Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Tercera)

de 17 de mayo de 2017*

«Recurso de casación — Marca de la Unión Europea — Marca figurativa que incluye el elemento denominativo “deluxe” — Denegación del registro por el examinador»

En el asunto C-437/15 P,

que tiene por objeto un recurso de casación interpuesto, con arreglo al artículo 56 del Estatuto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el 10 de agosto de 2015,

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), representada por la Sra. S. Palmero Cabezas, en calidad de agente,

parte recurrente,

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

Deluxe Entertainment Services Group Inc., anteriormente Deluxe Laboratories Inc., con domicilio social en Burbank (Estados Unidos), representada por las Sras. L. Gellman, advocate, y M. Esteve Sanz, abogada,

parte demandante en primera instancia,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Tercera),

integrado por el Sr. L. Bay Larsen, Presidente de Sala, y los Sres. M. Vilaras, J. Malenovský, M. Safjan y D. Šváby (Ponente), Jueces;

Abogado General: Sr. M. Campos Sánchez-Bordona;

Secretario: Sra. M. Ferreira, administradora principal;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 9 de noviembre de 2016;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 25 de enero de 2017;

dicta la siguiente

* Lengua de procedimiento: español.

Sentencia

1 En su recurso de casación, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) solicita la anulación de la sentencia dictada por el Tribunal General de la Unión Europea el 4 de junio de 2015, Deluxe Laboratories/OAMI (deluxe) (T-222/14, en lo sucesivo, «sentencia recurrida», EU:T:2015:364), mediante la que dicho Tribunal ha anulado la resolución de la Segunda Sala de Recurso de la EUIPO de 22 de enero de 2014 (R 1250/2013-2), la cual desestimó el recurso interpuesto por Deluxe Laboratories Inc., que ha pasado a ser posteriormente Deluxe Entertainment Services Group Inc. (en lo sucesivo, «Deluxe»), contra la resolución del examinador por la que se había denegado el registro del signo figurativo «deluxe» como marca de la Unión Europea (en lo sucesivo, «resolución litigiosa»).

Marco jurídico

2 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), establece en su artículo 7, titulado «Motivos de denegación absolutos»:

«1. Se denegará el registro de:

[...]

b) las marcas que carezcan de carácter distintivo;

[...]

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

[...]»

3 El artículo 75 del mismo Reglamento dispone:

«Las resoluciones de la [EUIPO] se motivarán. Solamente podrán fundarse en motivos respecto de los cuales las partes hayan podido pronunciarse.»

Antecedentes del litigio

4 El Tribunal General ha resumido los hechos que dieron lugar al litigio en los apartados 1 a 7 de la sentencia recurrida, del modo siguiente:

«1 El 10 de octubre de 2012, la demandante, [Deluxe], presentó una solicitud de registro de marca comunitaria ante la [EUIPO] con arreglo al [Reglamento n.º 207/2009].

2 La marca [solicitada] es el signo figurativo siguiente:



3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro están comprendidos en las clases 9, 35, 37, 39 a 42 y 45 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 responden, para cada una de dichas clases, a la descripción siguiente [conforme a la traducción en lengua española proporcionada por la EUIPO]:

— Clase 9: "[Películas cinematográficas y películas de televisión con vídeos musicales, de acción/aventura, de comedia, dramáticas, de terror, de temas familiares, de temas infantiles, de anime, de deportes, documentales, con anuncios, de ciencia ficción, de historia, educativas, de acción en directo, generadas por ordenador, de animación, de dos dimensiones, de tres dimensiones, con avances de películas, con anuncios de servicios públicos, de ficción, de no ficción, de realidad y de suspense; medios digitales, en concreto DVD, DVD de alta definición y discos ópticos pregrabados con vídeos musicales, de acción/aventura, de comedia, dramáticos, de terror, de temas familiares, de temas infantiles, de anime, de deportes, documentales, con anuncios, de ciencia ficción, de historia, educativos, de acción en directo, generados por ordenador, de animación, de dos dimensiones, de tres dimensiones, con avances de películas, con anuncios de servicios públicos, de ficción, de no ficción, de realidad y de suspense, y grabaciones descargables de audio y de vídeo con películas cinematográficas, espectáculos de televisión y programas de vídeo]".

