Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera)

de 19 de noviembre de 2025*

«Marca de la Unión Europea — Procedimiento de caducidad — Marca figurativa de la Unión Làv — Artículos 18, apartado 1, y 58, apartado 1, letra a), del Reglamento (UE) 2017/1001 — Prueba del uso efectivo — Apreciación de las pruebas — Carga de la prueba no razonable o excesiva — Principio de buena administración — Artículo 41 de la Carta de los Derechos Fundamentales»

En el asunto T-563/24,

Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, con domicilio social en Kütahya (Turquía), representada por los Sres. J. Erdozain López y J. Vicente Martínez y por la Sra. M. López Camba, abogados,

parte recurrente,

contra

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), representada por la Sra. D. Stoyanova-Valchanova, en calidad de agente,

parte recurrida,

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

Olav GmbH, con domicilio social en Colonia (Alemania),

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera),

integrado, durante las deliberaciones, por la Sra. P. Škvařilová-Pelzl (Ponente), Presidenta, y los Sres. I. Nõmm y D. Kukovec, Jueces;

Secretario: Sr. J. Čuboň, administrador;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos;

celebrada la vista el 7 de julio de 2025;

dicta la siguiente

* Lengua de procedimiento: inglés.

Sentencia

1 Mediante su recurso, basado en el artículo 263 TFUE, la recurrente, Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, solicita la anulación de la resolución de la Cuarta Sala de Recurso de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) de 22 de agosto de 2024 (asunto R 214/2024-4) (en lo sucesivo, «resolución impugnada»).

Antecedentes del litigio

2 La recurrente es titular de la marca de la Unión n.º 011224821, registrada el 7 de marzo de 2013 a raíz de una solicitud presentada el 28 de septiembre de 2012 por Gürallar YAPI Malzemeleri Ve Kimya Sanayii Anonim Sirketi, predecesora legal de la recurrente, para el signo figurativo siguiente:



3 Los productos y los servicios cubiertos por la marca reproducida en el apartado 2 de la presente sentencia estaban comprendidos en las clases 8, 11, 19, 21, 35, 37 y 39 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 correspondían, para cada una de las citadas clases, a la descripción siguiente:

– clase 8: «Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; navajas y maquinillas de afeitar; cubertería de mesa de metales preciosos o chapados, en concreto, cuchillos, cucharas y tenedores; cortadores de huevo o de queso no eléctricos, cortadores de pizza no eléctricos, peladores de frutas y hortalizas no eléctricos»;

– clase 11: «Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias; bañeras, bidés, instalaciones de baño, cabinas de ducha, urinarios (aparatos sanitarios), retretes, inodoros, portátiles; lavabos, fregaderos»;

– 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; material conformado de edificación y construcción de carreteras de hormigón, yeso, tierra, arcilla, arena, piedra natural, piedra artificial, madera, plástico o material sintético; edificaciones, varas, barreras; revestimientos de superficie no metálicos naturales o sintéticos para la construcción en forma de placas o tiras (termoadhesivas); bloques de vidrio para la construcción, ladrillos de vidrio, losas de vidrio, hojas de vidrio, paneles de vidrio para construcción»;

– clase 21: «Utensilios y recipientes para uso doméstico o culinario; peines y esponjas; cepillos (excepto pinceles); materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; lana de acero; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana

y loza no comprendidos en otras clases; fuentes, tarros, cajas para galletas, vasos, tazas, bandejas, pastillas, hueveras, tazas de café, cazos, garrafas, moldes para pasteles, teteras, servicios de mesa (distintos de cuchillos, tenedores y cucharas) de vidrio y porcelana, en concreto, cuencos, jarras para beber, platos, saleros y pimenteros, salseras, jarros y jarrones; estatuillas, estatuas y objetos artísticos de vidrio y porcelana»;

– clase 35: «Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; recopilación, en beneficio de terceros, de herramientas e instrumentos de mano (accionados a mano), aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación, distribución de aguas, así como instalaciones sanitarias, materiales de construcción, tubos rígidos no metálicos para la construcción, construcciones transportables no metálicas, monumentos, no metálicos, utensilios y recipientes para uso doméstico o culinario, artículos de cristalería, porcelana y loza (excepto su transporte), para que los clientes vean y compren cómodamente esos productos; todos los servicios mencionados que puedan ser prestados por comercios minoristas, comercios mayoristas, mediante catálogos de pedidos por correo o por medios de comunicación electrónicos, por ejemplo, a través de sitios web o programas de televenta»;

– clase 37: «Construcción; reparación; servicios de instalación; servicios de construcción; construcción, reparación y restauración»;

– clase 39: «Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes; servicios de agencias de comisión de transporte del tipo de organización de excursiones para turistas, servicios de agencias de comisión de cargamentos del tipo de corretaje de cargamentos, servicios de agencias de buques del tipo de transporte marítimo de cargamentos, servicios de oficinas de turismo del tipo de servicios de agencias de turismo y servicios de guía turístico, servicios de reserva para transporte, viajes y billetes turísticos, servicios de organización de viajes».

4 El 8 de diciembre de 2022, Olav GmbH, la otra parte en el procedimiento ante la Sala de Recurso, presentó una solicitud de caducidad de la marca mencionada en el apartado 2 de la presente sentencia para todos los productos y servicios para los que dicha marca se había registrado, sobre la base del artículo 58, apartado 1, letra a), del 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), amparándose en que la referida marca no había sido objeto de un uso efectivo durante un período ininterrumpido de cinco años.

5 Mediante resolución de 28 de noviembre de 2023, la División de Anulación estimó parcialmente la solicitud y declaró la caducidad de la marca controvertida para todos los productos mencionados en el apartado 3 de esta sentencia, a excepción de los «recipientes para uso doméstico o culinario; artículos de cristalería no comprendidos en otras clases; fuentes, tarros, cajas para galletas, vasos, tazas, tazas de café, cazos, garrafas, servicios de mesa (distintos de cuchillos, tenedores y cucharas) de vidrio, en concreto, cuencos, jarras para beber, platos, jarros», comprendidos en la clase 21.

6 El 28 de enero de 2024, Olav interpuso un recurso ante la EUIPO, con arreglo a los artículos 66 a 71 del Reglamento 2017/1001, contra la resolución de la División de Anulación por no haberse declarado la caducidad de la marca controvertida para los productos mencionados en el apartado 5 de la presente sentencia.

7 Mediante la resolución impugnada, la Sala de Recurso anuló la resolución de la División de Anulación, al considerar, en esencia, que las pruebas presentadas por la recurrente no alcanzaban el umbral de fuerza probatoria exigible para permitir demostrar el alcance del uso de la marca controvertida y que la inexistencia de explicaciones adicionales y de referencias cruzadas por la recurrente impedía que dichas pruebas pudieran considerarse sólidas, objetivas y suficientes.

