Recopilación de la Jurisprudencia

CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL
SR. NILS WAHL
presentadas el 17 de mayo de 2017 [1]

Asunto C-501/15 P

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)
contra

Cactus SA

«Recurso de casación — Marca comunitaria — Reglamento (CE) n.º 207/2009 — Artículos 15, 28 y 42 — Signo figurativo que incluye los elementos denominativos CACTUS OF PEACE CACTUS DE LA PAZ — Oposición del titular de las marcas comunitarias anteriores que incluyen el elemento denominativo CACTUS — Alcance de las marcas comunitarias anteriores — Servicios de venta al por menor — Apreciación del uso efectivo de una marca figurativa en circunstancias en que solo se usa una parte de la marca registrada»

1. Mediante su recurso de casación, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) solicita al Tribunal de Justicia que anule la sentencia del Tribunal General en el asunto T-24/13. [2] En dicha sentencia, el Tribunal General anuló la resolución de una Sala de Recurso de la EUIPO por la que se anulaba la resolución de la División de Oposición en la medida en que declaró que quedaba acreditado el uso efectivo de las marcas anteriores.

2. El presente asunto plantea, fundamentalmente, dos cuestiones. Ambas versan, en particular, sobre el concepto de «uso efectivo» en el sentido del artículo 15 del Reglamento (CE) n.º 207/2009. [3] Por una parte, el asunto tiene por objeto la extensión de la protección que debe conferirse a una marca anterior cuando, al margen de una referencia general a la clase pertinente de productos y servicios, no se facilita ninguna indicación específica en relación con los productos y servicios cubiertos por la marca en el momento del registro. A este respecto, el asunto brinda al Tribunal de Justicia la oportunidad de precisar su jurisprudencia resultante de las sentencias IP Translator [4] y Praktiker. [5] Por otra parte, el asunto invita al Tribunal a aclarar cómo debe apreciarse el uso efectivo de una marca compuesta cuando dicha marca se emplea, en práctica, de forma abreviada.

1 Lengua original: inglés.

2 Sentencia de 15 de julio de 2015, Cactus/OAMI – Del Rio Rodríguez (CACTUS OF PEACE CACTUS DE LA PAZ) (T-24/13, no publicada, en lo sucesivo, «sentencia recurrida», EU:T:2015:494).

3 Reglamento (CE) n.º 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO 2009, L 78, p. 1, en lo sucesivo, «Reglamento sobre la marca comunitaria»).

4 Sentencia de 19 de junio de 2012, The Chartered Institute of Patent Attorneys (C-307/10, en lo sucesivo, «sentencia IP Translator», EU:C:2012:361).

5 Sentencia de 7 de julio de 2005, Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte (C-418/02, en lo sucesivo, «sentencia Praktiker», EU:C:2005:425).

I. Marco jurídico

3. El artículo 15, apartado 1, del Reglamento sobre la marca comunitaria establece:

«Si, en un plazo de cinco años a partir del registro, la marca comunitaria no hubiere sido objeto de un uso efectivo en la Comunidad por el titular para los productos o los servicios para los cuales esté registrada, o si tal uso hubiere sido suspendido durante un plazo ininterrumpido de cinco años, la marca comunitaria quedará sometida a las sanciones señaladas en el presente Reglamento salvo que existan causas justificativas para su falta de uso.

A efectos del apartado 1, también tendrá la consideración de uso:

a) el uso de la marca comunitaria en una forma que difiera en elementos que no alteren el carácter distintivo de la marca en la forma bajo la cual esta se halle registrada;

[…]»

4. El artículo 28 del Reglamento sobre la marca comunitaria prevé:

«Los productos y servicios para los que se presenten marcas comunitarias se clasificarán según la clasificación prevista en el Reglamento de Ejecución.»

5. El artículo 42, apartado 2, del Reglamento sobre la marca comunitaria versa sobre el examen de una oposición. Dispone:

«A instancia del solicitante, el titular de una marca comunitaria anterior que hubiere presentado oposición presentará la prueba de que, en el curso de los cinco años anteriores a la publicación de la solicitud de marca comunitaria, la marca comunitaria anterior ha sido objeto de un uso efectivo en la Comunidad para los productos o los servicios para los cuales esté registrada y en los que se base la oposición, o de que existan causas justificativas para la falta de uso, con tal de que en esa fecha la marca anterior esté registrada desde al menos cinco años antes. A falta de dicha prueba, se desestimará la oposición. Si la marca comunitaria anterior solo se hubiere utilizado para una parte de los productos o de los servicios para los cuales esté registrada, solo se considerará registrada, a los fines del examen de la oposición, para esa parte de los productos o servicios.»

6. Bajo el epígrafe «Lista de productos y servicios», la regla 2 del Reglamento (CE) n.º 2868/95[6] dispone:«1. La clasificación común mencionada en el artículo 1 del Arreglo de Niza relativo a la clasificación de productos y servicios para el Registro de [las] Marcas, de 15 de junio de 1957, revisado y modificado, se aplicará a la clasificación de productos y servicios.