— Clase 35: "[Control de inventario y seguimiento y rastreo informatizados de paquetes en tránsito; publicidad y marketing de películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; elaboración de presentaciones audiovisuales en los ámbitos de la música, las películas cinematográficas, los programas de televisión y los anuncios; elaboración de presentaciones audiovisuales para usar en publicidad; servicios de edición de posproducción de anuncios de vídeo y audio; comercialización de productos; servicios empresariales, en concreto externalización en el ámbito de los servicios de traducción, en concreto, transferencia de información sobre leyendas y subtítulos para obras audiovisuales; gestión comercial de activos en forma de programas de televisión, películas cinematográficas y anuncios, y contenidos mediáticos audiovisuales comerciales, industriales y corporativos; organización y dirección de ferias y exposiciones con fines comerciales o publicitarios en el ámbito del esparcimiento, la televisión, el software y los videojuegos; servicios de organización, en concreto indización de archivos con contenidos cinematográficos, de vídeo, audio, imágenes y documentos para el

sector de la posproducción; servicios de presentación de archivos digitales con contenidos cinematográficos, de vídeo, audio, imágenes y documentos para el sector de la posproducción; gestión de inventarios, en concreto localización de archivos digitales con contenidos cinematográficos, de vídeo, audio, imágenes y documentos para el sector de la posproducción; servicios de gestión de negocios comerciales, en concreto gestión de activos digitales y de propiedad intelectual]".

— Clase 37: "[Servicios de rejuvenecimiento de películas, cintas, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados, en concreto limpieza de películas, cintas, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados]".

— Clase 39: "[Depósito y transporte de cámaras, películas, vídeos, medios digitales, tratamiento de datos y sus accesorios; almacenamiento y depósito de películas, medios digitales y de vídeo y material promocional relacionado con películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios, en concreto prendas de vestir, carteles y secuencias de películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; almacenamiento electrónico de imágenes digitales y de vídeo, grabaciones digitales de cine y sonido, almacenamiento de películas cinematográficas, espectáculos de televisión, anuncios, cine digital, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales y en línea grabados; almacenamiento de discos maestros de vídeo, cintas de audio y CD-ROM de música e imágenes; gestión de medios, en concreto traslado, archivo y transporte de archivos digitales con contenidos cinematográficos, de vídeo, audio, imágenes y documentos para el sector de la posproducción; empaquetado de artículos para su transporte; reparto de productos en camión; almacenamiento en almacenes y servicios de almacenamiento; empaquetado de mercancías para terceros, en concreto empaquetado de música, vídeos, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados y servicios de empaquetado personalizado de grabaciones de sonido, vídeo y datos, por encargo y según las especificaciones de terceros]".

— Clase 40: "[Duplicación y réplica de películas cinematográficas, espectáculos de televisión, anuncios y programas de vídeo en películas, cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; masterización y duplicación de positivos y negativos de películas cinematográficas en cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; corte de negativos; alquiler de impresoras y aparatos para revelado industrial e impresión para el sector fotográfico, cinematográfico y televisivo; realce del color de películas cinematográficas en blanco y negro; subtitulación cerrada de películas y vídeos; servicios de corrección digital de vídeos y transferencia de vídeo digital, en concreto corrección de color y conversión de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias a películas de vídeo; reproducción de películas y cualquier otro medio de vídeo, en concreto remasterización de películas de un formato a otro, y fabricación por contrato en el ámbito de los DVD; duplicación de cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados en todos los formatos profesionales; servicios de vídeo, en concreto masterización y duplicación de cintas de vídeo profesional, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; servicios de revelado de películas; servicios de transferencia de películas a cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados, en concreto conversión de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias a cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; servicios de copia de seguridad de películas y otros medios de vídeo, en concreto conservación y restauración digitales de películas cinematográficas; servicios de impresión de grabaciones de sonido, vídeo y datos; procesamiento e impresión de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias; conversión de películas

cinematográficas, películas de televisión y publicitarias de dos dimensiones a tres dimensiones; explotación de laboratorios para procesar películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias; formateado y conversión de medios y datos digitales; conversión digital de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias a cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales y en línea grabados; servicios de transferencia digital de películas a cintas, en concreto transferencia de películas a DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados]".