Pretensiones de las partes

8 La recurrente solicita al Tribunal General que:

– Anule la resolución impugnada, en la medida en que esta estimó la solicitud de caducidad para todos los productos de la clase 21 designados por la marca controvertida.

– Condene en costas a la EUIPO.

– Condene en costas a Olav.

9 La EUIPO solicita al Tribunal General que anule la resolución impugnada.

10 En la vista, la recurrente completó sus pretensiones solicitando al Tribunal General que, con carácter subsidiario, modificara la resolución impugnada.

11 Por otro lado, en la vista, la recurrente declaró que renunciaba a su pretensión de que se condenara en costas a Olav, ya que esta no era parte en el procedimiento ante el Tribunal General, lo que se hizo constar en el acta de la vista.

Fundamentos de Derecho

Sobre la admisibilidad de determinadas pretensiones

Admisibilidad de la pretensión de la recurrente de que se modifique la resolución impugnada

12 En la vista, la recurrente formuló ante el Tribunal General una pretensión adicional cuyo objeto era que, con carácter subsidiario, se modificara la resolución impugnada. En esencia, la recurrente solicita al Tribunal General que declare, al igual que la División de Anulación, que la marca controvertida fue objeto de un uso efectivo, sobre la base de las pruebas presentadas en la fase administrativa previa.

13 Con arreglo al artículo 21 del Estatuto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, aplicable al procedimiento ante el Tribunal General conforme al artículo 53, párrafo primero, del mismo Estatuto, y al artículo 76 del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, en la demanda que inicia el proceso se debe indicar, en particular, el objeto del litigio y esta ha de contener las pretensiones de la parte demandante. Las pretensiones deben exponerse de manera precisa e inequívoca, porque, en caso contrario, el Tribunal General se arriesga a pronunciarse *infra* o *ultra petita* y los derechos de la parte demandada pueden verse vulnerados [véase, en este sentido y por analogía, la sentencia de 21 de octubre de 2015, Petco Animal Supplies Stores/OAMI — Gutiérrez Ariza (PETCO), T-664/13, EU:T:2015:791, apartado 24 y jurisprudencia citada]. Por

otro lado, no puede admitirse la presentación de nuevas pretensiones por primera vez durante la vista, con el riesgo, en caso contrario, de privar a la parte demandada de la posibilidad de preparar su respuesta y, de ese modo, de vulnerar el derecho de defensa (véanse, en este sentido, las sentencias de 17 de marzo de 2005, Comisión/AMI Semiconductor Belgium y otros, C-294/02, EU:C:2005:172, apartado 75, y de 15 de septiembre de 2021, ADR Center/Comisión, T-364/15, no publicada, EU:T:2021:593, apartado 65 y jurisprudencia citada).

14 Así pues, solo cabe tomar en consideración las pretensiones expuestas en la demanda que inicia el proceso y la fundamentación del recurso solo debe examinarse en relación con las pretensiones que figuren en dicho escrito. El artículo 84, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento permite que se invoquen motivos nuevos a condición de que estos se funden en razones de hecho y de Derecho que hayan aparecido durante el procedimiento. De la jurisprudencia se desprende que esta condición se aplica, con mayor motivo, a cualquier modificación de las pretensiones y que, a falta de razones de hecho y de Derecho que hayan aparecido durante la fase escrita, solo cabe tomar en consideración las pretensiones del escrito de demanda [véase, en este sentido, la sentencia de 21 de octubre de 2015, PETCO, T-664/13, EU:T:2015:791, apartado 25 y jurisprudencia citada].

15 Pues bien, en el presente asunto, la solicitud de modificación de la resolución impugnada no se basa en ninguna razón nueva, en el sentido del artículo 84, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento, de modo que, aun suponiendo que la recurrente hubiera querido adaptar sus pretensiones en la vista, tal modificación no puede admitirse habida cuenta de la inexistencia de razones de hecho o de Derecho nuevas que hubieran aparecido durante el procedimiento.

16 De lo anterior se sigue es inadmisible la pretensión de la recurrente, formulada por primera vez ante el Tribunal General en la vista, de que, con carácter subsidiario, se modifique la resolución impugnada.

Admisibilidad de la pretensión por la cual la EUIPO se adhiere a las pretensiones de la recurrente

17 Mediante su pretensión única, la EUIPO se adhiere a las pretensiones de la recurrente de anular la resolución impugnada.

18 Pues bien, aunque la EUIPO no posea la legitimación activa requerida para interponer un recurso contra una resolución de una Sala de Recurso, a la inversa, tampoco está obligada a defender sistemáticamente todas las resoluciones de las Salas de Recurso que se impugnen ni a solicitar necesariamente que se desestimen todos los recursos interpuestos contra tales resoluciones. Nada se opone a que la EUIPO se adhiera a una pretensión de la parte recurrente o incluso a que se limite a acogerse al buen criterio del Tribunal General, formulando todas las alegaciones que estime adecuadas para ilustrar al Tribunal General. En cambio, no puede formular pretensiones que tengan por objeto la anulación o la modificación de la resolución de la Sala de Recurso sobre un punto que no se haya planteado en el recurso o presentar motivos que no se hayan suscitado en el recurso [véase la sentencia de 25 de octubre de 2005, Peek & Cloppenburg/OAMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, apartado 22 y jurisprudencia citada].

19 En el asunto que nos ocupa, procede indicar que la recurrente reprocha a la Sala de Recurso, en esencia, haber impuesto, en el contexto de un procedimiento de caducidad, una exigencia de calidad de la prueba tan elevada que constituye un gravamen extremadamente pesado y poco

práctico para demostrar el uso efectivo de la marca controvertida. Además, la recurrente sostiene que la Sala de Recurso incurrió en error de apreciación al estimar que las pruebas relativas al alcance del uso de dicha marca eran insuficientes para que este fuera considerado uso efectivo.

20 La EUIPO apoya, en esencia, la argumentación de la recurrente y reprocha a la Sala de Recurso haber impuesto, en las circunstancias fácticas específicas del presente asunto, una exigencia no razonable en lo que a la calidad de la prueba se refiere, de modo que, a su juicio, procede anular la resolución impugnada.

21 De lo anterior se infiere que debe declararse admisible la pretensión única por la que la EUIPO se adhiere a las pretensiones de anulación de la recurrente, en la medida en que esta pretensión y las alegaciones formuladas en su apoyo no excedan del marco de las pretensiones y de las alegaciones deducidas por la recurrente.