2. La lista de productos y servicios deberá formularse de tal modo que indique claramente el tipo de productos y servicios y que haga posible que cada artículo esté clasificado en una sola clase de la clasificación del Arreglo de Niza.

3. Los productos y servicios se agruparán preferentemente de acuerdo con las clases de la clasificación del Arreglo de Niza; cada grupo irá precedido del número de la clase de dicha clasificación a la que pertenece el grupo de productos o servicios y figurará en el orden de las clases de dicha clasificación.

6 Reglamento (CE) n.º 2868/95 de la Comisión, de 13 de diciembre de 1995, por el que se establecen normas de ejecución del Reglamento (CE) n.º 40/94 del Consejo sobre la marca comunitaria (DO 1995, L 303, p. 1; en lo sucesivo, «Reglamento de Ejecución»).

4. La clasificación de productos y servicios servirá exclusivamente a efectos administrativos. Por consiguiente, no se considerará que los productos y servicios son similares por el hecho de que figuren en la misma clase de la clasificación del Arreglo de Niza, ni que los productos y servicios difieren entre sí por que aparezcan en diferentes categorías de dicha clasificación.»

II. Antecedentes del litigio

7. La sentencia recurrida describe los antecedentes del asunto de la forma siguiente.

8. El 13 de agosto de 2009, la Sra. Isabel del Río Rodríguez presentó una solicitud de registro de marca comunitaria ante la EUIPO en virtud del Reglamento sobre la marca comunitaria.

9. Se solicitó el registro como marca del signo figurativo que incluye los elementos denominativos CACTUS OF PEACE CACTUS DE LA PAZ.

10. Los productos y servicios para los que se solicitó el registro de la marca pertenecen a las clases 31, 39 y 44 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 (en lo sucesivo, «Clasificación de Niza»).[7]

11. La solicitud de marca se publicó el 14 de diciembre de 2009.

12. El 12 de marzo de 2010, Cactus SA (en lo sucesivo, «Cactus») formuló oposición contra el registro de la marca solicitada, con arreglo al artículo 41 del Reglamento sobre la marca comunitaria.

13. En apoyo de su oposición, Cactus invocó sus marcas comunitarias registradas anteriores (en lo sucesivo, «marcas Cactus anteriores»). Más concretamente, la oposición se basó, por un lado, en la marca comunitaria denominativa CACTUS (en lo sucesivo, «marca denominativa anterior») registrada el 18 de octubre de 2002 para productos y servicios de las clases 2, 3, 5 a 9, 11, 16, 18, 20, 21, 23 a 35, 39, 41 y 42.[8] Por otro lado, la oposición se basó en la marca comunitaria figurativa (en lo sucesivo, «marca figurativa anterior») registrada el 6 de abril de 2001 para los mismos productos y servicios que los cubiertos por la marca denominativa, con la excepción de «alimentos no comprendidos en otras clases; plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas» que figuran en la clase 31.

14. La oposición, que se basó en el artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento sobre la marca comunitaria, iba dirigida contra todos los productos y servicios cubiertos por la marca solicitada y se basó en todos los productos y servicios cubiertos por las marcas anteriores.

7 El Arreglo de Niza contiene una lista de clases que están acompañadas de notas explicativas. Desde el 1 de enero de 2002, esta clasificación incluye 34 clases de productos y 11 clases de servicios. Cada clase está formada por varias indicaciones generales, que constituyen el título de la clase, y por la lista alfabética de productos y de servicios. Los productos y servicios controvertidos en el presente asunto son los siguientes. Clase 31: «Semillas, plantas y flores naturales»; clase 39: «Servicios de almacenamiento, distribución y transporte de todo tipo de abonos, fertilizantes, semillas, flores, plantas, árboles, herramientas y artículos de jardinería»; y clase 44: «Servicios de jardinería, servicios de viveros, servicios de horticultura».

8 Estos productos y servicios corresponden, para algunas de estas clases, a la siguiente descripción. Clase 31: «Alimentos no comprendidos en otras clases; plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas; excepto cactus, semillas de cactus y, más genéricamente, plantas y semillas de la familia de los cactus»; clase 35: «publicidad, gestión de negocios comerciales, entre otra gestión de tiendas, gestión de tiendas de bricolaje y de jardinería, gestión de supermercados e hipermercados; administración comercial, trabajos de oficina, entre otra publicidad, publicidad en radio y/o televisión, difusión de anuncios publicitarios, publicación de textos publicitarios, publicidad por correo directo; estudios de mercado; publicidad exterior; asistencia en la dirección de negocios; demostración de productos, distribución de muestras; sondeos de opinión; selección de personal; análisis del precio de costo; relaciones públicas»; y clase 39: «Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes, incluido el camionaje; almacenamiento de mercancías, alquiler de almacenamiento y/o servicios de depósito; reparto de mercancías; servicios de mensajería».

