SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

de 12 de abril de 2011 *

En el asunto T-28/10,

Euro-Information – Européenne de traitement de l'information, con domicilio social en Estrasburgo (Francia), representada por Me A. Grolée, abogado,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), representada por el Sr. A. Folliard-Monguiral, en calidad de agente,

parte demandada,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Segunda Sala de Recurso de la OAMI de 11 de noviembre de 2009 (asunto R 635/2009-2), relativa a una solicitud de registro como marca comunitaria del signo denominativo EURO AUTOMATIC PAYMENT,

* Lengua de procedimiento: francés.

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta),

integrado por la Sra. I. Pelikánová, Presidenta, y la Sra. K. Jürimäe (Ponente) y el Sr. M. van der Woude, Jueces;

Secretario: Sr. E. Coulon;

habiendo considerado el escrito de demanda presentado en la Secretaría del Tribunal el 26 de enero de 2010;

habiendo considerado el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal el 16 de abril de 2010;

habiendo considerado el escrito de réplica presentado en la Secretaría del Tribunal el 28 de junio de 2010;

no habiendo solicitado las partes el señalamiento de una vista dentro del plazo de un mes a partir de la notificación de la conclusión de la fase escrita y habiéndose decidido en consecuencia, previo informe del Juez Ponente y con arreglo al artículo 135 *bis* del Reglamento de Procedimiento del Tribunal, que se resuelva el recurso sin fase oral;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

1 El 18 de julio de 2008 la demandante, Euro-Information – Européenne de traitement de l'information, presentó una solicitud de registro de marca comunitaria ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), en virtud del Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada [sustituido por el Reglamento (CE) nº 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO L 78, p. 1)].

2 La marca cuyo registro se solicitaba es el signo denominativo EURO AUTOMATIC PAYMENT.

3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro están comprendidos en las clases 9, 35 a 38, 42 y 45 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, de 15 de junio de 1957, en su versión revisada y modificada.

4 Mediante resolución de 6 de abril de 2009 el examinador acogió la solicitud de registro para todos los servicios comprendidos en las clases 35, 37, 38, 42 y 45, y para algunos productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 36. En cambio, denegó el registro de la marca solicitada para los demás productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 36, con fundamento en las disposiciones combinadas del artículo 7, apartado 1, letras b) y c), y del artículo 7, apartado 2, del Reglamento nº 40/94 [actualmente, artículo 7, apartado 1, letras b) y c), y artículo 7, apartado 2, respectivamente, del Reglamento nº 207/2009]. Esos productos y servicios corresponden para cada una de las clases a la siguiente descripción:

— «clase 9: distribuidores automáticos, distribuidores de billetes, de tickets, de extractos de cuentas, de listados de operaciones de cuentas, cajeros automáticos de pago, cajeros automáticos bancarios, tarjetas de memoria o con microprocesador, tarjetas magnéticas, tarjetas magnéticas o con microprocesador de identificación, tarjetas magnéticas o con microprocesador de pago, de crédito o débito, lectores de códigos de barras, detectores de moneda falsa, soportes de datos magnéticos, soportes de datos ópticos, aparatos para tratamiento de información, intercomunicadores, interfaces (informáticas), lectores (informáticos), programas de ordenador (registrados), programas de ordenador para la gestión de cuentas, monitores (programas de ordenador), ordenadores, periféricos informáticos, programas de ordenador registrados, programas de sistema operativo registrados (para ordenadores), equipos radiotelefónicos, receptores (de audio y vídeo), teléfonos, teléfonos móviles, mecanismos de prepago para televisores, trasmisores (telecomunicaciones), unidades centrales de procesamiento (procesadores), programas y materiales informáticos que permiten ofrecer servicios completos de banca, de sociedad financiera y de seguro a distancia, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, programas de ordenador de pago seguro a través de una red electrónica de comunicación en línea, aparatos e instrumentos de pago electrónico, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, material informático de pago electrónico, programas de ordenador para transacciones de pago electrónico, tarjetas de pago electrónico, dispositivos eléctricos y electrónicos destinados a las gestión de transacciones financieras;

— clase 36 : negocios bancarios, negocios financieros, negocios monetarios, servicios de tarjetas de crédito, servicios de tarjetas de débito, operaciones de cambio, operaciones de compensación (cambio), correduría de bolsa, crédito, transferencia electrónica de fondos, operaciones financieras, operaciones monetarias, transacciones financieras, servicios de pago electrónico, servicios de transferencia electrónica de valores, fondos, capitales, acciones, divisas y cualquier otro título financiero, servicios de pago en línea en una red electrónica de comunicación, correduría y transacciones en una red electrónica de comunicación en línea».

5 El 5 de junio de 2009 la demandante interpuso ante la OAMI un recurso contra la resolución del examinador en cuanto ésta denegó el registro de la marca solicitada para los productos y los servicios comprendidos en las clases 9 y 36 que se han descrito en el anterior apartado 4.

6 Mediante resolución de 11 de noviembre de 2009 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Segunda Sala de Recurso de la OAMI desestimó el recurso.

7 La Sala de Recurso, basándose en la percepción de la marca solicitada por el conjunto de los consumidores medios y profesionales anglófonos de la Comunidad Europea, consideró que el significado de las tres palabras de las que se compone la marca apreciado por el examinador era correcto. Así pues, esa Sala estimó que la expresión «euro automatic payment» designaba directamente el destino de los productos comprendidos en la clase 9, a saber permitir la realización de pagos automáticos en euros, por una parte, y por otra que esa expresión facilitaba informaciones directas sobre el objeto de los servicios comprendidos en la clase 36, a saber la realización o la obtención de pagos automáticos en euros. Por tanto, la Sala de Recurso concluyó en particular que la marca solicitada era descriptiva en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

Pretensiones de las partes

8 La demandante solicita al Tribunal que:

— Anule la resolución impugnada.

— Registre la marca solicitada para el conjunto de los productos y los servicios comprendidos en las clases 9 y 36.

— Condene a la OAMI al pago de las costas en que ha incurrido la demandante ante esa Oficina y ante el Tribunal.

9 La OAMI solicita al Tribunal que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

Sobre la admisibilidad de la segunda pretensión

10 La OAMI opone una excepción de inadmisibilidad de la segunda pretensión de la demanda, que solicita al Tribunal ordenar a la OAMI el registro de la marca solicitada para el conjunto de los productos y los servicios de que se trata.