Sobre el fondo

22 La recurrente invoca, en esencia, un único motivo, basado en la infracción del artículo 58, apartados 1 y 2, del Reglamento 2017/1001. En esencia, reprocha a la Sala de Recurso haber considerado que no era posible demostrar el alcance del uso de la marca controvertida, habida cuenta del escaso carácter probatorio de las pruebas presentadas, y haber censurado a la recurrente por haberse abstenido esta de aportar explicaciones adicionales y de realizar un trabajo de establecimiento de referencias cruzadas suficientemente elaborado del conjunto de las pruebas presentadas en apoyo de su argumentación.

23 La EUIPO sostiene asimismo que la Sala de Recurso impuso a la recurrente una carga de la prueba no razonable.

24 Sin embargo, la EUIPO defiende la inadmisibilidad de las pruebas y las alegaciones formuladas por la recurrente en los apartados 41 y 42 del escrito de interposición del recurso, que, a juicio de la EUIPO, se presentan por primera vez ante el Tribunal General.

25 En el presente asunto, para aportar la prueba del uso efectivo de la marca controvertida, la recurrente facilitó los siguientes elementos probatorios:

– una captura de pantalla de una página del sitio web «company.lav.com.tr», fechada en abril de 2023 (anexo 1);

– una selección de fotografías sin fecha que muestran envases de los productos mencionados en el apartado 5 de la presente sentencia que están disponibles para ser vendidos (anexo 2);

– una captura de pantalla de una página del sitio web «company.lav.com.tr», fechada en abril de 2023, que remite a diversas publicaciones en varios medios de comunicación (anexo 3);

– una selección de facturas, de listados de bultos y de otros documentos comerciales, fechados entre 2017 y 2022 (anexos 4 a 9);

– dos catálogos de productos que contienen la palabra «lav», fechados en 2014 y 2023 (anexos 10 y 11);

– un extracto del *Boletín del Registro Mercantil* turco de 10 de abril de 2014 referido a la fusión entre la persona jurídica recurrente en el presente asunto y Gürallar YAPI Malzemeleri Ve Kimya Sanayii Anonim Sirketi (anexo 12).

26 La recurrente sostiene, en primer término, que los apartados 70 y 71 de la resolución impugnada adolecen de una motivación contradictoria en la medida en que, por un lado, la Sala de Recurso hizo referencia a la actividad de la recurrente y de su predecesora legal titular de la marca controvertida en la industria del vidrio y a la exportación de ciertos productos de los que aquí se trata a ciento cuarenta países —entre ellos España y Francia—, así como a la existencia de una oficina de comercialización y de venta en Italia y, por otro lado, la Sala de Recurso concluyó, en el apartado 72 de la misma resolución, que la única alusión clara relativa al territorio pertinente hacía referencia a Turquía. Además, la recurrente alega que los catálogos en cuestión, tal como se presentan en los anexos 10 y 11, contienen menciones en español y en francés y sostiene que la utilización exclusiva del inglés y del turco en los catálogos se justifica por la existencia de una única versión destinada a la distribución internacional.

27 En segundo término, la recurrente señala, en esencia, que la documentación aportada en los anexos 4 a 9 está formada por una serie de documentos aduaneros que incluyen la indicación del uso de la marca controvertida mediante el elemento «lav», que figura en esos documentos, dirigidos a sociedades domiciliadas en el conjunto de la Unión Europea. Aduce, por otra parte, que la globalidad de las facturas contiene una referencia común a los productos cubiertos por la marca controvertida, identificados mediante la misma forma de texto compuesta por las letras mayúsculas «LV» seguidas de un guion que precede a la mención de la referencia específica del producto en cuestión.

28 En tercer término, la recurrente menciona un número total de 2 919 líneas que incluyen la referencia LV en las facturas de la venta de productos cubiertos por la marca controvertida, repartidas a lo largo de todo el período pertinente y cuyo importe total asciende a más de 6,485 millones de euros.

29 En cuarto término, la recurrente reprocha a la Sala de Recurso haber incurrido, sustancialmente, en error de apreciación al considerar, en el apartado 76 de la resolución impugnada, que las facturas presentadas no demostraban que los productos supuestamente designados con la marca controvertida hubieran sido ofrecidos en algún momento en un punto de venta de la Unión, menos aún adquiridos por un consumidor final y que, además, era difícil saber cuándo los productos supuestamente expedidos «a Europa» habían sido efectivamente vendidos en algún punto de venta al por menor. Además, según la recurrente, la Sala de Recurso incurrió en error de Derecho al considerar, por primera vez en la fase administrativa previa, que la propia recurrente estaba obligada a aportar la prueba de la venta de los productos en cuestión directamente a consumidores finales.

30 En quinto término, la recurrente rebate las apreciaciones de la Sala de Recurso que se desprenden de los apartados 82 a 84 de la resolución impugnada, según las cuales, en esencia, es cierto que los códigos de productos y las descripciones que figuran en una factura podían referirse a productos que constan en un catálogo y que se comercializan con la marca cuyo uso efectivo debía probarse, pero esta situación era hipotética como tal y, evidentemente, no equivalía a la prueba sólida y objetiva del uso real y suficiente que se exigía para probar el uso efectivo.

31 Según la recurrente, no era razonable obligarle a establecer un vínculo entre cada una de las 2 919 líneas identificadas en las facturas y que mencionan los productos cubiertos por la marca controvertida y las referencias y las fotografías que figuran en los catálogos. Por otra parte, la recurrente alega que existen descripciones de productos vinculadas con las referencias citadas en los listados de bultos que figuran en los anexos 4 a 9. Tal obligación constituye, a su juicio, una obligación extremadamente gravosa y poco práctica. Además, la recurrente defiende, en esencia, que la Sala de Recurso no tenía ninguna razón para abstenerse de llevar a cabo la comprobación de las referencias cruzadas realizadas por la División de Anulación ni de hacerlo ella misma durante su análisis.

32 En sexto término, por lo que respecta al alcance del uso de la marca controvertida, la recurrente considera que las pruebas aportadas en los anexos 4 a 9 contenían un gran número de facturas que por sí solo era suficiente para demostrar la considerable cantidad de productos vendidos y, por lo tanto, el alcance del uso de la referida marca.

33 Más concretamente, la recurrente sostiene que los importes acumulados de las ventas realizadas proceden de facturas expedidas a destinatarios establecidos en el territorio pertinente, lo que del mismo modo corroboran los listados de bultos y los documentos aduaneros aportados en su apoyo. Además, según la recurrente, los importes facturados en euros se referían a los productos que llevaban el elemento «lav».