15. Mediante resolución de 2 de agosto de 2011, la División de Oposición estimó la oposición para las «semillas, plantas y flores naturales» comprendidas en la clase 31 y para los «servicios de jardinería, servicios de viveros, servicios de horticultura» previstos en la clase 44, que estaban cubiertos por la marca denominativa anterior. En consecuencia, el registro de la marca solicitada fue denegado para los citados productos y servicios, pero estimado para los servicios comprendidos en la clase 39.

16. La División de Oposición consideró, en particular, que, a raíz de la solicitud formulada por la Sra. del Río Rodríguez para que Cactus demostrase que las marcas anteriores habían sido objeto de un uso efectivo, las pruebas aportadas por la demandante demostraban un uso efectivo de la marca denominativa anterior para «plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas; excepto cactus, semillas de cactus y, más genéricamente, plantas y semillas de la familia de los cactus» comprendidas en la clase 31, y para los servicios de «venta al por menor de plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas» comprendidos en la clase 35.

17. El 28 de septiembre de 2011, la Sra. del Río Rodríguez presentó un recurso contra la resolución de la División de Oposición.

18. Mediante resolución de 19 de octubre de 2012 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Segunda Sala de Recurso de la EUIPO estimó el recurso y desestimó la oposición en su totalidad. En particular, considero que la División de Oposición había incurrido en error al estimar que Cactus había presentado la prueba del uso efectivo de las marcas Cactus anteriores en relación con los servicios de «venta al por menor de plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas» comprendidos en la clase 35. Más concretamente, la Sala de Recurso estimó que: i) estos servicios no estaban cubiertos por las marcas Cactus anteriores; ii) aunque Cactus reivindicó el uso respecto de los «servicios de supermercado», no solo tales servicios no estaban cubiertos por las marcas Cactus anteriores, sino que el uso efectivo por lo que respecta a estos servicios no había sido demostrado, y iii) la «gestión de supermercados e hipermercados» prevista en la clase 35, que está cubierta por las marcas Cactus anteriores, corresponde a servicios de gestión prestados a empresas terceras, de tal modo que este servicio debe considerarse diferente de los servicios de venta al por menor por su naturaleza, sus efectos, y los usuarios finales a los que se dirige. La Sala de Recurso también consideró que Cactus no había aportado ninguna prueba, para el período comprendido entre el 14 de diciembre de 2004 y el 13 de diciembre de 2009, del uso efectivo de las marcas Cactus anteriores para ninguno de los productos o servicios cubiertos por estas marcas.

III. Procedimiento ante el Tribunal General

19. Mediante escrito presentado el 21 de enero de 2013, Cactus solicitó al Tribunal General la anulación de la resolución impugnada.

20. Mediante la sentencia recurrida, el Tribunal General anuló la resolución impugnada en la medida en que la oposición fue desestimada debido a que los servicios de «venta al por menor de plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas» comprendidos en la clase 35 no estaban cubiertos por las marcas Cactus anteriores y en relación con las «plantas y flores naturales, semillas» que figuran en la clase 31, y desestimó el recurso en todo lo demás.

IV. Procedimiento ante el Tribunal de Justicia y pretensiones de las partes

21. Mediante su recurso de casación, presentado ante el Tribunal de Justicia el 22 de septiembre de 2015, la EUIPO solicita al Tribunal de Justicia que:

– Anule la sentencia recurrida.

– Condene a Cactus a cargar con las costas.

22. Cactus solicita al Tribunal de Justicia que desestime el recurso de casación y que condene en costas a la EUIPO.

23. Las partes formularon observaciones orales en la vista celebrada el 29 de marzo de 2017.

V. Análisis

24. La EUIPO invoca dos motivos en apoyo de su recurso de casación.

25. En el marco del primer motivo, alega que la sentencia recurrida infringe lo dispuesto en el artículo 28 del Reglamento sobre la marca comunitaria, en relación con la regla 2 del Reglamento de Ejecución, al equiparar la cobertura del título de la clase 35 con todos los servicios pertenecientes a esta clase.

26. En el marco del segundo motivo, la EUIPO alega que la sentencia recurrida infringe lo dispuesto en los artículos 42, apartado 2, y 15, apartado 1, del Reglamento sobre la marca comunitaria, puesto que el Tribunal General consideró que el uso del elemento figurativo, a saber, un logotipo que representa un cactus estilizado, sin el elemento denominativo no modificaba el carácter distintivo de la marca figurativa tal como fue registrada.

A. Sobre el primer motivo: ¿puede una marca cubrir servicios de venta al por menor aun cuando tales servicios no figuran en la lista alfabética de la clase 35 de la Clasificación de Niza?

1. Introducción

27. El presente motivo de casación versa sobre la posibilidad de registrar marcas para servicios de venta al por menor y el uso de los títulos de las clases para designar los productos y servicios cubiertos por una marca. Asimismo, plantea una importante cuestión relativa a la repercusión de las comunicaciones, publicadas por la EUIPO en relación con su práctica de registro, acerca de la extensión de la protección conferida por una marca.