— Clase 41: "[Servicios de laboratorio y posproducción para películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias, cintas de vídeo y vídeo digital, en concreto escaneado de alta resolución de películas, temporización digital de color, grabación láser de películas en vídeo digital e imágenes de alta definición en películas; servicios de masterización digital y de vídeo para películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; captura digital de imágenes; manipulación digital y electrónica de imágenes para películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; grabación de imágenes digitales en películas; producción de medios de vídeo y audio, en concreto producción de casetes de vídeo y DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados para terceros; producción de efectos especiales visuales, ópticos y digitales para terceros para televisión, películas cinematográficas, anuncios, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados, en concreto cine digital; grabación y producción de audio; servicios de edición de películas; producción por medios electrónicos de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias a partir de cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otras grabaciones de medios digitales, descargables y en línea grabados; producción de efectos especiales visuales para cintas de vídeo, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; producción y distribución de películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; suministro de voz en off para cintas de vídeo, discos, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; servicios de consultoría en materia de producción y distribución de películas; producción de discos maestros de vídeo, cintas de audio y CD-ROM de música e imágenes; organización de la distribución o difusión de películas cinematográficas, espectáculos de televisión y anuncios; servicios de distribución de películas, cintas, DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; servicios de edición de vídeos, servicios de doblaje y edición de películas; vídeos y bandas sonoras para cine, televisión y anuncios]".

— Clase 42: "[Diseño y desarrollo de software informático; investigación y desarrollo de productos; alojamiento de sitios web de terceros; servicios de diseño de sitios web para terceros; marcas de agua digitales; servicios de diseño gráfico para medios impresos en el ámbito del esparcimiento; empaquetado y diseño de menús de DVD para terceros; diseño de empaquetado para medios de música, vídeo, DVD y digitales para terceros; control de calidad de la duplicación, réplica y distribución de películas y vídeos digitales para terceros; servicios de creación de contenidos, en concreto creación y desarrollo de software informático interactivo y contenidos mediáticos; diseño y desarrollo de productos multimedia, en concreto diseño de menús de DVD para terceros; recuperación de archivos digitales con contenidos cinematográficos, de vídeo, audio, imágenes y documentos para el sector de la posproducción; conversión de datos o documentos de medios físicos a medios electrónicos; servicios de creación de DVD, DVD de alta definición, discos ópticos pregrabados y otros medios digitales, descargables y en línea grabados; compresión de datos digitales; compresión digital de datos de audio y vídeo; compresión digital de datos de películas y vídeos; suministro de compresión digital de medios y datos digitales]".

— Clase 45: “[Servicios de consultoría en materia de seguridad de productos en los sectores cinematográfico, de la televisión y de la publicidad, en concreto autenticación de productos, detección de piratería de productos y grabación y seguimiento de datos digitales; impresión de seguridad, en concreto codificación de medios y datos digitales para rastrear la fuente de copias no autorizadas de estos, así como codificación y transcodificación de medios y datos digitales; codificación de películas cinematográficas, películas de televisión y publicitarias para rastrear la fuente de copias no autorizadas de estas; prestación de servicios de protección de contenidos para medios grabados; gestión de derechos antipiratería, en concreto servicios de protección de productos en los sectores cinematográfico, de la televisión y de la publicidad; tecnología y servicios relacionados con la protección, en concreto servicios de seguimiento y rastreo para proteger, seguir y rastrear películas codificadas para luchar contra el fraude, la piratería y la falsificación; servicios de protección de contenidos electrónicos; investigación y desarrollo relacionados con la descarga y el almacenamiento ilegales de archivos de películas cinematográficas, de televisión y de anuncios no autorizados]”.

[...]

5 Mediante resolución de 13 de junio de 2013, el examinador denegó la solicitud para todos los productos y servicios indicados en el apartado 3 de la presente sentencia, con arreglo al artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento n.º 207/2009, al considerar que la marca solicitada carece de carácter distintivo y que informa a los consumidores sobre la calidad de los productos y servicios controvertidos.