34 La EUIPO alega, en primer lugar, que, en contra de lo que sostiene la recurrente, la Sala de Recurso no incurrió en error de apreciación en cuanto a los destinatarios de las facturas y que, en esencia, la Sala de Recurso no sugirió que el uso tuviera que ir dirigido a los consumidores finales para ser reconocido como uso de cara al exterior.

35 En segundo lugar, por lo que respecta a la carga y al grado de prueba, la EUIPO señala que la Sala de Recurso reconoció, en primer término, en los apartados 35 y 36 de la resolución impugnada, que los documentos que figuran en los anexos 4 a 9 eran en buena medida explícitos y contenían códigos de productos y referencias a la marca controvertida; en segundo término, en los apartados 49 y 50 de la resolución impugnada, que las facturas y los documentos comerciales mostraban que los productos eran vendidos por la titular de dicha marca, o con el consentimiento de esta, a diversas entidades de varios Estados miembros de la Unión, de modo que las pruebas proporcionaban indicaciones suficientes sobre la extensión territorial del uso alegado; en tercer término, en el apartado 53 de la resolución impugnada, que la marca controvertida aparecía en la indicación del producto que figuraba en las facturas y en los documentos comerciales, en los catálogos y en las capturas de pantalla de páginas del sitio web de la recurrente y que el uso de esa marca era público, de cara al exterior y manifiesto para los clientes efectivos o potenciales de los productos, y, en cuarto término, en el apartado 64 de la resolución impugnada, que los catálogos aportados mostraban el uso de la marca controvertida para una variedad de productos designados por esta.

36 En tercer lugar, la EUIPO puso de manifiesto que la Sala de Recurso había demostrado, por el contrario, en los apartados 83, 84 y 87 de la resolución impugnada, que la recurrente no había probado el alcance del uso de la marca controvertida, ya que no había aportado explicaciones o pruebas que permitieran establecer un vínculo claro entre los productos exactos indicados en las diferentes facturas y la documentación restante, incluidos los distintos códigos de productos. Además, la EUIPO puntualiza que la Sala de Recurso estimó que las referencias cruzadas podrían

haber conferido a las facturas el valor probatorio requerido que faltaba en las observaciones de la recurrente y que la División de Anulación se había pronunciado basándose en meras probabilidades o presunciones.

37 A este respecto, la EUIPO aduce, al igual que la recurrente en el escrito de interposición del recurso, que el Tribunal General ya ha confirmado que una comparación diligente de los códigos de producto en las reproducciones de productos en fotografías y en los catálogos, por un lado, y en las facturas, por otro lado, no equivale a una simple estimación de probabilidad o a una mera suposición, sino que implica un proceso racional y lógico dentro de la apreciación del uso efectivo [véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, W.B. Studio/EUIPO — E.Land Italy (BF BELFE), T-54/23, no publicada, EU:T:2024:481, apartados 60 y 61]. Es más, la EUIPO señala que la Sala de Recurso reconoció, en los apartados 79, 80, 82 y 83 de la resolución impugnada, el trabajo de la División de Anulación y confirmó las descripciones de los productos que figuraban en los documentos que incluían referencias a la marca controvertida. Dichas referencias incluyen también una breve descripción de los productos que, según la EUIPO, permiten identificar en las facturas siete ejemplos de códigos de productos que podían asociarse a los catálogos, de conformidad con las explicaciones dadas por la recurrente ante la División de Anulación y la Sala de Recurso. En tal sentido, añade la EUIPO, la recurrente explicó, en sus observaciones sobre la prueba del uso de 14 de abril de 2023 y en sus observaciones en respuesta al recurso de 22 de mayo de 2024, que los números de referencia que figuraban en las páginas 122 a 127 del catálogo presentado en el anexo 10 podían ser objeto de referencias cruzadas con las facturas. La recurrente también facilitó, según la EUIPO, una lista de productos referenciados y que figuraban en las imágenes.

38 En la circunstancias señaladas, la EUIPO, en cuarto lugar, estima que no existían razones para que la recurrente aportara explicaciones adicionales para vincular cada uno de los artículos mencionados en las facturas y los catálogos de productos, de modo que la Sala de Recurso, añade la EUIPO, impuso, en las circunstancias específicas de este asunto, una carga de la prueba no razonable en el sentido del Reglamento 2017/1001 y del apartado 31 de la sentencia de 19 de octubre de 2022, Louis Vuitton Malletier/EUIPO — Wisniewski (Representación de una trama en damero II) (T-275/21, no publicada, EU:T:2022:654).

39 En consecuencia, la EUIPO se abstuvo de presentar observaciones en respuesta a las demás alegaciones de la recurrente y solicita la anulación de la resolución impugnada.

40 A tenor de los artículos 18, apartado 1, párrafo primero, y 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001, se declarará que los derechos del titular de la marca de la Unión han caducado, mediante solicitud presentada ante la EUIPO, si, dentro de un período ininterrumpido de cinco años, la marca 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.

41 Por lo que respecta a los criterios de apreciación del uso efectivo, el artículo 10, apartado 3, 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), es aplicable *mutatis mutandis* a los procedimientos de caducidad en virtud del artículo 19, apartado 1, de ese mismo Reglamento. El artículo 10, apartado 3, del Reglamento mencionado establece que la prueba del uso debe versar sobre el lugar, el tiempo, el alcance y la naturaleza del uso de la marca controvertida.

42 Además, en virtud del artículo 10, apartado 4, del Reglamento Delegado 2018/625, la prueba del uso efectivo se limitará 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 las que hace referencia el artículo 97, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001.

43 En el contexto de un procedimiento de caducidad de una marca, corresponde, en principio, al titular de esta demostrar el uso efectivo de dicha marca (véase la sentencia de 23 de enero de 2019, Klement/EUIPO, C-698/17 P, no publicada, EU:C:2019:48, apartado 57 y jurisprudencia citada).

44 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. Por consiguiente, procede realizar una apreciación global que tenga en cuenta todos los factores del supuesto concreto e implique cierta interdependencia entre los factores tomados en consideración [véase la sentencia de 8 de julio de 2020, Euroapotheca/EUIPO — General Nutrition Investment (GNC LIVE WELL), T-686/19, no publicada, EU:T:2020:320, apartado 35 y jurisprudencia citada].