11 En su segunda pretensión la demandante solicita al Tribunal que registre la marca solicitada.

12 Esa solicitud puede dar lugar a dos interpretaciones. Por una parte, puede entenderse en el sentido de que pretende que el Tribunal ordene a la OAMI que registre la marca solicitada. Ahora bien, según reiterada jurisprudencia, conforme al artículo 63, apartado 6, del Reglamento nº 40/94 (actualmente artículo 65, apartado 6, del Reglamento nº 207/2009), la OAMI está obligada a adoptar las medidas necesarias para dar ejecución a la sentencia del juez de la Unión. Por consiguiente, no corresponde al Tribunal dirigir una orden a la OAMI. A ésta le incumbe extraer las consecuencias del fallo y de los fundamentos de la sentencia del Tribunal [sentencias del Tribunal de 31 de enero de 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OAMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, apartado 33; de 21 de abril de 2005, Ampafrance/OAMI – Johnson & Johnson (monBeBé), T-164/03, Rec. p. II-1401, apartado 24, y de 15 de marzo de 2006, Athinaiki Oikogeniaki Artopoiia/OAMI – Ferrero (FERRÓ), T-35/04, Rec. p. II-785, apartado 15].

13 Por otra parte, la segunda pretensión de la demandante puede entenderse en el sentido de que solicita al Tribunal que modifique la resolución impugnada en el sentido

del artículo 65, apartado 3, del Reglamento nº 207/2009, adoptando la resolución que la Sala de Recurso habría debido dictar conforme a las disposiciones del Reglamento nº 40/94. Ahora bien, las instancias de la OAMI competentes en la materia no adoptan ninguna resolución formal que acuerde el registro de una marca comunitaria y sea susceptible de recurso. Por tanto, la Sala de Recurso no es competente para conocer de una pretensión dirigida a que la propia Sala registre una marca comunitaria. Siendo así, tampoco corresponde al Tribunal conocer de una pretensión de modificación de una resolución de una Sala de Recurso en ese sentido [auto del Tribunal de 30 de junio de 2009, Securvita/OAMI (Natur-Aktien-Index), T-285/08, Rec. p. II-2171, apartados 14 y 17 a 23].

14 Por consiguiente, ha de declararse la inadmisibilidad de la segunda pretensión de la demandante.

Sobre la admisibilidad de los documentos presentados con el anexo 9 de la demanda

15 La OAMI alega que el anexo 9 de la demanda, que contiene medios de prueba que no se presentaron en el procedimiento seguido ante esa Oficina, es inadmisible.

16 La demandante no niega que esos medios de prueba son nuevos.

17 Debe recordarse al respecto que, según la jurisprudencia, dado que el objeto del recurso ante el Tribunal es controlar la legalidad de las resoluciones de las Salas de

Recurso de la OAMI, en el sentido del artículo 65 del Reglamento nº 207/2009, la función del Tribunal no es reconsiderar las circunstancias de hecho a la luz de las pruebas presentadas por primera vez ante él. En efecto, la admisión de dichas pruebas sería contraria al artículo 135, apartado 4, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal, según el cual las memorias de las partes no pueden modificar el objeto del litigio planteado ante la Sala de Recurso [véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de 6 de marzo de 2003, DaimlerChrysler/OAMI (Calandre), T-128/01, Rec. p. II-701, apartado 18].

18 En el presente caso no se discute que los medios de prueba contenidos en el anexo 9 de la demanda se han presentado por primera vez ante el Tribunal. Por consiguiente, procede excluirlos por inadmisibles.

Sobre el fondo

19 En apoyo de su recurso, la demandante invoca dos motivos, basados, el primero en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, y el segundo en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del mismo Reglamento.

Alegaciones de las partes

20 En su primer motivo la demandante aduce que no existe desde el punto de vista del público pertinente una relación lo bastante directa y concreta entre el signo

controvertido, por una parte, y por otra los productos y los servicios para los que se deniega el registro. Por tanto, la marca solicitada no es descriptiva en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

21 En primer lugar, acerca del significado de los términos que componen el signo de que se trata, la demandante sostiene que la palabra «euro» puede comprenderse como referida a la moneda única europea, por un lado, y por otro que la palabra «payment» significa «pago» en español. En cuanto al término «automatic», que se traduce como «automático» en español, la demandante afirma que ese término significa «que se ejecuta sin intervención de la voluntad». La demandante mantiene además que el término «automatic» no tiene ningún sentido específico del ámbito bancario o financiero.

22 En segundo lugar, sobre el significado de la expresión «euro automatic payment» considerada en conjunto, la demandante alega que el hecho de que los términos que la componen sean inmediatamente identificables no hace sin embargo que la marca sea descriptiva. Mantiene que, aun cuando la Sala de Recurso no ha expuesto un significado de la expresión «euro automatic payment», parece haberse basado en el que apreció el examinador, a saber «pago automático realizado en euros». Ahora bien, esa expresión carece de significado directo, claro e inmediatamente identificable en relación con el público pertinente y con los productos de que se trata. En efecto, la expresión «euro automatic payment» es sólo un concepto vago para los consumidores ya que es inusual cuando menos que un pago se efectúe de forma automática, es decir, sin manifestación de voluntad.

23 En tercer lugar, la demandante afirma que la marca solicitada no es descriptiva de los productos comprendidos en la clase 9 para los que se denegó la solicitud de registro.