6 El 3 de julio de 2013, [Deluxe] interpuso un recurso ante la [EUIPO] contra la resolución del examinador, de conformidad con los artículos 58 a 64 del Reglamento n.º 207/2009.

7 Mediante [la resolución litigiosa], la Segunda Sala de Recurso de la [EUIPO] [en lo sucesivo, “Sala de Recurso”] confirmó la resolución del examinador. Entre otros aspectos consideró que, en la parte de la Unión Europea donde se entiende la lengua inglesa, el elemento denominativo “deluxe” no permite por sí solo distinguir los productos y servicios de la demandante de los de sus competidores, dado que se trata de una de las etiquetas promocionales comunes y consiste únicamente en una “afirmación de calidad superior”. Añadió que el término “deluxe” pertenece a la categoría de términos que deben excluirse del monopolio de la marca y que el elemento figurativo controvertido no es suficiente para conferir carácter distintivo a la marca solicitada. Por los mismos motivos, la Sala de Recurso confirmó la resolución del examinador en lo relativo a que la marca solicitada informa a los consumidores sobre la calidad de los productos y servicios controvertidos. La Sala de Recurso consideró igualmente que dicha marca no ha adquirido carácter distintivo como consecuencia de su uso en la Unión.»

Procedimiento ante el Tribunal General y sentencia recurrida

5 Mediante escrito presentado en la Secretaría del Tribunal General el 10 de abril de 2014, Deluxe interpuso un recurso solicitando la anulación de la resolución litigiosa.

6 Deluxe basó su recurso en cinco motivos relativos, respectivamente, al incumplimiento de la obligación de motivación; a la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n.º 207/2009; a la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del citado Reglamento; a la infracción del artículo 7, apartado 3, del mismo Reglamento; y a la violación del principio de confianza legítima, los derechos adquiridos y la legalidad de los actos comunitarios.

7 Deluxe alegó que la Sala de Recurso no había motivado la denegación de registro de la marca controvertida para cada uno de los productos y servicios designados. En particular, afirmó que dicha Sala no había tomado en consideración las características de cada uno de tales productos y servicios, lo cual constituye un elemento esencial para determinar el carácter de fantasía, sugestivo o alusivo del término «deluxe».

8 La EUIPO adujo que de la expresión «sin excepción», que figura en la resolución litigiosa, se desprende que la Sala de Recurso había procedido al examen individual de los productos y servicios controvertidos, y que dicha Sala había podido efectuar una motivación global porque todos esos productos y servicios pertenecen al sector audiovisual.

9 El Tribunal General estimó el recurso de Deluxe.

10 Tras recordar la jurisprudencia del Tribunal de Justicia en los apartados 15 a 18 de la sentencia recurrida, el Tribunal General señala en los apartados 20 a 22 de dicha sentencia que, en el caso de autos, habida cuenta de la descripción de más de noventa productos y servicios comprendidos en ocho clases diferentes y que se refieren a materias distintas, dichos productos y servicios presentan entre sí tales diferencias en cuanto a su naturaleza, sus características, su destino y su modo de comercialización que no puede considerarse que constituyan una categoría homogénea que permita a la Sala de Recurso efectuar una motivación global. Observa que la Sala de Recurso no ha indicado que los productos y servicios controvertidos presenten entre sí un vínculo suficientemente directo y concreto, hasta el punto de formar una categoría homogénea (en lo sucesivo, «vínculo necesario»).

11 En efecto, tal y como indica el Tribunal General en el apartado 23 de la sentencia recurrida, la Sala de Recurso ha aludido, de manera general, a los «productos y servicios», a «todos los productos y servicios» y a los «productos y servicios en cuestión», pero no ha hecho referencia específica a ninguno de los productos y servicios comprendidos en las clases afectadas, ni siquiera a categorías o grupos de esos productos y servicios. Por este motivo, el Tribunal General concluye en el apartado 24 de la sentencia recurrida que, al no haber realizado un examen del carácter distintivo de la marca solicitada con respecto a cada uno de los productos y servicios controvertidos, la Sala de Recurso no ha llevado a cabo la apreciación concreta que requiere el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 207/2009 en relación con los productos y servicios comprendidos en las clases afectadas, ni ha motivado a este respecto la resolución litigiosa de modo suficiente en Derecho.