45 No se exige que cada prueba contenga información sobre cada uno de los cuatro elementos sobre los que debe versar la prueba del uso efectivo, a saber, el lugar, el tiempo, la naturaleza y el alcance del uso. Un conjunto de pruebas puede permitir demostrar los hechos que han de acreditarse, aunque cada una de tales pruebas, considerada aisladamente, resulte insuficiente para acreditar la exactitud de los referidos hechos [véase la sentencia de 5 de marzo de 2019, Meblo Trade/EUIPO — Meblo Int (MEBLO), T-263/18, no publicada, EU:T:2019:134, apartado 84 y jurisprudencia citada]. Además, la cuestión de si una marca ha sido objeto de un uso efectivo debe ser apreciada globalmente teniendo en cuenta todos los elementos disponibles. Así pues, no se trata de analizar cada una de las pruebas aisladamente, sino de analizarlas conjuntamente, para identificar el sentido más probable y coherente [véase la sentencia de 21 de noviembre de 2013, Recaro/OAMI — Certino Mode (RECARO), T-524/12, no publicada, EU:T:2013:604, apartado 31 y jurisprudencia citada].

46 Con carácter preliminar, como se confirmó en la vista, dado que la duración, el lugar y la naturaleza del uso de la marca controvertida no se cuestionan en el presente procedimiento, es preciso examinar los elementos aportados y las alegaciones formuladas por las partes en la medida en que se refieren al alcance del uso efectivo y a la carga de la prueba de ese uso que incumbe a la titular de dicha marca.

47 En las circunstancias señaladas, ha de subrayarse, en primer término, que es pacífico entre las partes y que se desprende de los apartados 6 y 40 de la resolución impugnada que el período pertinente relativo a la duración del uso de la marca controvertida va desde el 8 de diciembre de 2017 al 7 de diciembre de 2022.

48 En segundo término, de los apartados 49 y 50 de la resolución impugnada se desprende que las pruebas aportadas por la recurrente, que es una entidad domiciliada fuera de la Unión, a saber, Turquía, acreditaban que la propia recurrente o, con su consentimiento, otros distribuidores vendían los productos de aquella a diversas entidades en varios Estados miembros de la Unión, entre ellos, en particular, Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Dinamarca, España,

Irlanda, Italia, Grecia, Hungría, Lituania, Malta, Países Bajos, Polonia, República Checa, Rumanía, Eslovaquia y Suecia, y que las divisas mencionadas en las diferentes facturas y en los diferentes documentos comerciales eran principalmente en euros.

49 En tercer término, por lo que respecta a la naturaleza del uso de la marca controvertida, de los apartados 51 a 64 de la resolución impugnada se desprende que las pruebas contenían suficientes ejemplos del uso de dicha marca como para concluir que esta era utilizada para productos en cuanto que indicación de su origen comercial.

50 En cuarto término, la Sala de Recurso consideró, en los apartados 51 a 53 de la resolución impugnada, que la marca controvertida había sido objeto de un uso como marca en el tráfico económico, en particular puesto que dicha marca había sido utilizada de manera pública, de cara al exterior y manifiesta para clientes reales o potenciales de los productos en cuestión en el territorio de la Unión. Más concretamente, la Sala de Recurso concluyó que se había acreditado suficientemente un vínculo manifiesto entre, por un lado, el referido uso como indicación del origen comercial y como medio de publicidad y, por otro lado, los productos pertinentes comprendidos en la clase 21 que son objeto del recurso.

51 Además, en quinto término, en los apartados 54 a 62 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso consideró que las pruebas presentadas por la recurrente demostraban, en esencia, el uso del signo tal como había sido registrado.

52 No obstante, por lo que respecta al alcance del uso de la marca controvertida, la Sala de Recurso consideró, a diferencia de la División de Anulación, que no podía concluir, basándose en las pruebas en su conjunto, que el uso efectivo de dicha marca se hubiera probado en una medida bastante para los productos pertinentes objeto del recurso y que, además, el referido uso no podía demostrarse, en ese sentido, mediante meras probabilidades o presunciones.

53 A este respecto, en primer lugar, por lo que se refiere a los catálogos presentados en los anexos 10 y 11, la Sala de Recurso consideró, en los apartados 71 a 73 de la resolución impugnada, que estos se facilitaban en inglés y en turco, que se referían a los años 2014 y 2023 y que mostraban claramente la marca controvertida en forma de marca denominativa o de un signo figurativo en relación con diversos productos de vidrio, pero que no cabía extraer ninguna conclusión sobre el alcance de ese uso, ya que habría sido difícil determinar los lugares en los que se habían impreso o publicado los catálogos o demostrar los lugares y la naturaleza de su distribución. Además, la Sala de Recurso concluyó que los catálogos no demostraban que los productos en cuestión se hubieran ofrecido efectivamente bajo la marca controvertida durante el período pertinente y en el territorio pertinente. A este respecto, la Sala de Recurso también reprochó a la recurrente que se hubiera abstenido de presentar información adicional.

54 En segundo lugar, la Sala de Recurso consideró que, ciertamente, las pruebas presentadas por la recurrente se basaban en gran medida en las facturas y en los documentos comerciales incluidos en los anexos 4 a 9, que mostraban las ventas reales de los productos en cuestión. No obstante, la Sala de Recurso consideró que esos documentos carecían del valor probatorio exigido, en la medida en que, en esencia, había sido imposible determinar los productos específicos cubiertos por los diferentes códigos de productos, así como su volumen comercial, la frecuencia y la duración de las ventas, y en la medida en que esas facturas no demostraban que los productos supuestamente portadores de la marca controvertida hubieran sido ofrecidos en algún momento en un punto de venta en la Unión y menos aún adquiridos por un consumidor final. Además, la Sala de Recurso reprochó a la recurrente no haber presentado facturas de ventas a distribuidores

locales o a consumidores finales, fotografías de buena calidad de los productos en los establecimientos minoristas en el territorio de la Unión o incluso catálogos o cualquier otro material publicitario que demostrara el uso para con el consumidor de la Unión.

55 En este sentido, en tercer lugar, la Sala de Recurso reprochó, en esencia, en el apartado 83 de la resolución impugnada, a la recurrente que se hubiera abstenido de facilitar más detalles sobre el contenido de las facturas y sobre los productos a los que estas se refieren específicamente, haciendo caso omiso del trabajo de establecimiento de referencias realizado por la División de Anulación. Por ello, la Sala de Recurso consideró que la recurrente no estaba en condiciones de explicar la existencia de un vínculo claro, expreso y demostrado, que permitiera saber a qué productos de los catálogos hacían referencia los códigos y que era imposible deducir de esos códigos los productos específicos de los que se trataba y cuál era el alcance de su uso. Según la Sala de Recurso, la inexistencia de explicaciones de esa naturaleza alteraba y debilitaba el valor probatorio de las facturas. También consideró, en el apartado 84 de la resolución impugnada, que el conjunto de las pruebas presentadas era insuficiente para constituir un conjunto de pruebas sólidas y objetivas del uso efectivo. Además, según la Sala de Recurso, el referido conjunto no cumplía los requisitos exigidos para probar el uso efectivo de la marca controvertida. Por consiguiente, la Sala de Recurso estimó que se vio, sustancialmente, obligada a limitar su examen pues tal examen no podía basarse en presunciones o probabilidades debido a la falta de pruebas de valor.