28. En un sentido más amplio, el presente motivo trata sobre el alcance de la protección que debe conferirse a una marca anterior en los casos en que los títulos de las clases generales de la Clasificación de Niza se hayan empleado para designar los productos y servicios que deben ser cubiertos por la marca. Tras el registro de las marcas Cactus anteriores, la jurisprudencia del Tribunal de Justicia limitó la posibilidad de que los solicitantes de marca pudieran referirse simplemente a los títulos de las clases generales al designar los productos y servicios que deben ser cubiertos por la marca. También proporcionó orientación sobre las condiciones con arreglo a las cuales pueden permitirse los registros de marca para servicios de venta al por menor.

29. Por un lado, en la sentencia IP Translator, el Tribunal de Justicia declaró que «para respetar las exigencias de claridad y precisión […] el solicitante de una marca nacional que utilice todas las indicaciones generales del título de una clase específica de la Clasificación de Niza a fin de identificar los productos o servicios para los que insta la protección de la marca debe precisar si su solicitud de registro comprende todos los productos o servicios enumerados en la lista alfabética de la clase específica designada o solo algunos de esos productos o servicios. En caso de que la solicitud solo tenga por objeto algunos de esos productos o servicios el solicitante está obligado a precisar los

productos o servicios comprendidos en esa clase que quiere designar». [9]

30. Por otro lado, en la sentencia Praktiker, el Tribunal de Justicia consideró que, si bien una marca puede cubrir servicios de venta al por menor, «debe exigirse al solicitante que precise los productos o tipos de productos a los que se refieren dichos servicios» en la solicitud. [10]

31. En la sentencia recurrida, el Tribunal General indicó que la declaración del Tribunal de Justicia en la sentencia IP Translator no afecta a la extensión de la protección que confieren las marcas Cactus anteriores y que la indicación del título de la clase 35 comprende «todos los servicios incluidos en esta clase», incluidos los servicios que consisten en la venta al por menor de productos. Según el Tribunal General, la protección de las marcas comunitarias anteriores se amplía a los servicios de venta al por menor relacionados con el comercio de cualquier producto puesto que estas marcas fueron solicitadas antes de que el Tribunal de Justicia pronunciara la sentencia Praktiker. Por estos motivos, el Tribunal General concluyó que las marcas comunitarias anteriores están protegidas respecto de los servicios de «venta al por menor de plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas». [11]

32. Según la EUIPO, el Tribunal General aplicó erróneamente la jurisprudencia sentada en la sentencia IP Translator y limitó erróneamente la aplicación de la sentencia Praktiker en relación con las marcas Cactus anteriores. Desde el punto de vista de la EUIPO, esto supone una infracción de lo dispuesto en el artículo 28 del Reglamento sobre la marca comunitaria, en relación con la regla 2 del Reglamento de Ejecución. Dado que la lista alfabética de la clase 35 no incluye los servicios de venta al por menor como tales, ni los servicios de «venta al por menor de plantas y flores naturales, semillas; frutas y verduras frescas», las marcas Cactus anteriores no están protegidas en relación con estos servicios.

33. Cactus considera que las reclamaciones de la EUIPO son inoperantes y que el primer motivo de casación debe desestimarse por infundado.

2. Práctica de la EUIPO

34. Como observación preliminar, resulta útil mencionar que los productos y servicios para los que se solicitan las marcas comunitarias se clasifican con arreglo a la clasificación común mencionada en el artículo 1 del Arreglo de Niza. En virtud de la regla 2 del Reglamento de Ejecución, la lista de productos y servicios deberá formularse de tal modo que indique claramente el tipo de productos y servicios y que haga posible que cada artículo esté clasificado en una sola clase de la clasificación del Arreglo de Niza.

35. Antes de que el Tribunal de Justicia pronunciara la sentencia IP Translator, la EUIPO aceptaba solicitudes de marca que se referían a uno o varios títulos de clases sin exigir ninguna otra indicación de los productos y servicios que habrían de estar cubiertos por la marca solicitada. Más concretamente, en este contexto, la Comunicación n.º 4/03 del presidente de la Oficina [12] explicaba la práctica de la (antigua) Oficina de Armonización del Mercado Interior con respecto a los títulos de las clases. Por un lado, se permitía la utilización de las indicaciones generales que forman los títulos de las clases. Ninguno de ellos era considerado demasiado vago e impreciso. Por otro lado, se consideraba que la indicación de los títulos completos de una clase determinada cubría la totalidad de los productos y servicios que *podían* estar comprendidos en la clase en cuestión (enfoque comprensivo).

9 Sentencia de 16 de junio de 2012, IP Translator (C-307/10, EU:C:2012:361), apartado 61.

10 Sentencia de 7 de julio de 2005, Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425), apartado 50.

11 Apartados 36 a 39 de la sentencia recurrida.

12 Comunicación n.º 4/03 del presidente de la Oficina, de 16 de junio de 2003, relativa al uso de los títulos de las clases en las listas de productos y servicios contenidas en las solicitudes y registros de marcas comunitarias.