24 En primer término, en lo que atañe a las «tarjetas de memoria o con microprocesador, tarjetas magnéticas, tarjetas magnéticas o con microprocesador de identificación, tarjetas magnéticas o con microprocesador de pago, de crédito o débito, tarjetas de pago electrónico» (en lo sucesivo, las «tarjetas comprendidas en la clase 9»), por una parte, y por otra a los «soportes de datos magnéticos, soportes de datos ópticos, aparatos para tratamiento de información, intercomunicadores, interfaces (informáticas), lectores (informáticos), programas de ordenador (registrados), programas de ordenador para la gestión de cuentas, monitores (programas de ordenador), ordenadores, periféricos informáticos, programas de ordenador registrados, programas de sistema operativo registrados (para ordenadores), unidades centrales de procesamiento (procesadores), programas y materiales informáticos que permiten ofrecer servicios completos de banca, de sociedad financiera y de seguro a distancia, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, programas de ordenador de pago seguro a través de una red electrónica de comunicación en línea, aparatos e instrumentos de pago electrónico, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, material informático de pago electrónico, programas de ordenador para transacciones de pago electrónico, dispositivos eléctricos y electrónicos destinados a las gestión de transacciones financieras» y a los «equipos radiotelefónicos, receptores (de audio y vídeo), teléfonos, teléfonos móviles, mecanismos de prepago para televisores, trasmisores (telecomunicaciones)» (en lo sucesivo, los «productos pertenecientes a los ámbitos de la informática y de las telecomunicaciones comprendidos en la clase 9»), la demandante alega en sustancia que la Sala de Recurso aplicó infundadamente un razonamiento global a los productos antes mencionados, ya que algunas de las tarjetas comprendidas en la clase 9 no permiten realizar un pago, y algunos de los productos pertenecientes a los ámbitos de la informática y de las telecomunicaciones comprendidos en la clase 9 no pueden incorporar un mecanismo de pago.

25 En segundo término, la demandante afirma que, en contra de lo manifestado en la resolución impugnada, las operaciones realizadas mediante los «distribuidores de billetes», los «detectores de moneda falsa», los «cajeros automáticos bancarios» y los «lectores de códigos de barras» mencionados de forma diferenciada en la solicitud de marca no pueden calificarse como operaciones de pago. Mantiene de esa forma que la marca de que se trata no es descriptiva de esos productos ni de ninguna de sus características.

26 En tercer término la demandante afirma que, en contra de lo manifestado en la resolución impugnada, los «distribuidores de listados de operaciones de cuentas, de extractos de cuentas» a los que se refiere la solicitud de marca no están inseparablemente unidos a los «distribuidores de billetes» y que en cualquier caso, suponiendo que lo estuvieren, estos últimos son por sí mismos, al igual que los «distribuidores de listados de operaciones de cuentas, de extractos de cuentas», ajenos a toda operación de pago.

27 En cuarto término, respecto a los «distribuidores automáticos» y los «distribuidores de tickets», dado que el pago efectuado para obtener el servicio ofrecido por esas máquinas no se realiza de forma automática, sino voluntaria, la asociación del término «automatic» a los términos «euro» y «payment» hace que la expresión sea meramente evocadora, y no descriptiva de esos productos.

28 En quinto término, la demandante afirma que, al reivindicar la protección de la marca solicitada de manera separada respecto a cada uno de los productos comprendidos en la clase 9, pretendía beneficiarse de una protección diferenciada respecto a los productos que permiten la realización de una operación de pago, por una parte, y por otra los productos ajenos a toda operación de pago.

29 En cuarto lugar, la demandante sostiene que la marca solicitada no es descriptiva de los servicios comprendidos en la clase 36, que se enumeran en el anterior apartado 4, para los que se denegó la solicitud de marca (en lo sucesivo, los «servicios comprendidos en la clase 36»).

30 En primer término, acerca de los servicios de «correduría de bolsa», la demandante alega que éstos corresponden a la profesión del intermediario que actúa en bolsa para el intercambio de valores. Mantiene que la marca solicitada no es descriptiva del objeto de esos servicios ni de característica alguna de los mismos. La misma conclusión es aplicable a los servicios de «correduría en una red electrónica de comunicación en línea».

31 En segundo término, respecto a las «operaciones de cambio», la demandante impugna el análisis de la Sala de Recurso según el cual esas operaciones implican la realización de un pago. Por tanto, la marca solicitada no es descriptiva de esos servicios ni de ninguna de sus características.

32 En quinto lugar, respecto a los productos y los servicios mencionados en la solicitud de marca pertenecientes al ámbito bancario y financiero, para los que los términos «payment» y «euro» pueden ser evocadores, la demandante alega, en primer término, que la expresión «euro automatic payment», que carece de significado directo, claro e inmediatamente identificable, es a lo sumo evocadora, tras un análisis en profundidad efectuado por el público pertinente de dicho ámbito. Según la demandante, los productos y los servicios de que se trata son los siguientes:

— de la clase 9, las «tarjetas magnéticas o con microprocesador de pago, de crédito o débito, cajeros automáticos de pago, cajeros automáticos bancarios, mecanismos de prepago para televisores, programas y materiales informáticos que permiten ofrecer servicios completos de banca, de sociedad financiera y de seguro a distancia, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, programas de ordenador de pago seguro a través de una red electrónica de comunicación en línea, aparatos e instrumentos de pago electrónico, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, material informático de pago electrónico, programas de ordenador para

transacciones de pago electrónico, tarjetas de pago electrónico, dispositivos eléctricos y electrónicos destinados a la gestión de transacciones financieras»;

— de la clase 36, todos los servicios mencionados en el anterior apartado 4, excepto las «operaciones de cambio, correduría de bolsa, crédito, servicios de transferencia electrónica de acciones y cualquier otro título financiero, correduría en una red electrónica de comunicación en línea».

33 Ahora bien, dado que se utiliza una expresión imprecisa e incomprensible para los productos y servicios de que se trata, la marca solicitada no puede considerarse descriptiva. En apoyo de su argumentación la demandante invoca la práctica anterior de la OAMI, alegando que no puede denegarse el registro de un signo meramente evocador en aplicación del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

34 En segundo lugar, en lo que atañe a los demás productos y servicios de que se trata que, según la demandante, no pertenecen al ámbito bancario y financiero, los términos «euro» y «payment» no son evocadores sino de libre elección. Así pues, la combinación de los términos «euro automatic payment» carece de significado. No es por tanto descriptiva de los productos y servicios de que se trata ni de ninguna de sus características.

35 Por consiguiente, la demandante afirma que la marca solicitada no es descriptiva de los productos y los servicios cuyo registro se ha denegado, sino libremente elegida o meramente evocadora de éstos.

36 En sexto lugar, la demandante reprocha a la Sala de Recurso no haber demostrado de qué forma la marca solicitada es «comúnmente utilizada para la comercialización de los productos o servicios considerados». En efecto, la Sala de Recurso no ha demostrado que el signo de que se trata se utilice, o pueda serlo en el futuro, con fines descriptivos.