12 Al examinar las alegaciones de la EUIPO, el Tribunal General señala en el apartado 26 de la sentencia recurrida que de la expresión «sin excepción» no se desprende, ni siquiera de un modo indirecto, que la Sala de Recurso haya apreciado el carácter distintivo de la marca solicitada con respecto a todos los productos y a todos los servicios controvertidos. En efecto, tal y como observa el Tribunal General, la Sala de Recurso se limitó a indicar en la resolución litigiosa que todos ellos, sin excepción, pueden anunciarse como productos que poseen o servicios que proporcionan una calidad superior. No indicó que los productos y servicios comprendidos en las clases afectadas presenten entre sí el vínculo necesario y, por lo tanto, no mencionó ningún dato que permita justificar que se proceda a una motivación global.

13 En cuanto al argumento de la EUIPO de que los productos y servicios controvertidos están directamente relacionados con el sector audiovisual, el Tribunal General observa en el apartado 27 de la sentencia recurrida que dicha afirmación no figura en la resolución litigiosa. Además, el Tribunal General niega la existencia del vínculo necesario entre determinados productos y servicios, tales como películas cinematográficas, servicios de entrega de productos en camión, servicios de depósito de mercancías, servicios de investigación y desarrollo de productos, así como de alojamiento y de diseño de sitios de Internet por cuenta de terceros. Señala que, en todo caso, la existencia de tal vínculo no se desprende del tenor de la resolución litigiosa. Finalmente, el Tribunal General considera que la

circunstancia de que el término «deluxe» constituya un término elogioso y promocional que puede aplicarse a todos los productos y servicios controvertidos, aun suponiéndola probada, carece de relevancia a este respecto.

14 Por consiguiente, el Tribunal General anuló la resolución litigiosa.

Pretensiones de las partes

15 Mediante su recurso de casación, la EUIPO solicita al Tribunal de Justicia que:

— Anule la sentencia recurrida.

— Condene en costas a la demandante ante el Tribunal General.

Sobre el recurso de casación

16 En su recurso de casación, la EUIPO plantea un motivo único, basado en la infracción del artículo 75, primera frase, del Reglamento n.º 207/2009, en relación con el artículo 7, apartado 1, letra b), y apartado 2, de dicho Reglamento. Este motivo de casación se divide en dos partes.

Alegaciones de las partes

17 Mediante la primera parte de su motivo único de casación, la EUIPO alega que el Tribunal General ha incurrido en un error de Derecho al limitar la posibilidad de efectuar una motivación global, restringiéndola únicamente al caso de que los productos y servicios formen categorías homogéneas. La EUIPO considera que el Tribunal General no puede excluir la posibilidad de efectuar una motivación global respecto de una diversidad de productos y servicios cuando la percepción del signo respecto de cada uno de ellos es uniforme y, consiguientemente, la motivación aplicable respecto de cada uno de ellos resulta invariable.

18 Por lo tanto, según la EUIPO, es suficiente con que los productos y servicios designados en la solicitud de registro tengan una característica común para que resulte posible una motivación global con respecto a todos ellos. La EUIPO afirma que esta característica común consiste en que, con respecto de cada uno de los productos y servicios afectados, la sugerencia de una calidad elevada se percibirá como un simple argumento de venta. Considera que, en el caso de autos, el signo «deluxe» transmitirá, de igual manera con respecto a todos esos productos y servicios, un mensaje elogioso y promocional que no permite que el público identifique el origen de dichos productos o servicios. En apoyo de su argumentación, la EUIPO se remite a la motivación expuesta por el Tribunal de Justicia en el auto de 11 de diciembre de 2014, FTI Touristik/OAMI (C-253/14 P, no publicado, EU:C:2014:2445), alegando que el Tribunal de Justicia reconoció en aquel asunto la existencia de un vínculo suficientemente directo y concreto entre los productos y servicios designados a la vista de una característica común, consistente en que todos los productos y servicios podían ser objeto de descuentos o ventajas especiales.

19 Por consiguiente, la EUIPO considera errónea la conclusión alcanzada en el apartado 24 de la sentencia recurrida, según la cual, al no haber identificado una homogeneidad entre todos los productos y servicios, la Sala de Recurso no llevó a cabo la apreciación concreta requerida.