56 Por último, en cuarto lugar, en el apartado 85 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso reprochó a la recurrente haber aportado documentos de calidad extremadamente mediocre, hasta el punto de ir en detrimento de la lectura y la comprensión de estos, y, en el apartado 86 de la citada resolución, le reprochó haber presentado facturas que contenían códigos de productos que no incluían la mención «lv-» que hiciera referencia a la marca controvertida. Por consiguiente, la Sala de Recurso consideró que los importes totales facturados no coincidían con la venta en exclusiva de los productos cubiertos por dicha marca.

57 Según la jurisprudencia y como se desprende de los apartados 43 a 45 de la presente sentencia, aunque el valor probatorio de una prueba sea limitado —en la medida en que, considerado aisladamente, no demuestra con certeza si, y de qué modo, los productos de que se trata han sido comercializados— y por más que esa prueba no sea, por tanto, decisiva por sí sola, puede no obstante tenerse en cuenta en la apreciación global del carácter efectivo del uso. Así sucede, por ejemplo, cuando ese elemento probatorio corrobora los demás factores pertinentes del caso de que se trate [véase, en este sentido, la sentencia de 6 de marzo de 2014, Anapurna/OAMI — Annapurna (ANNAPURNA), T-71/13, no publicada, EU:T:2014:105, apartado 45 y jurisprudencia citada].

58 En el asunto que nos ocupa, en primer término, procede observar que la Sala de Recurso pudo examinar con facilidad todas las pruebas presentadas por la recurrente y determinó, sobre esta base y de forma motivada, la duración, el lugar y el uso de la marca controvertida. Más concretamente, en los apartados 35 y 36 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso afirmó que los documentos que figuran en los anexos 4 a 9 eran en buena medida explícitos y contenían códigos de productos y las menciones de la marca controvertida. Además, la Sala de Recurso también consideró que la información clave que figuraba en los documentos aportados era clara y comprensible, lo que la hacía ampliamente explícita y suficiente a efectos del presente procedimiento.

59 Por lo tanto, la Sala de Recurso se contradijo en sus fundamentos de Derecho al achacar a la recurrente, en los apartados 84 a 86 de la resolución impugnada, que había presentado pruebas de calidad mediocre, que no constituían pruebas sólidas y objetivas del uso de la marca controvertida.

60 En segundo término, la Sala de Recurso también incurrió en una motivación contradictoria en la resolución impugnada al concluir, en los apartados 72 y 73 de esta, que los catálogos aportados en los anexos 10 y 11 no demostraban que los productos de que se trata hubieran sido efectivamente puestos a la venta en el territorio pertinente, cuando previamente había declarado, en los apartados 70 y 71 de la misma resolución, basándose en esos catálogos, que la recurrente operaba en la industria del vidrio y exportaba sus productos a ciento cuarenta países, entre ellos Estados miembros de la Unión, al tiempo que ponía de manifiesto, por otra parte, la existencia de una oficina de comercialización y de venta de una parte de los citados productos en Italia.

61 En tercer término, en contra de lo que sostiene la EUIPO, del apartado 76 de la resolución impugnada se desprende que la Sala de Recurso tenía el propósito de imponer, como prueba del uso de la marca controvertida, cualquier elemento que permitiera probar la venta de los productos en cuestión a consumidores finales en el territorio de la Unión. Pues bien, considerar que el uso de cara al exterior de una marca, en el sentido de la jurisprudencia, consiste necesariamente en un uso orientado hacia los consumidores finales equivaldría a excluir las marcas utilizadas únicamente en las relaciones entre empresas de la protección del Reglamento 2017/1001. En efecto, el público pertinente al que las marcas buscan dirigirse no solo comprende a los consumidores finales, sino también a especialistas, a clientes industriales y a otros usuarios profesionales [véase la sentencia de 1 de marzo de 2023, Worldwide Brands/EUIPO — Wan (CAMEL), T-552/21, no publicada, EU:T:2023:98, apartado 88 y jurisprudencia citada].

62 Por lo tanto, la Sala de Recurso incurrió en error de Derecho al obligar a la recurrente, en esencia, a que aportara la prueba de la venta de los productos en cuestión a consumidores finales como prueba del uso efectivo de la marca controvertida. De lo anterior se sigue, además, que la prueba de la venta de los productos en cuestión a consumidores finales no es pertinente en el presente asunto, de modo que procede desestimar las pruebas y las alegaciones formuladas por la recurrente en los apartados 41 y 42 del escrito de interposición del recurso, sin que sea necesario pronunciarse sobre su admisibilidad.

63 En cuarto término, es preciso recordar que, en el apartado 88 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso concluyó que el expediente no contenía pruebas suficientes, ni siquiera consideradas conjuntamente, que permitieran deducir el alcance del uso de la marca controvertida para los productos de que se trata.

64 A este respecto, en primer lugar, es cierto que los anexos 10 y 11 no permiten demostrar de manera explícita e inequívoca el uso de la marca controvertida en el territorio pertinente y durante el período pertinente. Sin embargo, de acuerdo con la jurisprudencia, es necesario considerar que, dado que la duración de la vida comercial de un producto se extiende por lo general a un período determinado y que la continuidad del uso forma parte de las indicaciones que deben tenerse en cuenta para demostrar que el uso se destinaba objetivamente a crear o a conservar una cuota de mercado, los documentos que no corresponden al período pertinente, lejos de carecer de interés, deben ser tomados en consideración y apreciados conjuntamente con los otros elementos, ya que pueden aportar la prueba de una explotación comercial real y efectiva de la marca [véase la sentencia de 16 de junio de 2015, Polytetra/OAMI — EI du Pont de Nemours (POLYTETRAFLON), T-660/11, EU:T:2015:387, apartado 54 y jurisprudencia citada].

65 En el presente asunto, como acertadamente señaló la Sala de Recurso en el apartado 53 de la resolución impugnada, los anexos 10 y 11 demostraban el uso manifiesto y de cara al exterior de la marca controvertida en el tráfico económico, entre 2014 y 2023, es decir, durante un período superior y más amplio que el período pertinente, lo que constituía un indicio que debía tenerse en cuenta en la apreciación del alcance del uso en las circunstancias del presente asunto. De la anterior se deduce que la Sala de Recurso incurrió en error de apreciación al abstenerse, en el contexto de la apreciación del alcance del uso, de examinar de manera razonable y global los anexos 10 y 11, conjuntamente con el conjunto de las referencias y elementos pertinentes que se desprendían de los anexos 4 a 9.