37 La OAMI rebate los argumentos de la demandante.

Apreciación del Tribunal

38 A tenor del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, se denegará el registro de las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio. Esos signos descriptivos deben considerarse inapropiados para cumplir la función esencial de la marca de indicación del origen (sentencia del Tribunal de Justicia de 23 de octubre de 2003, OAMI/Wrigley, C-191/01 P, Rec. p. I-12447, apartados 29 y 30).

39 Desde ese punto de vista, los signos y las indicaciones a que se refiere el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 son los que pueden servir, en el uso normal desde el punto de vista del público pertinente, para designar, directamente o mediante la mención de una de sus características esenciales, el producto o el servicio para el que se solicita el registro [sentencias del Tribunal de Justicia de 20 de septiembre de 2001, Procter & Gamble/OAMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, apartado 39, y del Tribunal General de 22 de junio de 2005, Metso Paper Automation/OAMI (PAPERLAB), T-19/04, Rec. p. II-2383, apartado 24].

40 De ello resulta que, para aplicar a un signo la prohibición establecida en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, entre el signo y los productos y servicios de que se trata ha de existir una relación lo bastante directa y concreta como para permitir que el público interesado perciba de inmediato, y sin mayor reflexión, una descripción de los productos o de los servicios en cuestión o de una de sus características (sentencia PAPERLAB, apartado 39 *supra,* apartado 25).

41 Así pues, la apreciación del carácter descriptivo de un signo debe efectuarse, por una parte, en relación con los productos o servicios para los que se solicita el registro del signo, y por otra en relación con la forma en que lo percibe el público pertinente, constituido por los consumidores de esos productos o servicios (sentencia del Tribunal de 14 de junio de 2007, Europig/OAMI (EUROPIG), T-207/06, Rec. p. II-1961, apartado 30].

42 En el presente caso las partes no discuten que la Sala de Recurso consideró fundadamente que el público pertinente se compone de los consumidores anglófonos de la Comunidad, que ese público incluye a profesionales y no profesionales y que se presume que dicho público está bien informado y es razonablemente atento y perspicaz. De igual forma, tampoco se discute que los tres elementos verbales que componen la marca solicitada son palabras inglesas comprensibles para ese mismo público.

43 De entrada, es preciso desestimar por infundada la alegación de la demandante (véase el anterior apartado 36) de que la Sala de Recurso no ha demostrado que el signo de que se trata se utiliza, o podría serlo en el futuro, con fines descriptivos.

44 En efecto, de la jurisprudencia resulta que, si bien el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 persigue un objetivo de interés general, que exige que todos puedan utilizar libremente los signos o indicaciones descriptivos de las características de productos o servicios para los cuales se haya solicitado el registro (sentencia

OAMI/Wrigley, apartado 38 *supra,* apartado 31), también es cierto sin embargo que su aplicación no depende de la existencia de un imperativo de disponibilidad concreto, actual y serio a favor de tercero (sentencia del Tribunal de 27 de febrero de 2002, Streamserve/OAMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec. p. II-723, apartado 39].

45 Por consiguiente, se ha de examinar, conforme a la jurisprudencia que se recuerda en el anterior apartado 40, si la marca solicitada incurre en la prohibición enunciada por el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009. En ese examen, debe considerarse a tal efecto la marca en su conjunto (véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de Justicia de 19 de abril de 2007, OAMI/Celltech, C-273/05 P, Rec. p. I-2883, apartados 78 a 80).

46 En lo referido a la expresión «euro automatic payment», hay que observar que ésa no se desvía de las normas sintácticas o léxicas de la lengua inglesa, sino que se ajusta a ellas [véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de 20 de marzo de 2002, DaimlerChrysler/OAMI (CARCARD), T-356/00, Rec. p. II-1963, apartado 29]. Al respecto, las partes no discuten que el adjetivo «automatic» califica evidentemente al sustantivo «payment».

47 En lo que atañe al significado de los elementos que componen la marca solicitada, consta por una parte que el elemento «euro» puede entenderse como referido a la moneda única europea, y por otra parte que el elemento «payment», que se traduce en español como «pago», tiene como sentido corriente, habida cuenta del público pertinente, la entrega de una cantidad de dinero en cumplimiento de una obligación pecuniaria. En cuanto al significado del elemento «automatic», éste remite según la demandante a una acción que se ejecuta sin intervención de la voluntad. Por tanto, también según la demandante, la expresión «euro automatic payment» carece de todo significado directo, claro e inmediatamente identificable.

48 No obstante, aunque el término «automatic» remita a un mecanismo capaz de realizar por sí solo una acción, o de utilizar de forma autónoma un procedimiento, esa circunstancia no excluye que el citado mecanismo pueda ser iniciado, incluso mantenido, por la voluntad humana. Así ocurre por ejemplo en el caso de la domiciliación de un pago a favor de tercero efectuada en un establecimiento bancario. Por tanto, en contra de lo alegado por la demandante, la expresión «euro automatic payment» puede interpretarse en el sentido de que se refiere a la puesta en funcionamiento de un proceso automático de pago en euros que implica la elección del usuario de recurrir voluntariamente a él, de forma ocasional o continuada.

49 Por otra parte, en contra de lo que mantiene la demandante, la OAMI ha expuesto fundadamente que la palabra «automatic», derivada de la familia de las palabras de la lengua inglesa cuya raíz es «automat», se utiliza frecuentemente en esa lengua en el ámbito bancario y financiero. De esa forma, por ejemplo, «automat» designa comúnmente un distribuidor automático de billetes, y la expresión «automated teller machine» designa un expendedor automático o un distribuidor automático de billetes. Por consiguiente, el público pertinente no vería nada sorprendente ni inusual en que, en la lengua inglesa, las palabras «automatic» y «payment» se utilizaran de forma asociada en el ámbito bancario y financiero.

50 Por último, es preciso recordar que el hecho de que la marca solicitada pueda tener otros significados, como alega la demandante, no impide la aplicación del motivo absoluto de denegación previsto en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009. En efecto, según reiterada jurisprudencia, debe denegarse el registro de un signo denominativo, con arreglo a dicha disposición, si, en uno al menos de sus significados potenciales, designa una característica de los productos o servicios de que se trate (sentencia OAMI/Wrigley, apartado 38 *supra,* apartado 32, y sentencia del Tribunal de 9 de marzo de 2010, Euro-Information/OAMI (EURO AUTOMATIC CASH), T-15/09, no publicada en la Recopilación, apartado 39].