20 Asimismo, la EUIPO alega que el Tribunal General incurrió en error de Derecho en el apartado 27 de la sentencia recurrida, al rechazar, por considerarla impertinente, la apreciación efectuada por la Sala de Recurso según la cual el término «deluxe» constituye un término elogioso y promocional que puede aplicarse a todos los productos y servicios controvertidos.

21 Deluxe se opone a lo anterior aduciendo que la EUIPO ha otorgado un alto grado de fiabilidad al asunto BigXtra, que dio lugar al auto de 11 de diciembre de 2014, FTI Touristik/OAMI (C-253/14 P, no publicado, EU:C:2014:2445), y en el que se denegó el registro de la marca BigXtra sobre la base de que el término tenía un carácter claramente laudatorio. Deluxe considera que dicho asunto no es pertinente, dado que difiere del presente caso. Afirma que el término «deluxe» sólo podría ser descriptivo o laudatorio de los propios productos y no de la manera de venderlos, habida cuenta de que no existe una forma «deluxe» de vender un producto, y aún menos cuando se tiene en cuenta el público relevante.

22 Mediante la segunda parte de su motivo único de casación, la EUIPO alega que la interpretación llevada a cabo por el Tribunal General en los apartados 20 a 22 y 26 de la sentencia recurrida, con respecto al requisito de una homogeneidad suficiente que permita a la Sala de Recurso efectuar una motivación global para denegar la solicitud de registro de la marca controvertida, no respeta la jurisprudencia, concretamente el auto de 18 de marzo de 2010, CFCMCEE/OAMI (C-282/09 P, EU:C:2010:153). La EUIPO afirma que, al establecer una correlación entre la existencia de una «categoría homogénea» y la descripción de los productos y servicios, el Tribunal General interpretó erróneamente el concepto de «categoría» o de «grupo» de productos o de servicios de una «homogeneidad suficiente», a efectos de dicha jurisprudencia, y, por consiguiente, el concepto de «vínculo suficientemente directo y concreto» que debe existir entre los productos y servicios.

23 Según la EUIPO, el requisito de homogeneidad suficiente debe entenderse en un sentido más amplio, bastando con que todos los productos y servicios presenten una característica común, que podría existir incluso entre productos o servicios pertenecientes a sectores diferentes.

24 La EUIPO sostiene que, en el caso de autos, la resolución litigiosa indica claramente que la característica común a los productos y servicios afectados consiste en que todos ellos, sin excepción, pueden anunciarse como productos y servicios que poseen o proporcionan una calidad superior.

25 Deluxe se opone a la alegación de la EUIPO de que los productos y servicios controvertidos sean suficientemente homogéneos y que, por lo tanto, puedan considerase como un único conjunto.

Apreciación del Tribunal de Justicia

26 A la vista de que la EUIPO se opone a las apreciaciones del Tribunal General mencionadas en los apartados 10 a 13 de la presente sentencia y de que las dos partes del motivo único de casación se refieren a la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), y del artículo 75 del Reglamento n.º 207/2009, procede examinar ambas partes conjuntamente.

27 Con carácter preliminar, según se desprende de reiterada jurisprudencia, la autoridad competente no puede limitarse a un examen mínimo de una solicitud de registro, sino que, por el contrario, debe proceder a un examen estricto y completo para evitar que se registren marcas de manera indebida (sentencia de 6 de mayo de 2003, Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, apartado 59).

28 Dado que el registro de una marca se solicita siempre en relación con productos o servicios que se mencionan en la solicitud de registro, la cuestión de si la marca incurre o no en alguno de los motivos de denegación absolutos debe apreciarse *in concreto* en relación con dichos productos o servicios (sentencia de 15 de febrero de 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, apartado 31).

29 Ha de recordarse que, según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, por una parte, el examen de los motivos de denegación absolutos debe referirse a cada uno de los productos o servicios para los que se solicita el registro de la marca y, por otra, la resolución mediante la cual la autoridad competente deniega el registro de una marca, en principio, debe estar motivada con respecto a cada uno de dichos

productos o servicios (sentencia de 15 de febrero de 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, apartado 34, y auto de 18 de marzo de 2010, CFCMCEE/OAMI, C-282/09 P, EU:C:2010:153, apartado 37).

