de mobiliario, y que el público especializado era en parte igualmente destinatario como, por ejemplo, los especialistas del ámbito de la agricultura, del comercio y de la industria. En segundo lugar, la Sala de Recurso declaró fundadamente que era preciso presumir que el público destinatario prestaría un grado de atención de normal a elevado a los productos controvertidos que comprenden, por un lado, bienes de consumo utilizados diariamente, así como, por otro lado, productos cuya adquisición se asocia a gastos elevados, o que pueden tener consecuencias económicas, ecológicas o sanitarias considerables como los productos químicos, aceites industriales, lubrificantes, conservantes contra el deterioro de la madera, desinfectantes, medicamentos, máquinas herramientas, productos médicos y vehículos. Por otra parte, procede señalar que, en cualquier caso, las partes no discuten la definición de público pertinente que ofrece la Sala de Recurso ni las consideraciones relativas a su grado de atención.

37 Teniendo en cuenta el punto de vista del público pertinente, la Sala de Recurso llegó fundadamente a la conclusión de que la recurrente no había demostrado haber utilizado la marca controvertida en consonancia con su función principal, consistente en garantizar la identidad del origen de los productos controvertidos.

38 En particular, la Sala de Recurso, refiriéndose a este respecto a las declaraciones efectuadas por el Tribunal en la sentencia de 24 de mayo de 2007, Duales System Deutschland/Comisión (T-151/01, EU:T:2007:154), apartado 159, estimó fundadamente que el público pertinente identificaba la marca controvertida colocada en el envase como una indicación de que este podía ser recogido y valorizado según un determinado sistema. En efecto, como alega acertadamente la Sala de Recurso, es notorio y queda, además, demostrado por los documentos presentados por la recurrente que el público pertinente está acostumbrado a la marca controvertida y conoce desde hace muchos años los sistemas de valorización de los residuos de envases. Según las declaraciones de la Sala de Recurso, refiriéndose a este respecto a un estudio de un instituto alemán de encuestas presentado por la recurrente, un 98 % de la población encuestada en 2003 en Alemania conocía la marca controvertida y un 78 % de la población alemana calificaba, ese mismo año, la marca controvertida de «signo colocado en envases para indicar al consumidor que esos envases se eliminan por separado de los residuos remanentes, en los tanques colectores del sistema dual». Según las mismas declaraciones de la Sala de Recurso, refiriéndose a este respecto a un informe anual de la empresa francesa Eco-Emballages, similar al de la recurrente, la marca controvertida se reproducía, en 2010, en un 95 % de los envases en Francia y era reconocida por el 75 % de la población francesa, de la que un 99,2 % podía clasificar sus residuos de envases.

39 La recurrente no cuestiona la declaración de la Sala de Recurso de que el público pertinente comprende la marca controvertida en el sentido de que el envase forma parte de un sistema adecuado de gestión de residuos. En cambio, alega que, además de eso, dicho público comprende la marca en el sentido de que el productor de los productos controvertidos forma parte del sistema de contrato de licencia de la recurrente. En consecuencia, considera que la marca controvertida transmite una cualidad inmaterial de los productos controvertidos, a saber, el comportamiento ecológico de la empresa que produce o distribuye los productos controvertidos. Según la recurrente, el público atribuye al producto, y no a su envase, la marca controvertida colocada en los envases.

40 Sobre este particular, es preciso señalar, en primer lugar, que las manifestaciones de la recurrente resultan parcialmente contradictorias en la medida en que alega, por un lado, que el público pertinente comprende la marca controvertida como una indicación de que el envase de venta —como parte integrante de la unidad de venta que forma con el producto— forma parte de un sistema adecuado de gestión de residuos y, por otro lado, que el público pertinente atribuye al producto, y no a su envase, la marca controvertida colocada en los envases.