51 Por lo antes expuesto debe concluirse que la Sala de Recurso constató fundadamente que el significado de la expresión «euro automatic payment» apreciado por el examinador, a saber un pago automático en euros, era correcto. Esa expresión debe ser interpretada así pues como referida a un mecanismo de pago en euros, al que el consumidor ha elegido recurrir voluntariamente, de forma ocasional o continuada, capaz de efectuar por sí mismo una acción, o de utilizar de forma autónoma un procedimiento. Pues bien, es preciso constatar que ese significado es perceptible para el público pertinente, sin que sean necesarios un análisis en profundidad o reflexiones intelectuales.

52 Por consiguiente, la alegación de la demandante de que la expresión «euro automatic payment» carece de significado directo, claro e inmediatamente identificable debe desestimarse por infundada.

53 Así pues, hay que apreciar a continuación si, en relación con el significado que debe atribuirse a la expresión «euro automatic payment», ésta es descriptiva de los productos y de los servicios para los que se solicita el registro de la marca.

54 A este respecto, en primer lugar, respecto a las formalidades sustanciales que deben respetarse al examinar una solicitud de marca comunitaria, se desprende de la jurisprudencia que 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, que la resolución mediante la cual la autoridad competente deniega el registro de una marca debe, en principio, estar motivada con respecto a cada uno de dichos productos o servicios [véase la sentencia del Tribunal de 20 de mayo de 2009, CFCMCEE/OAMI (P@YWEB CARD y PAYWEB CARD), T-405/07 y T-406/07, Rec. p. II-1441, apartado 54, y la jurisprudencia citada]. Además, el Tribunal de Justicia ha puntualizado que esta obligación de motivación resulta igualmente de la exigencia esencial de que cada decisión de una autoridad por la que se deniegue el disfrute de un derecho reconocido por el Derecho comunitario pueda someterse a un control judicial destinado a garantizar la protección efectiva de ese derecho y que, por ello, debe abarcar la legalidad de los motivos. Sin embargo, cuando se invoca el mismo

motivo de denegación para una categoría o un grupo de productos o servicios, esa autoridad puede limitarse a una motivación global para todos los productos o servicios de que se trate (sentencia del Tribunal de Justicia de 15 de febrero de 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, Rec. p. I-1455, apartados 34 a 37, y sentencia P@YWEB CARD y PAYWEB CARD, antes citada, apartado 54).

55 No obstante, la posibilidad de que la OAMI proceda a una motivación global sobre la aplicación de un motivo de denegación absoluto a una categoría o a un grupo de productos o de servicios no debe desvirtuar el objetivo del deber de motivación, en virtud del artículo 253 CE y del artículo 75, primera frase, del Reglamento nº 207/2009, que consiste en someter las resoluciones por las que se deniega el registro de una marca comunitaria a un control judicial efectivo. Por lo tanto, se requiere que los productos o los servicios de que se trate tengan entre sí una relación suficientemente directa y concreta, hasta tal punto que formen una categoría o un grupo de productos o de servicios de una homogeneidad suficiente para permitir a la OAMI tal motivación global. Ahora bien, el mero hecho de que los productos o los servicios de que se trate estén comprendidos en la misma clase según lo previsto en el Arreglo de Niza no es suficiente a tal fin, ya que a menudo tales clases contienen una gran variedad de productos o de servicios que no necesariamente tienen entre sí tal relación suficientemente directa y concreta (véase la sentencia P@YWEB CARD y PAYWEB CARD, apartado 54 *supra,* apartado 55, y la jurisprudencia citada).

56 En segundo lugar, respecto al examen de fondo de una solicitud de marca comunitaria, de la jurisprudencia se deduce que en virtud del Reglamento nº 207/2009 la OAMI debe examinar una solicitud de marca comunitaria en relación con todos los productos o servicios que figuren en la lista de productos o servicios para los que se solicita el registro, entendiéndose que si esa lista incluye una o varias categorías de productos o servicios, la OAMI no está obligada a analizar cada uno de los productos o servicios que forman parte de cada categoría, sino que debe examinar la categoría

de que se trate, como tal [véase, en este sentido, la sentencia del Tribunal de 9 de julio de 2008, Reber/OAMI – Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), T-304/06, Rec. p. II-1927, apartados 22 y 23, y la jurisprudencia citada].

57 En tercer lugar, por tanto, atendiendo a la jurisprudencia que se recuerda en los anteriores apartados 54 y 55, debe considerarse por analogía, en lo que atañe a las condiciones de fondo del examen de una solicitud de marca comunitaria, tal como se mencionan en el anterior apartado 56, que la OAMI sólo puede proceder a una examen global, por categoría de productos o de servicios, si los productos o servicios considerados presentan entre sí un vínculo lo bastante directo y concreto, hasta el punto de que formen una categoría o un grupo de productos o de servicios de una homogeneidad suficiente.

58 A la luz de esos principios debe comprobarse si la Sala de Recurso examinó de forma suficiente en Derecho el carácter descriptivo de la marca solicitada en relación con los productos y los servicios de que se trata.

— Sobre las tarjetas comprendidas en la clase 9

59 En cuanto a las tarjetas comprendidas en la clase 9, es decir, «tarjetas de memoria o con microprocesador, tarjetas magnéticas, tarjetas magnéticas o con microprocesador de identificación, tarjetas magnéticas o con microprocesador de pago, de crédito o débito y tarjetas de pago electrónico», la Sala de Recurso estimó en el punto 20 de la resolución impugnada que, puesto que esas tarjetas podían utilizarse para realizar pagos, la marca solicitada era descriptiva del destino de los productos considerados.

60 Acerca de ello, debe señalarse ante todo que, en la medida en que todos esos productos, que se dirigen al mismo público, a saber, el público en general así como los profesionales, presentan la forma de una tarjeta equipada con una banda magnética, un microprocesador o un chip capaz de registrar y transmitir información mediante un dispositivo (digital) de lectura y de tratamiento de datos, los referidos productos constituyen un grupo homogéneo de productos por sus características y sus funciones similares, incluso idénticas.