66 En segundo lugar, en los apartados 49 y 50 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso consideró que el conjunto de las facturas y documentos comerciales mostraban que los productos de que se trata habían sido vendidos por la recurrente o, con su consentimiento, a diversas entidades en varios Estados miembros de la Unión y que estos elementos proporcionaban suficientes indicaciones sobre la extensión territorial del uso alegado. Asimismo, en el apartado 53 de dicha resolución, la Sala de Recurso afirmó que la marca controvertida aparecía en la indicación de los productos que constaban en las facturas y en los documentos comerciales, en los catálogos y en las capturas de pantalla de páginas del sitio de Internet de la recurrente, y que el uso de la marca controvertida era público, de cara al exterior y manifiesto para el público de la Unión. Por último, en el apartado 64 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso concluyó que los catálogos mostraban el uso de la marca controvertida para una variedad de productos designados por esta.

67 Del expediente de la EUIPO se desprende que la recurrente aportó 902 páginas de facturas relacionadas con la venta de una multitud de productos cubiertos por la marca controvertida, de los cuales la mayoría de las referencias incluidas se referían expresamente a la marca controvertida mediante el uso del elemento «lv» antes del código del producto en cuestión, producto que cabe determinar confrontándolo con los catálogos aportados en los anexos 10 y 11.

68 En efecto, en las circunstancias del presente asunto, no sería razonable considerar que los productos comercializados por una empresa no podrían ser reconocidos de manera explícita mediante su código de producto en los catálogos de su fabricante, puesto que era supuestamente imposible determinar el lugar de impresión de dichos catálogos y su distribución efectiva en el territorio pertinente durante el período pertinente. Además, como se desprende de la jurisprudencia citada en el apartado 64 de la presente sentencia, el hecho de que los productos se pongan a la venta durante un período más amplio que el que delimita el período pertinente puede precisamente reforzar los argumentos en favor del alcance del uso de la marca controvertida.

69 En tercer lugar, como se desprende de la jurisprudencia citada en el apartado 37 de la presente sentencia y de reiterada jurisprudencia, la comparación diligente de los códigos de producto en las reproducciones de productos en fotografías y catálogos, por un lado, y en las facturas, por otro lado, no equivale a una simple estimación de una probabilidad o a una mera suposición, sino que implica un proceso racional y lógico en el marco de la apreciación del uso efectivo [véase, en este sentido, la sentencias de 27 de abril de 2022, LG Electronics/EUIPO — Anferlux-Electrodomésticos (SmartThinQ), T-181/21, no publicada, EU:T:2022:247, apartado 91; de 6 de septiembre de 2023, Weider Germany/EUIPO — Den i Nosht (YIPPIE!), T-45/22, no publicada, EU:T:2023:513, apartado 42, y de 17 de julio de 2024, W.B. Studio/EUIPO — E.Land Italy (BELFE), T-50/23, no publicada, EU:T:2024:480, apartados 60 y 61]. A este respecto, la recurrente señaló justificadamente, durante la vista, que la Sala de Recurso y, con mayor razón, la División de Anulación no incurrían en exceso de poder al establecer, por iniciativa propia o

mediante la apreciación global de las pruebas que se les presentaban, el vínculo entre las reproducciones de los productos en las fotos y en los catálogos, por un lado, y las facturas de los mismos productos, por otro lado, basándose en su respectiva indicación de los códigos de artículos, que resultaban ser idénticos [véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, BF BELFE, T-54/23, no publicada, EU:T:2024:481, apartado 61].

70 Por lo tanto, la Sala de Recurso incurrió en error de apreciación al considerar, en el apartado 87 de la resolución impugnada, que la División de Anulación había basado su examen sobre el alcance del uso de la marca controvertida en conclusiones extraídas de pruebas presentadas sin tener pleno conocimiento del contenido de estas y que, de ese modo, se había pronunciado sobre la base de probabilidades o presunciones.

71 En particular, se desprende, por una parte, de los apartados 81 y 82 de la resolución impugnada y, por otra parte, de las páginas 11 a 13 de las observaciones de la recurrente sobre la prueba del uso, de 14 de abril de 2023, y de las páginas 12 y 13 de sus observaciones en respuesta al recurso de 22 de mayo de 2024, que la recurrente había indicado y explicado a la División de Anulación y a la Sala de Recurso que los números de referencia de los productos que figuran en las páginas 122 y 127 del catálogo que obra en el anexo 10 podían ser objeto de referencias cruzadas con las facturas y había aportado una lista de productos referenciados y que figuraban en las imágenes. Por otra parte, procede observar asimismo que la Sala de Recurso tampoco motiva, de manera clara y suficiente, las razones por las que se apartó de las apreciaciones de la División de Anulación y refutó la procedencia de las referencias cruzadas establecidas por dicha División y que le permitieron caracterizar, sobre la base de elementos que había estimado concretos y sustanciales, el alcance del uso de la marca controvertida. Así pues, la Sala de Recurso también incurrió en falta de motivación en su resolución.

72 Por consiguiente, en cuarto lugar, de los apartados 81 a 83 de la resolución impugnada se desprende que las explicaciones facilitadas por la recurrente ante la División de Anulación y posteriormente ante la Sala de Recurso, eran capaces de poner de relieve la venta de varios de los productos mencionados en el apartado 5 de la presente sentencia, durante el período pertinente y en cantidades y por importes lo suficientemente elevados como para concluir que la marca controvertida fue objeto de un uso continuado, efectivo y significativo para los productos de que se trata, en virtud de la jurisprudencia según la cual una marca es objeto de un uso efectivo, en el sentido del artículo 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001, 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 (sentencia de 3 de julio de 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, apartado 38; véase también, por analogía, la sentencia de 11 de marzo de 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, apartado 43).

73 En cualquier caso, de los anexos 4 a 9 se desprende claramente, como alega la recurrente, que se vendieron productos de la marca controvertida en el territorio pertinente entre 2017 y 2022. En efecto, conforme a las alegaciones de la recurrente, es posible constatar que las facturas contienen 2 919 líneas que incluyen la referencia LV, que se relacionan de ese modo, como se desprende del apartado 67 de la presente sentencia, con la venta de productos comercializados por la recurrente, cuyo importe total asciende a más de 6,485 millones de euros, repartidos en el período pertinente.