36. Tras dictarse la sentencia IP Translator el 19 de junio de 2012, la EUIPO sustituyó la Comunicación n.º 4/03 por la Comunicación n.º 2/12.[13] Esta última establece una distinción dependiendo de la fecha en la que se solicitó la marca comunitaria. En lo que respecta a las marcas comunitarias solicitadas a partir del 21 de junio de 2012, los solicitantes deben manifestar expresamente su intención de abarcar todos los productos y servicios que figuran en la lista alfabética de una clase específica. En cuanto a las marcas comunitarias solicitadas antes de la fecha límite de 21 de junio de 2012, la utilización de indicaciones generales de un título de clase se entiende en el sentido de que implicaba que la solicitud se extendía a todos los productos y servicios comprendidos en la lista alfabética de una clase específica. Como he mencionado anteriormente, en el pasado se entendía que tal solicitud cubría, en virtud del enfoque comprensivo, todos los productos y servicios comprendidos en una clase determinada.

37. Como señala la EUIPO, la distinción entre, por un lado, los productos y servicios de la lista alfabética de una clase específica y, por otro, los productos y servicios que pueden estar comprendidos en dicha clase específica es importante. Ello se debe a que no todos los productos y servicios que pueden estar comprendidos en una clase determinada figuran en la lista alfabética.

38. Esto me conduce a la repercusión de la declaración del Tribunal de Justicia en la sentencia IP Translator acerca de la extensión de la protección conferida por las marcas registradas antes de que se pronunciase tal sentencia.

3. La jurisprudencia y sus consecuencias

a) Sentencia IP Translator

39. La reciente sentencia Brandconcern, que se pronunció una vez concluida la fase escrita del presente asunto, aclaró el alcance de la declaración del Tribunal de Justicia en la sentencia IP Translator en cuanto a las marcas registradas antes de que se dictara dicha sentencia.[14]

40. Al resolver sobre el recurso de casación, el Tribunal de Justicia indicó en la sentencia Brandconcern que la declaración del Tribunal de Justicia en la sentencia IP Translator se refiere no a los titulares de una marca ya registrada, sino únicamente a los (nuevos) solicitantes de marcas. Más concretamente, declaró que el Tribunal de Justicia únicamente pretendía precisar las exigencias a las que deben someterse los solicitantes de marcas nacionales que utilicen las indicaciones generales del título de una clase a fin de identificar los productos y los servicios para los que solicita la protección de la marca. Tales exigencias tienen como finalidad garantizar que es posible determinar con certeza el alcance de la protección conferida por una marca al haber utilizado el solicitante todas las indicaciones que figuran en el título de una clase. El Tribunal de Justicia también explicó que la sentencia IP Translator no tuvo ninguna incidencia respecto de la validez del enfoque expuesto en la Comunicación n.º 4/03 en lo concerniente a las marcas registradas antes de que se dictara esa sentencia.[15]

41. En otras palabras, la declaración del Tribunal de Justicia no se consideró a aplicable a las marcas registradas antes de que se dictara esa sentencia.

13 Comunicación n.º 2/12 del presidente de la Oficina, de 20 de junio de 2012, relativa al uso de los títulos de las clases en las listas de productos y servicios contenidas en las solicitudes y registros de marcas comunitarias.

14 Sentencia de 16 de febrero de 2017, Brandconcern/EUIPO y Scooters India, (C-577/14 P, en lo sucesivo, «sentencia Brandconcern», EU:C:2017:122).

15 Apartados 29 a 32.

42. Tal conclusión resulta igualmente válida en el presente asunto: no puede reprocharse al Tribunal General que haya considerado que la declaración del Tribunal de Justicia en la sentencia IP Translator no ha tenido incidencia en la extensión de la protección conferida por las marcas registradas antes de que se dictara dicha sentencia. [16]

43. No altera esta circunstancia el hecho de que, en la Comunicación n.º 2/12, la EUIPO adoptara un nuevo enfoque también en relación con las marcas registradas antes del 21 de junio de 2012.

44. Como se ha señalado anteriormente, sobre la base de dicha Comunicación, la EUIPO revisó su práctica en relación con las marcas anteriormente registradas: para tales marcas, la utilización de las indicaciones generales de un título de clase debía entenderse en el sentido de que la protección conferida por la marca se extendía a todos los productos y servicios enumerados en la *lista alfabética* de una clase específica, en vez de a todos los productos y servicios (que podían quedar) comprendidos en la clase específica, como sucedía anteriormente.

45. La extensión de la protección conferida por las marcas que se hayan registrado no puede simplemente modificarse sobre la base de una comunicación no vinculante. Sería contrario a la estabilidad de las marcas registradas [17] que la EUIPO pudiera, valiéndose de una comunicación, limitar la cobertura de las marcas ya registradas.