30 Sin embargo, el Tribunal de Justicia ha señalado con respecto a esta última exigencia que, cuando se hace valer el mismo motivo de denegación para una categoría o un grupo de productos o servicios, la autoridad competente puede limitarse a una motivación global para todos los productos o servicios de que se trate (sentencias de 15 de febrero de 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, apartado 37, y de 17 de octubre de 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, apartado 26).

31 El Tribunal de Justicia ha precisado seguidamente que dicha facultad sólo se refiere a los productos y servicios que presenten entre sí un vínculo suficientemente directo y concreto, hasta el punto de formar una categoría o un grupo de productos o de servicios de homogeneidad suficiente (sentencia de 17 de octubre de 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, apartado 27).

32 Con el fin de evaluar si los productos y servicios designados en la solicitud de registro de una marca de la Unión presentan entre sí un vínculo suficientemente directo y concreto y pueden clasificarse en categorías o en grupos de homogeneidad suficiente, a efectos de la jurisprudencia citada en el apartado anterior, ha de tenerse en cuenta que la finalidad de esta evaluación consiste en permitir y facilitar la apreciación *in concreto* de la cuestión de si la marca cuyo registro se solicita incurre o no en alguno de los motivos de denegación absolutos, conforme a la jurisprudencia citada en el apartado 28 de la presente sentencia.

33 Así pues, la clasificación de los productos y servicios de que se trate en uno o en varios grupos o categorías debe realizarse, en particular, en función de las características que esos productos y servicios tengan en común y que sean pertinentes para analizar si cabe o no oponer a la marca solicitada para dichos productos y servicios un determinado motivo de denegación absoluto. De ello se deduce que tal apreciación ha de efectuarse *in concreto* respecto al examen de cada solicitud de registro y, en su caso, respecto a cada uno de los diferentes motivos de denegación absolutos que puedan resultar aplicables.

34 De las anteriores consideraciones se desprende que no cabe excluir *a priori* que los productos y servicios designados en una solicitud de registro tengan todos ellos una característica pertinente para el análisis de un motivo de denegación absoluto, ni que puedan ser agrupados, de cara al examen de la solicitud de registro de que se trate con respecto a dicho motivo de denegación absoluto, en una única categoría o en un único grupo de homogeneidad suficiente, a efectos de la jurisprudencia citada en el apartado 31 de la presente sentencia.

35 En el caso de autos, del apartado 26 de la sentencia recurrida resulta que la Sala de Recurso indicó, con respecto a todos los productos y a todos los servicios designados en la solicitud de registro controvertida, que todos ellos, sin excepción, pueden anunciarse como productos que poseen o servicios que proporcionan una calidad superior. De dicha consideración se deduce que la Sala de Recurso entendió, en esencia, que todos los productos y todos los servicios designados en la solicitud de registro sobre la que debía pronunciarse tienen una característica que resulta pertinente para el examen del motivo de denegación absoluto previsto en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 207/2009, a saber, el hecho de que todos ellos pueden anunciarse en el sentido de que poseen o proporcionan una calidad superior, y que, por lo tanto, todos ellos forman parte de una única categoría y de un único grupo de homogeneidad suficiente a efectos del examen de dicho motivo de denegación absoluto. La pertinencia, según la Sala de Recurso, de dicha característica común de los productos y servicios controvertidos a efectos del examen que la Sala de Recurso debía realizar se demuestra por la consideración, recogida en la resolución litigiosa, de que la marca solicitada consiste en una «afirmación de calidad superior».

36 El hecho de que, tal y como se señala en el apartado 22 de la sentencia recurrida, la Sala de Recurso haya omitido indicar expresamente que los productos y servicios controvertidos presenten entre sí un vínculo suficientemente directo y concreto, hasta el punto de formar una categoría homogénea, no desvirtúa la anterior conclusión, habida cuenta de que tal indicación se desprende implícitamente de la consideración de dicha Sala recordada en el apartado 26 de la sentencia recurrida.