74 Por otra parte, al reprochar a la recurrente, en los apartados 72 y 83 de la resolución impugnada, que esta se hubiera abstenido deliberadamente de presentar información adicional o haber decidido conscientemente no dar más detalles en cuanto a las referencias precisas que figuran en las facturas, la Sala de Recurso quiso, si se atiende a los apartados 73 a 85 de dicha resolución, obligar a la recurrente a realizar el trabajo de establecer referencias cruzadas de las 2 919 líneas de facturas con cada uno de los productos correspondientes que figuraban en los catálogos. Además, como se confirmó en la vista, la Sala de Recurso no solicitó ninguna información o explicación adicional, de modo que no puede reprochar a la recurrente abstención intencionada alguna de aportar —como según la Sala de Recurso incumbía a la recurrente— elementos de prueba o de hecho. Pues bien, la Sala de Recurso se hallaba en condiciones razonables de apreciar el alcance del uso efectivo de la marca controvertida basándose en todas las pruebas, consideradas en su conjunto, que se le habían presentado o basándose en los diferentes indicios deducidos en las sucesivas etapas de su examen o, incluso, gracias a las indicaciones que la recurrente había aportado en sus escritos sucesivos y que la División de Anulación había retomado.

75 Por lo tanto, en estas circunstancias, procede considerar, por un lado, que la Sala de Recurso incurrió en error de apreciación en cuanto a la extensión del examen de las pruebas presentadas por la recurrente a efectos de demostrar el alcance del uso de la marca controvertida y, por otro lado, que la Sala de Recurso quiso imponer a la recurrente una exigencia excesiva en cuanto a la calidad de prueba y una carga probatoria no razonable en el contexto de un procedimiento de caducidad por falta de uso efectivo.

76 A este respecto, en quinto lugar, es cierto que incumbe, en principio, al titular de la marca controvertida, y no a la EUIPO actuando de oficio, demostrar el uso efectivo de dicha marca (sentencia de 26 de septiembre de 2013, Centrotherm Systemtechnik/OAMI y centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, apartado 63). No obstante, como se ha recordado en el apartado 42 de la presente sentencia, la prueba del uso efectivo se limita a la presentación de documentos acreditativos, como listas de precios, catálogos o facturas, que es lo que sucedió en el presente asunto.

77 Además, conforme a la jurisprudencia citada en el apartado 44 de esta sentencia, la prueba del uso efectivo debe basarse en elementos concretos y objetivos que acrediten una utilización efectiva y suficiente de la marca en el mercado de que se trate. Sin embargo, esta exigencia de prueba cierta no puede dar lugar a una carga de la prueba no razonable o excesiva ni basarse en exigencias de calidad de la prueba más estrictas que los requisitos recordados por la jurisprudencia en relación con los artículos 18, apartado 1, y 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001.

78 Con carácter preliminar, procede desestimar de entrada las alegaciones de la EUIPO, formuladas en su escrito de contestación, basadas, en esencia, en la doctrina extraída de la sentencia de 5 de octubre de 2022, Puma/EUIPO — CMS (CMS Italy) (T-711/20, no publicada, EU:T:2022:604), referida a un procedimiento que versaba sobre un menoscabo al renombre, basado en el artículo 8, apartado 5, del Reglamento 2017/1001, que es autónomo con respecto al presente procedimiento y cuyas exigencias específicas no pueden asimilarse de manera equivalente.

79 En el presente asunto, la Sala de Recurso adoptó un enfoque muy estricto en el apartado 83 de la resolución impugnada, al exigir a la recurrente que estableciera un vínculo claro entre los diferentes códigos de las facturas y los productos en cuestión, que fuera «explicado, expresado y demostrado». Pues bien, la Sala de Recurso no puede, sin incurrir en error de Derecho, imponer, en el contexto de un procedimiento de caducidad basado en los artículos 18, apartado 1, y 58,

apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001, una exigencia de calidad de la prueba que exceda del umbral admisible de la prueba de un uso efectivo y suficiente que sea corroborado por elementos o un conjunto de indicios suficientes deducidos como consecuencia de la interdependencia de los diferentes factores pertinentes, en el sentido de la jurisprudencia citada en los apartados 44 y 45 de la presente sentencia.

80 En sexto lugar, procede recordar, como hizo la EUIPO en su escrito de contestación (véase el apartado 38 de esta sentencia), que la aplicación de los requisitos legales relativos a la carga de la prueba que incumbe al titular de una marca en el marco de un procedimiento de caducidad para demostrar el uso efectivo de la marca controvertida no debe llevar a que se le imponga una carga de la prueba no razonable.

81 En efecto, imponer una carga de la prueba no razonable o excesiva puede dar lugar a una vulneración del derecho a una buena administración, que forma parte de los principios generales del Derecho de la Unión y que también está consagrado en el artículo 41 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea [véanse, por analogía, las sentencias de 19 de octubre de 2022, Representación de una trama en damero II, T-275/21, no publicada, EU:T:2022:654, apartado 31, y de 6 de marzo de 2024, Lidl Stiftung/EUIPO — MHCS (Tono del color naranja), T-652/22, no publicada, EU:T:2024:152, apartado 87, y el auto de 1 de julio de 2025, Santos/EUIPO (Forma de exprimidor de cítricos), T-668/24, no publicado, EU:T:2025:668, apartado 31].

82 Habida cuenta de todo lo anterior, es preciso declarar que, en primer lugar y como se desprende de los apartados 58 a 60 de la presente sentencia, la Sala de Recurso incurrió en varias contradicciones de motivación en la resolución impugnada; en segundo lugar, como se desprende de los apartados 67 a 75 de la presente sentencia, la Sala de Recurso incurrió en varios errores de apreciación y de Derecho en cuanto al examen de las pruebas sobre el alcance del uso de la marca controvertida, y, en tercer lugar, por este motivo, impuso a la recurrente una exigencia de calidad de la prueba excesiva y, por tanto, una carga de la prueba no razonable, infringiendo los artículos 18, apartado 1, y 58, apartado 1, letra a), del Reglamento 2017/1001, de modo que procede estimar el motivo único de la recurrente y anular la resolución impugnada.

Costas

83 A tenor del artículo 134, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento, la parte que haya visto desestimadas sus pretensiones será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte.

84 En la medida en que se anula la resolución impugnada, procede condenar a la EUIPO a cargar con sus propias costas y con las de la recurrente, conforme a lo solicitado por esta.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera)

decide:

1) **Anular la resolución de la Cuarta Sala de Recurso de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) de 22 de agosto de 2024 (asunto R 214/2024-4).**

2) **Condenar a la EUIPO a cargar, además de con sus propias costas, con las de Gürok Turizm ve Madencilik AŞ.**

Škvařilová-Pelzl Nõmm Kukovec

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 19 de noviembre de 2025.

Firmas