46. En este sentido, no debe olvidarse que las comunicaciones de la EUIPO controvertidas en el presente asunto tienen por objeto explicar y aclarar la práctica de la EUIPO al examinar las solicitudes de marca comunitaria. No son jurídicamente vinculantes. En la época en que se registraron las marcas Cactus anteriores, la EUIPO aceptaba el registro de marcas para servicios de venta al por menor de la clase 35 y, ni las comunicaciones correspondientes ni, en este sentido, la jurisprudencia, preveían limitación alguna en relación con la utilización de los títulos de clase para designar productos y servicios cubiertos por la marca. [18]

47. En contra de lo que afirmó la EUIPO en la vista, lo que se ha expuesto anteriormente no resulta contradicho por su interpretación de la sentencia Brandconcern. Es, desde luego, cierto que el Tribunal de Justicia no solo señaló que su declaración en la sentencia IP Translator no se aplica a las marcas ya registradas. También validó específicamente el enfoque del Tribunal General según el cual una marca anterior con una mención al título de la clase pertinente (en el presente asunto, la clase 12) debe interpretarse en el sentido de que pretendía proteger esa marca para la totalidad de los productos que figuraban en la *lista alfabética* de la clase pertinente, con arreglo al enfoque establecido en la Comunicación n.º 2/12 para las marcas registradas antes de que se dictase la sentencia IP Translator. [19] En opinión de la EUIPO, esto equivale a aceptar que la utilización de un título de clase al designar los productos o servicios cubiertos por una marca solo puede extenderse a los productos o servicios previstos en la lista alfabética de una clase determinada.

48. En este sentido, me limitaré a observar que, en la sentencia Brandconcern, no se planteó la cuestión de una distinción entre, por un lado, los productos o servicios mencionados en la lista alfabética y, por otro, todos los productos o servicios cubiertos por el título de la clase pertinente.

16 Cualquier otra interpretación privaría de sentido a la modificación del artículo 28 del Reglamento n.º 207/2009 introducida por el Reglamento (UE) n.º 2015/2424, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015 (DO 2015, L 341, p. 21). Sobre la base de dicho Reglamento, se añadió una disposición transitoria al artículo 28, que permite a los titulares de marcas de la Unión solicitadas antes del 22 de junio de 2012 y que estén registradas respecto de un título íntegro de una clase de la Clasificación de Niza declarar, antes del 24 de septiembre de 2016, que su intención en la fecha de presentación de la solicitud era la de solicitar protección para productos o servicios más allá de los comprendidos en el tenor del título de la clase considerada, siempre que estuvieran comprendidos en la lista alfabética correspondiente a esa clase.

17 Véase el anterior punto 56.

18 La EUIPO ha aceptado los registros de marca para servicios de venta al por menor desde la adopción de la Comunicación n.º 3/01 del presidente de la Oficina, de 12 de marzo de 2001, relativa al registro de marcas comunitarias para servicios de venta al por menor. Véase la sentencia de 30 de junio de 2004, BMI Bertollo/OAMI — Diesel (DIESELIT) (T-186/02, EU:T:2004:197), apartado 42.

19 Sentencia de 16 de febrero de 2017, Brandconcern/EUIPO y Scooters India (C-577/14 P, EU:C:2017:122), apartado 32.

49. En casación, se solicitó al Tribunal de Justicia que se pronunciase acerca de si el Tribunal General concluyó acertadamente que, pese a que el titular de la marca anterior (LAMBRETTA) había obtenido, según su solicitud, que había sido presentada antes de la entrada en vigor de la Comunicación n.º 4/03, el registro de su marca para «vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática» de la clase 12, procedía conferirle, sobre la base de la Comunicación n.º 2/12, protección para la totalidad de los productos que figuraban en la lista alfabética relativa a la clase 12, con arreglo a la intención del titular. [20]

50. Por consiguiente, la sentencia Brandconcern no sirve de fundamento para validar el enfoque adoptado por la EUIPO en la Comunicación n.º 2/12 en relación con la premisa de que una marca registrada antes de la fecha límite de 21 de junio de 2012 puede, a lo sumo, conferir protección a los productos o servicios mencionados en la lista alfabética pertinente. Del mismo modo, la sentencia Brandconcern no debería interpretarse en el sentido de que se opone, desde el principio, a que la protección conferida por las marcas registradas antes de que dictase la sentencia IP Translator se extienda más allá de los productos y servicios mencionados en la lista alfabética de una clase determinada.

51. Una vez aclarado este extremo, pasaré ahora a examinar el alcance de la sentencia del Tribunal de Justicia Praktiker.

b) Sentencia Praktiker

52. La cuestión que aquí se plantea es si el Tribunal General estimó acertadamente que, dado que el registro de las marcas Cactus anteriores se efectuó antes de que el Tribunal de Justicia pronunciase su sentencia Praktiker, la protección conferida por estas marcas anteriores se extiende a los servicios de venta al por menor relativos al comercio de cualquier producto sin que resulte necesario especificar los productos o tipos de productos afectados por el servicio de venta al por menor en cuestión.