61 En efecto, esas tarjetas permiten la transmisión de información y de datos que están registrados en ellas, a través de una red de comunicaciones, como Internet, una red de transmisión por cable o por satélite, a un prestador de servicios, para permitirle identificar a su poseedor, así como su derecho de acceso. Pues bien, esa transmisión de información y de datos puede permitir en especial a los poseedores de dichas tarjetas, en su caso a título oneroso, acceder a la citada red, con el fin de efectuar pagos electrónicos (véase por analogía la sentencia P@YWEB CARD y PAYWEB CARD, apartado 54 *supra,* apartado 59, y la jurisprudencia citada).

62 Por tanto, la Sala de Recurso podía conforme a Derecho considerar que esa categoría de productos presentaba características comunes, entre las cuales la de permitir la realización de pagos en euros, y en consecuencia llevar a cabo un examen global, por categoría, de la solicitud de registro de marca comunitaria instada para esos productos, por una parte, y por otra estimar que el público pertinente, ante el que se presenten los productos comprendidos en esa categoría y provistos del signo «euro automatic payment», pensará inmediatamente y sin ninguna reflexión que se trata de tarjetas cuyo objeto es la realización de pago automáticos en euros.

63 Por consiguiente, la Sala de Recurso concluyó fundadamente que la marca solicitada tenía carácter descriptivo en lo referido a las tarjetas de que se trata.

— Sobre los productos pertenecientes a los ámbitos de la informática y de las telecomunicaciones comprendidos en la clase 9

64 Acerca de los productos pertenecientes a los ámbitos de la informática y de las telecomunicaciones comprendidos en la clase 9, es decir «soportes de datos magnéticos, soportes de datos ópticos, aparatos para tratamiento de información, intercomunicadores, interfaces (informáticas), lectores (informáticos), programas de ordenador (registrados), programas de ordenador para la gestión de cuentas, monitores (programas de ordenador), ordenadores, periféricos informáticos, programas de ordenador registrados, programas de sistema operativo registrados (para ordenadores), unidades centrales de procesamiento (procesadores), programas y materiales informáticos que permiten ofrecer servicios completos de banca, de sociedad financiera y de seguro a distancia, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, programas de ordenador de pago seguro a través de una red electrónica de comunicación en línea, aparatos e instrumentos de pago electrónico, a saber, aparatos y dispositivos informáticos, material informático de pago electrónico, programas de ordenador para transacciones de pago electrónico, dispositivos eléctricos y electrónicos destinados a la gestión de transacciones financieras», que pertenecen al ámbito de la informática, así como «equipos radiotelefónicos, receptores (de audio y vídeo), teléfonos, teléfonos móviles, mecanismos de prepago para televisores, trasmisores (telecomunicaciones)», que pertenecen al ámbito de las telecomunicaciones, la Sala de Recurso estimó en el punto 22 de la resolución impugnada que todos esos productos podían incorporar un mecanismo de pago automático y que por tanto existía un vínculo lo bastante directo y concreto entre la marca solicitada y los productos mencionados.

65 En primer lugar, en cuanto a los productos pertenecientes al ámbito de la informática comprendidos en la clase 9, dado que todos esos productos, que se dirigen al mismo público, a saber el público en general así como los profesionales, son capaces de realizar el registro, el almacenamiento, el tratamiento, la transferencia y la retransmisión de informaciones y de datos, dichos productos constituyen por sus características y sus funciones similares, si no idénticas, un grupo homogéneo de productos. En efecto, por razones iguales a las expuestas sobre las tarjetas en el anterior apartado 61,

esos productos permiten en particular que sus usuarios realicen pagos electrónicos, incluso a distancia.

66 Por tanto, la Sala de Recurso podía conforme a Derecho considerar que esa categoría de productos presentaba características comunes, entre las cuales la de permitir la realización de pagos en euros, y en consecuencia llevar a cabo un examen global, por categoría, de la solicitud de registro de marca comunitaria instada para esos productos, por una parte, y por otra estimar que el público pertinente, ante el que se presenten los productos comprendidos en esa categoría y provistos del signo «euro automatic payment», pensará inmediatamente y sin ninguna reflexión que se trata de un producto, conectado a una red de comunicación, que incorpora un mecanismo de pago automático que le permite realizar directamente pagos en euros a través de dicha red.

67 En segundo lugar, en cuanto a los productos pertenecientes al ámbito de las telecomunicaciones comprendidos en la clase 9, dado que todos esos productos, que se dirigen al mismo público, a saber el público en general así como los profesionales, son capaces de realizar el registro, el almacenamiento, el tratamiento, la transferencia y la retransmisión de informaciones y de datos, dichos productos constituyen por sus características y sus funciones similares, si no idénticas, un grupo homogéneo de productos. En efecto, por razones iguales a las expuestas sobre las tarjetas en el anterior apartado 61, esos productos permiten en particular que sus usuarios realicen pagos electrónicos, incluso a distancia. Ello es igualmente cierto en relación con los «mecanismos de pago anticipado para aparatos de televisión» en la medida en que esos mecanismos, como un descodificador o un receptor de programas televisivos de pago ofrecidos a través de una red de transmisión por cable o por satélite, están equipados tanto con una tarjeta (a menudo denominada «smartcard») como con un dispositivo que permite introducir esa tarjeta para autorizar el acceso de pago a tal red (véase por analogía la sentencia P@YWEB CARD y PAYWEB CARD, apartado 54 *supra,* apartado 59, y la jurisprudencia citada).

68 Por tanto, la Sala de Recurso podía conforme a Derecho considerar que esa categoría de productos presentaba características comunes, entre las cuales la de permitir la realización de pagos en euros, y en consecuencia llevar a cabo una examen global, por categoría, de la solicitud de registro de marca comunitaria instada para esos productos [véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de 23 de septiembre de 2009, France Télécom/OAMI (UNIQUE), T-396/07, no publicada en la Recopilación, apartado 29] por una parte y por otra estimar que el público pertinente, ante el que se presenten los productos comprendidos en esa categoría y provistos del signo «euro automatic payment», pensará inmediatamente y sin ninguna reflexión que se trata de un producto, conectado a una red de comunicación, que incorpora un mecanismo de pago automático que le permite realizar directamente pagos en euros a través de dicha red.

69 Por consiguiente, la Sala de Recurso concluyó fundadamente que la marca solicitada tenía carácter descriptivo en lo referido a los productos pertenecientes a los ámbitos de la informática y de las telecomunicaciones de que se trata.