37 Correspondía al Tribunal General, con el fin de controlar el cumplimiento de la obligación de la Sala de Recurso de proceder a la apreciación concreta que requiere el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 207/2009 y de motivar su resolución de modo suficiente en Derecho, examinar, en el marco de la apreciación de los hechos, el fundamento de las consideraciones de la Sala de Recurso recordadas en el apartado 35 de la presente sentencia.

38 En particular, incumbía al Tribunal General, por un lado, verificar si la marca solicitada, compuesta por un elemento denominativo y un elemento figurativo, podría ser percibida efectivamente por el público relevante de un modo directo e inmediato como una afirmación de calidad superior o un mensaje elogioso, en vez de como una indicación del origen comercial de los productos y servicios designados por dicha marca.

39 Por otro lado, incumbía al Tribunal General verificar, en el marco del examen del elemento denominativo de la marca solicitada, si el término «deluxe» transmite efectivamente una noción de «calidad superior», como alega la Sala de Recurso, habida cuenta de que dicho elemento denominativo constituye una referencia directa al concepto de «lujo». En el supuesto de que el término «deluxe» tuviera un significado diferente del de «calidad superior», tal y como ha considerado el Abogado General en los puntos 54 y 55 de sus conclusiones, correspondería al Tribunal General examinar si, a la vista de dicho significado, los productos y servicios designados por la marca controvertida forman o no un grupo homogéneo que justifique proceder a una motivación global.

40 Ahora bien, el Tribunal General ha excluido de un modo general la posibilidad de llegar a la conclusión de que los productos y servicios afectados tengan carácter homogéneo, sin tener en cuenta a este respecto la especificidad de la marca solicitada ni, en particular, su percepción por el público relevante.

41 En efecto, tal y como se desprende del apartado 21 de la sentencia recurrida, el Tribunal General se ha limitado a declarar que los productos y servicios designados en la solicitud de registro controvertida presentan entre sí tales diferencias en cuanto a su naturaleza, sus características, su destino y su modo de comercialización que no puede considerarse que constituyan una categoría homogénea que permita a la Sala de Recurso efectuar con respecto a ellos una motivación global. Por consiguiente, el Tribunal General ha ignorado la posibilidad de que, a pesar de sus diferencias, todos los productos y servicios controvertidos pudieran tener una característica común que resultase pertinente para el examen que debía realizar la Sala de Recurso, lo cual, conforme a las consideraciones expuestas en los apartados 33 y 34 de la presente sentencia, podía justificar que se clasificaran en un mismo y único grupo homogéneo y que la Sala de Recurso efectuase con respecto a ellos una motivación global.

42 Por los mismos motivos, la apreciación efectuada por el Tribunal General en el apartado 27 de la sentencia recurrida, según la cual «la circunstancia de que el término “deluxe” constituya un término elogioso y promocional que puede aplicarse a todos los productos y servicios controvertidos [...] carece de relevancia», es igualmente errónea.

43 De cuanto antecede se desprende que el Tribunal General ha cometido un error de Derecho en relación con la interpretación del artículo 7, apartado 1, letra b), y del artículo 75 del Reglamento n.º 207/2009, motivo por el cual procede anular la sentencia recurrida.

44 De conformidad con el artículo 61, párrafo primero, del Estatuto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, en caso de anulación de la resolución del Tribunal General, el Tribunal de Justicia podrá o bien resolver él mismo definitivamente el litigio, cuando su estado así lo permita, o bien devolver el asunto al Tribunal General para que este último resuelva. En el caso de autos, ha de considerarse que el estado del litigio no permite resolverlo.

45 Por consiguiente, procede devolver el asunto al Tribunal General y reservar la decisión sobre las costas.

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

1) Anular la sentencia del Tribunal General de la Unión Europea de 4 de junio de 2015, Deluxe Laboratories/OAMI (deluxe) (T-222/14, no publicada, EU:T:2015:364).

2) Devolver el asunto al Tribunal General de la Unión Europea.

3) Reservar la decisión sobre las costas.

Bay Larsen Vilaras Malenovský

Safjan Šváby

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 17 de mayo de 2017.

El Secretario
A. Calot Escobar

El Presidente de la Sala Tercera
L. Bay Larsen