53. Es cierto, como señala la EUIPO, que la limitación de los efectos en el tiempo de la sentencias del Tribunal de Justicia es la excepción, y no la regla. La EUIPO también indica acertadamente que el Tribunal de Justicia no limitó específicamente el efecto en el tiempo de su sentencia Praktiker.

54. La excepcionalidad de la limitación temporal de los efectos de las sentencias se deriva lógicamente de la forma en que se despliegan los efectos de las sentencias del Tribunal de Justicia. En principio, las sentencias del Tribunal de Justicia producen efectos *ex tunc*. Con arreglo a la fórmula sólidamente establecida, reiterada en el marco de los procedimientos prejudiciales incoados con arreglo al artículo 267 TFUE, la interpretación que hace el Tribunal de Justicia de una norma de Derecho de la Unión aclara y precisa el significado y el alcance de dicha norma, tal como debe o habría debido ser entendida y aplicada desde el momento de su entrada en vigor. De ello resulta que la norma así interpretada puede y debe ser aplicada incluso a relaciones jurídicas nacidas y constituidas antes de la sentencia que resuelva sobre la petición de interpretación si además se reúnen los requisitos que

20 Sentencia de 16 de febrero de 2017, Brandconcern/EUIPO y Scooters India (C-577/14 P, EU:C:2017:122), apartados 19 y 32. Véase también la sentencia de 30 de septiembre de 2014, Scooters India/OAMI — Brandconcern (LAMBRETTA) (T-51/12, no publicada, EU:T:2014:844), en particular, apartados 35 y 36. Véase también la sentencia de 31 de enero de 2013, Present-Service Ullrich/OAMI — Punt Nou (babilu) (T-66/11, no publicada, EU:T:2013:48), apartados 49 y 50. En dicho asunto, el Tribunal General declaró que cabe suponer que un solicitante de marca que ha utilizado todas las indicaciones generales enumeradas en el título de la clase 35 antes de la entrada en vigor la Comunicación n.º 2/12 pretendía cubrir todos los servicios incluidos en la lista alfabética de dicha clase. Sin embargo, el Tribunal General no abordó el hecho de que la referencia a la lista alfabética no se incluyó en la Comunicación n.º 4/03.

permiten someter a los órganos jurisdiccionales competentes un litigio relativo a la aplicación de dicha norma.[21] Por consiguiente, el Tribunal de Justicia solo limita el alcance de sus sentencias en circunstancias excepcionales.[22] En cualquier caso, el Tribunal de Justicia solo puede hacerlo en la misma sentencia que resuelve sobre la interpretación solicitada.[23]

55. Dicho esto, el enfoque adoptado por el Tribunal General está, desde mi punto de vista, justificado. La razón de ello es simple.

56. Sería incoherente admitir la aplicación de la apreciación realizada por el Tribunal de Justicia en la sentencia Praktiker, pero no en la sentencia IP Translator, a las marcas ya registradas. Permitir la aplicación retroactiva de la sentencia Praktiker en el presente asunto no solo sería incoherente, sino también erróneo. Ello se debe a que la apreciación formulada en la sentencia Praktiker, al igual que la apreciación de la sentencia IP Translator, no es aplicable en el presente asunto. Ambas sentencias versan sobre solicitudes de marca, mientras que la cuestión que aborda el Tribunal de Justicia en el presente asunto se refiere al alcance de la protección conferida por una marca registrada anteriormente.

57. Como indicó el Abogado General Sánchez-Bordona en sus conclusiones presentadas en el asunto Brandconcern, existe una importante distinción entre los dos momentos de solicitud y registro de las marcas. La interpretación de la lista de productos y servicios que contiene una solicitud aún puede modificarse con arreglo al artículo 43 del Reglamento sobre la marca comunitaria. No sucede lo mismo en cuanto atañe a la interpretación de la lista de productos y servicios cubiertos por una marca ya registrada. Con arreglo al artículo 48 del mismo Reglamento, una marca registrada es, en principio, inmutable.[24] Admitir que una declaración posterior del Tribunal de Justicia relativa a las solicitudes de marca repercute en la protección conferida por las marcas registradas anteriormente podría socavar la estabilidad de las marcas. Ello sería, asimismo, contrario al principio de seguridad jurídica y frustraría la confianza legítima de los titulares de marcas.

58. En último lugar, y a modo de conclusión, abordaré un punto planteado por la EUIPO en la vista.

c) Observación final

59. La EUIPO señaló que Cactus no había indicado antes del 24 de septiembre de 2016, con arreglo al artículo 28, apartado 8, del Reglamento sobre la marca comunitaria, que su intención en la fecha de presentación de su solicitud para las marcas Cactus anteriores era solicitar protección para productos y servicios distintos de los comprendidos en el tenor del título, pero comprendidos en la lista alfabética de esa clase.