— Sobre los demás productos comprendidos en la clase 9

70 En primer lugar, en lo que atañe a los «cajeros automáticos de pago» y los «cajeros automáticos bancarios», se ha de constatar, al igual que la Sala de Recurso en el punto 15 de la resolución impugnada, y en contra de lo que mantiene la demandante, que la finalidad de los primeros, así como una finalidad posible y probable de los segundos, es realizar pagos automáticos.

71 La marca solicitada será percibida por tanto en el sentido de que designa una funcionalidad técnica de los productos de que se trata, a saber la posibilidad de realizar pagos en euros, o también como referida a una de sus cualidades, es decir, la

automaticidad, que puede ser tomada en consideración por el público pertinente al elegir esos productos. En consecuencia, la marca solicitada informa al público pertinente de una de las características esenciales de los productos considerados, la de que poseen o pueden poseer un mecanismo que permite realizar pagos automáticos en euros.

72 De ello resulta que la Sala de Recurso consideró fundadamente que la marca controvertida era descriptiva del destino de dichos productos, ya que desde el punto de vista del público pertinente la expresión «euro automatic payment» puede ser comúnmente utilizada en el comercio para designar una característica de los «cajeros automáticos de pago» y de los «cajeros automáticos bancarios».

73 En segundo lugar, en lo que atañe a los «detectores de moneda falsa», los «distribuidores automáticos», los «distribuidores de tickets» y los «lectores de códigos de barras», la Sala de Recurso estimó en los puntos 17, 19 y 21 de la resolución impugnada que todos esos productos, o bien incorporaban un mecanismo de pago automático o bien estaban incorporados a un mecanismo de ese tipo. Por lo demás, precisó en los puntos 19 y 21 de la resolución impugnada que los «detectores de moneda falsa» y los «lectores de códigos de barras» podían estar estrechamente ligados a dispositivos de pago automático como los distribuidores automáticos de tickets u otros objetos, y que por tanto podían tener el mismo destino que esos últimos.

74 A continuación, como se ha expuesto en el anterior apartado 51, un pago automático en euros debe interpretarse como referido a un mecanismo al que el consumidor ha elegido recurrir voluntariamente, de forma ocasional o continuada, capaz de realizar por sí mismo una acción, o de utilizar de forma autónoma un procedimiento.

75 De las anteriores consideraciones se deduce que, en contra de lo que alega la demandante, el carácter automático de un pago en euros realizado por medio de «distribuidores automáticos» y de «distribuidores de tickets» no excluye una manifestación de voluntad del consumidor.

76 En consecuencia, la Sala de Recurso constató fundadamente que la marca solicitada era descriptiva del destino de los «detectores de moneda falsa», de los «distribuidores automáticos», de los «distribuidores de tickets» y de los «lectores de códigos de barras», en el sentido de que esos productos incorporan un mecanismo de pago automático, o pueden ser incorporados a un mecanismo de ese tipo.

77 En tercer lugar, en lo que se refiere a los «distribuidores de billetes», la Sala de Recurso estimó en el punto 18 de la resolución impugnada que cuando un distribuidor de billetes de banco expedía cierta cantidad de dinero al titular de la tarjeta bancaria, el establecimiento bancario al que estaba ligado ese distribuidor no hacía otra cosa que pagar una cantidad de dinero en cumplimiento de una obligación tendente a extinguir una deuda del banco con el titular de la tarjeta bancaria. Por tanto, la marca solicitada era descriptiva de dichos productos, cuyo destino está estrechamente vinculado al concepto de pago. Pues bien, debe considerarse que, en contra de lo que mantiene la demandante, no puede excluirse que, al leer la marca solicitada, el público pertinente la perciba como descriptiva en particular de las operaciones de retirada de dinero en metálico, las cuales se asimilan a los pagos.

78 En cualquier caso, es preciso constatar, al igual que la OAMI, que los distribuidores de billetes pueden ofrecer una amplia gama de funciones que van más allá de la mera retirada de dinero en metálico, como la realización de pagos o de transferencias, o también la distribución de listados de operaciones de cuentas, como precisa el punto 18 de la resolución impugnada. En consecuencia, el público pertinente percibirá como descriptivas indicaciones según las que un producto puede permitir la realización de pagos automáticos en euros, siempre que esa característica sea pertinente en relación con el producto del que se trata [véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de 9 de marzo de 2010, hofherr communikation/OAMI (NATURE WATCH),

T-77/09, no publicada en la Recopilación, apartado 30], como sucede evidentemente en el presente caso.

79 Por consiguiente, la Sala de Recurso constató fundadamente que la marca solicitada era descriptiva del destino de los «distribuidores de billetes».

80 Además, es preciso observar que la exigencia de disponibilidad enunciada en el anterior apartado 44, según la cual todos deben poder utilizar libremente los signos o indicaciones descriptivos de las características de productos o servicios para los cuales se haya solicitado el registro, implica que los competidores de la demandante, que podrían en su caso incorporar en sus distribuidores de billetes un mecanismo de pago automático en euros, puedan utilizar libremente la expresión «euro automatic payment».

81 En cuarto lugar, en lo relativo a los «distribuidores de listados de operaciones de cuentas, de extractos de cuentas», la Sala de Recurso estimó en sustancia en el punto 18 de la resolución impugnada que éstos estaban estrechamente ligados a los «distribuidores de billetes», pues esos dos productos están incorporados a un mismo y único aparato, y por tanto la marca solicitada sería percibida con la misma connotación descriptiva para ambos productos.

82 En efecto, es preciso observar que los «distribuidores de listados de operaciones de cuentas, de extractos de cuentas», por una parte, y por otra los «distribuidores de billetes», pueden fusionarse en una misma y única máquina, y que por tanto los primeros, al igual que los segundos, pueden ofrecer otras funcionalidades. Así pues, el público pertinente percibirá la marca solicitada como descriptiva de una característica

esencial de los productos de que se trata, a saber que pueden incorporar un mecanismo de pago automático en euros.

83 Por consiguiente, la Sala de Recurso constató fundadamente que la marca solicitada era descriptiva del destino de los «distribuidores de listados de operaciones de cuentas, de extractos de cuentas».