41 En segundo lugar, hay que destacar que las manifestaciones de la recurrente no son pertinentes. Es cierto que la marca controvertida, en consonancia con su función como marca colectiva, hace referencia al hecho de que el productor o el distribuidor de los productos controvertidos forma parte del sistema de contrato de licencia de la recurrente y muestra, en consecuencia, un cierto comportamiento ecológico de dicha empresa. No obstante, no es menos cierto que, como consideró correctamente la Sala de Recurso, el público pertinente puede distinguir perfectamente entre una marca que indica el origen comercial del producto y una marca que muestra la valorización de los residuos de envases vacíos y usados después de que el consumidor desembaló, utilizó o consumió el propio producto, aun cuando el envase y el producto aparezcan formando «una unidad» en el momento de la venta. Además, de las pruebas aportadas por la recurrente se deduce que los propios productos son regularmente designados por marcas que pertenecen a sociedades diferentes.

42 De lo anterior se desprende que el uso de la marca controvertida como marca colectiva que designa los productos de los miembros de la asociación distinguiéndolos de los productos procedentes de empresas que no forman parte de dicha asociación será percibido por el público pertinente como un uso relativo a los envases. La cualidad inmaterial reivindicada por la recurrente y atribuida a la marca controvertida, es decir, el comportamiento ecológico de la empresa gracias a su afiliación al sistema de contrato de licencia de la recurrente, se atribuirá por el público pertinente a la posibilidad del tratamiento ecológico del envase y no a tal tratamiento del propio producto envasado, el cual puede resultar inadecuado para un tratamiento ecológico como sucede con las armas de fuego comprendidas en la clase 13.

43 Por último, tal apreciación viene también confirmada por la lectura del punto 6 del reglamento de uso de la marca controvertida, según el cual la marca controvertida se creó «para que los consumidores y los comerciantes pudieran reconocer los envases que forman parte del sistema dual, respecto de los que se instauró una contribución para la financiación del sistema, y los productos así envasados y distinguirlos de otros envases y productos». En consecuencia, la comprensión de la marca controvertida por el público pertinente no se refiere a una cualidad inmaterial de los productos controvertidos, sino a una cualidad inmaterial del envase de dichos productos perteneciente al sistema dual gestionado por la recurrente.

44 Por consiguiente, la Sala de Recurso declaró fundadamente, en los puntos 33, 35 y 37 de la resolución impugnada, que la recurrente no había conseguido además demostrar que el uso de la marca controvertida tenía como objetivo crear o conservar un mercado respecto de los demás operadores económicos, al menos por lo que se refiere a los productos controvertidos. Dado que el consumidor únicamente conoce la marca como indicación de que el residuo del envase así designado puede eliminarse gracias a las instalaciones de recogida de proximidad, la colocación de la marca controvertida en el envase solo significa que la empresa, como todos los demás operadores económicos, se comportan conforme a la exigencia prescrita en la Directiva 2008/98, según la cual la obligación de valorización de los residuos de envases incumbe a todas las empresas.

45 En contra de lo que alega la recurrente, en el supuesto, poco probable, de que, por ser idénticas las ofertas de la competencia, el consumidor se decidiese por un producto envasado basándose únicamente en la cualidad del envase, la marca controvertida no crea o no conserva un mercado respecto de los demás operadores económicos por lo que se refiere a los productos controvertidos, sino tan solo por lo que se refiere al envase.

46 De todo lo anterior se desprende que la recurrente no ha demostrado, en relación con el período pertinente, el uso efectivo que garantiza el mantenimiento de los derechos de la marca controvertida para los productos controvertidos y que, en consecuencia, procede considerar infundado el único motivo y, por ende, desestimarlo.

47 Por consiguiente, procede desestimar el recurso.

Costas

48 A tenor del artículo 134, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, la parte que haya visto desestimadas sus pretensiones será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Por haber sido desestimadas las pretensiones de la recurrente, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la EUIPO.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

decide:

1) Desestimar el recurso.

2) Condenar en costas a Der Grüne Punkt — Duales System Deutschland GmbH.

Kanninen Schwarcz Iliopoulos

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 12 de diciembre de 2018.

Firmas