84 Del conjunto de las consideraciones precedentes resulta que la Sala de Recurso estimó conforme a Derecho, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, que la marca solicitada era descriptiva de los productos comprendidos en la clase 9, que se enumeran en el anterior apartado 4.

— Sobre los servicios comprendidos en la clase 36

85 Acerca de los servicios comprendidos en la clase 36, es preciso observar en primer lugar que todos ellos se ofrecen en particular en los sectores bancario, financiero e informático para la ejecución de transacciones comerciales y financieras, por una parte, y por otra, en contra de lo alegado por la demandante, que todos esos servicios implican la realización de una operación de pago, ya sea a través de una tarjeta o bien en su caso por vía electrónica.

86 En ese sentido, respecto a las alegaciones de la demandante (véanse los anteriores apartados 30 y 31), se ha de puntualizar que así sucede, como apreció fundadamente la Sala de Recurso, en el caso de los servicios de correduría de bolsa o en una red electrónica de comunicación en línea, que pueden llevar al corredor mandatario a realizar, en interés del beneficiario, operaciones de pago de títulos en el mercado de que se

trate. La Sala de Recurso también estimó fundadamente en sustancia que los servicios de cambio descansan en una operación de pago destinada a convertir divisas entre sí.

87 Siendo así, los servicios comprendidos en la clase 36 tienen todos ellos una característica común, incluso un mismo objeto, por lo que cabe considerar que forman parte de un grupo homogéneo de servicios y que es suficiente para el examen de fondo de la solicitud de registro de la marca instada para ellos un examen global, por categoría, como el que figura en los puntos 25 a 27 de la resolución impugnada, según el cual los servicios de que se trata ofrecen la posibilidad de realizar o de obtener pagos automáticos en euros (véase por analogía la sentencia P@YWEB CARD y PAYWEB CARD, apartado 54 *supra,* apartado 80).

88 Ahora bien, en segundo lugar debe observarse que desde el punto de vista del público pertinente existe una relación lo bastante directa y concreta entre el signo denominativo «euro automatic payment», por una parte, y por otra la cualidad específica del conjunto de los servicios comprendidos en la clase 36, consistente en que éstos pueden permitir la realización o la recepción de pagos automáticos en euros, en su caso por vía electrónica, la cual está estrechamente ligada al concepto de automaticidad, en el contexto de transacciones comerciales y financieras en los ámbitos bancario, financiero e informático.

89 Por otra parte, debe desestimarse la alegación de la demandante de que, en su práctica decisoria anterior, la OAMI ha reconocido que una marca meramente evocadora del ámbito bancario y financiero con el que se relacionaban los servicios considerados no era descriptiva de éstos. En efecto, hay que recordar que las resoluciones relativas al registro de un signo como marca comunitaria que las Salas de Recurso deben adoptar, en virtud del Reglamento nº 207/2009, dimanan de una competencia reglada y no de una facultad discrecional. Por lo tanto, la legalidad de las resoluciones de las Salas

de Recurso debe apreciarse únicamente sobre la base de dicho Reglamento, tal como lo ha interpretado el juez de la Unión, y no sobre la de una práctica decisoria anterior de esas Salas (sentencia STREAMSERVE, apartado 44 *supra*, apartado 66).

90 En consecuencia, es preciso considerar, como estimó la Sala de Recurso en el punto 24 de la resolución impugnada, que el signo solicitado puede constituir una mera descripción de la propia naturaleza o del objeto de los servicios de que se trata, ya que la expresión «euro automatic payment» ofrece informaciones directas sobre el objeto de los servicios comprendidos en la clase 36.

91 Siendo así, la Sala de Recurso estimó conforme a Derecho, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, que la marca solicitada era descriptiva de los servicios comprendidos en la clase 36, que se enumeran en el anterior apartado 4.

92 Las conclusiones deducidas en los anteriores apartados 84 y 91 no pueden desvirtuarse por la alegación de la demandante, expuesta en los anteriores apartados 32 a 35, de que la expresión «euro automatic payment» no es descriptiva sino evocadora, incluso libremente elegida, según que los productos y los servicios incluidos en la solicitud de marca pertenezcan o no al ámbito bancario o financiero.

93 En efecto, de la jurisprudencia resulta que, en tanto que la descripción corresponde a la designación directa del objeto, de la calidad o de las características de los productos y de los servicios para los que se solicita la marca, conforme al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, la evocación se caracteriza por la inexistencia de una relación suficientemente estrecha entre la marca solicitada, por una parte, y por

otra los productos y los servicios considerados, de modo que no trasciende al ámbito lícito de la sugerencia [véase en ese sentido la sentencia del Tribunal de 31 de enero de 2001, Sunrider/OAMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, apartados 22 y 24].

94 Por consiguiente, dado que se ha demostrado que la expresión «euro automatic payment» es descriptiva de los productos comprendidos en la clase 9 y de los servicios comprendidos en la clase 36, esa expresión entra en el ámbito de la descripción en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 y no puede incluirse en el de la evocación.

95 En virtud de las precedentes consideraciones, la Sala de Recurso concluyó válidamente que la marca solicitada tiene carácter descriptivo de los productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 36, que se enumeran en el anterior apartado 4. Por tanto, debe desestimarse por infundado el presente motivo.

96 Dado que, según reiterada jurisprudencia, se deduce con claridad del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009 que basta con que se aplique uno de los motivos de denegación absolutos en él enumerados para que el signo de que se trate no pueda registrarse como marca comunitaria [sentencia del Tribunal de Justicia de 19 septiembre de 2002, DKV/OAMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, apartado 29, y sentencia del Tribunal General de 8 de julio de 2008, Lancôme/OAMI – CMS Hasche Sigle (COLOR EDITION), T-160/07, Rec. p. II-1733, apartado 51], ya no procede examinar el segundo motivo invocado por la demandante, basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), de dicho Reglamento.

97 Por ello, debe desestimarse el recurso en su totalidad.

Costas

98 A tenor del artículo 87, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal, la parte que pierda el proceso será condenada en costas si así lo hubiera solicitado la otra parte. Por haber sido desestimadas las pretensiones de la demandante, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la OAMI.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

decide:

1) Desestimar el recurso.

2) Condenar en costas a Euro-Information – Européenne de traitement de l'information.

Pelikánová Jürimäe van der Woude

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 12 de abril de 2011.

Firmas