60. Es evidente que esto no tiene ninguna consecuencia, como tal, en el resultado del presente recurso de apelación.

61. No obstante, la alegación formulada por la EUIPO, así como el comentario posterior realizado por Cactus sobre la falta de dicha declaración, sirve para ilustrar dos aspectos.

21 Véanse, por ejemplo, las sentencias de 11 de agosto de 1995, Roders y otros, (C-367/93 a C-377/93, EU:C:1995:261), apartado 42 y jurisprudencia citada, y de 6 de marzo de 2007, Meilicke y otros (C-292/04, EU:C:2007:132), apartado 34 y jurisprudencia citada.

22 El Tribunal de Justicia ha admitido la limitación en el tiempo de los efectos de sus sentencias, en particular, en su reciente sentencia de 28 de abril de 2016, Borealis Polyolefine y otros (C-191/14, C-192/14, C-295/14, C-389/14 y C-391/14 a C-393/14, EU:C:2016:311), apartados 101 a 111. Véase también la sentencia de 8 de abril de 1976, Defrenne (43/75, EU:C:1976:56).

23 Véase, en particular, la sentencia de 9 de marzo de 2000, EKW y Wein & Co (C-437/97, EU:C:2000:110), apartado 57.

24 Conclusiones del Abogado General Campos Sánchez-Bordona presentadas en el asunto Brandconcern/EUIPO (C-577/14 P, EU:C:2016:571), puntos 67 y 68.

62. En primer lugar, muestra que el legislador trató de ajustar la protección conferida en el futuro a las marcas registradas antes de que se dictara la sentencia del Tribunal de Justicia IP Translator a las marcas registradas después del pronunciamiento de dicha sentencia.[25] En efecto, el artículo 28, apartado 8, del Reglamento sobre la marca comunitaria prevé que se considerará que las marcas de la Unión respecto de las cuales no se presente declaración, a más tardar, el 24 de septiembre de 2016 hacen referencia, a partir de ese momento, únicamente a los productos o servicios claramente comprendidos en el tenor de las indicaciones incluidas en el título de la clase correspondiente.

63. Por otro lado, no queda en absoluto claro en qué medida el hecho de que la lista alfabética mencionada en la clase 35 no se refiera expresamente a los servicios de venta al por menor es decisivo a efectos de determinar si marcas como las marcas Cactus anteriores también pueden conferir protección a los servicios de venta al por menor. En efecto, no parece completamente inverosímil sostener que, habida cuenta de la nota explicativa de la clase 35,[26] estos servicios pueden incluirse en dicha clase incluso con arreglo a un enfoque literal.[27]

64. Sobre la base del conjunto de las consideraciones que preceden, considero que el Tribunal General no incurrió en error alguno al afirmar que la indicación del título de la clase 35 cubría todos los servicios incluidos en dicha clase, incluidos los servicios consistentes en la venta al por menor de productos. En consecuencia, el primer motivo de casación debe desestimarse por infundado.

B. Sobre el segundo motivo: ¿cómo debe examinarse el carácter distintivo de una marca cuando dicha marca se emplea de forma abreviada?

1. Introducción

65. En la sentencia recurrida, el Tribunal General declaró que «ha de señalarse que la marca figurativa anterior está compuesta por un elemento figurativo, a saber, un cactus estilizado, seguido del elemento de nominativo “Cactus”. En consecuencia, los dos elementos constitutivos de la marca figurativa anterior transmiten, en sus respectivas formas, el mismo contenido semántico. Es preciso añadir que, tanto en la marca figurativa registrada como en la forma abreviada de dicha marca, la representación del cactus estilizado es la misma, por lo que el consumidor equipara la forma abreviada de dicha marca con su forma registrada. De ello se desprende que la marca figurativa anterior, tal como fue registrada, y la marca, tal como ha sido utilizada por el solicitante en su forma abreviada, deben considerarse sustancialmente equivalentes. Por consiguiente, ha de concluirse que el mero uso por parte del solicitante del cactus estilizado no modifica el carácter distintivo de la marca figurativa anterior».[28]

66. ¿Concluyó acertadamente el Tribunal General que la utilización del logotipo estilizado que representa un cactus, sin el elemento denominativo «Cactus», equivale al uso «en una forma que difiera en elementos que no alteren el carácter distintivo de la marca en la forma bajo la cual esta se halle registrada» en el sentido del artículo 15, apartado 1, del Reglamento sobre la marca comunitaria? Esta es la cuestión sobre la que el Tribunal de Justicia debe pronunciarse al examinar el segundo motivo de casación.

25 Sentencia de 16 de febrero de 2017, Brandconcern/EUIPO y Scooters India (C-577/14 P, EU:C:2017:122), apartado 33.

26 La nota explicativa de la Clasificación de Niza (7.ª edición, vigente en el momento en el que se presentaron las solicitudes para las marcas Cactus anteriores) afirma que el título general de la clase 35 incluye los servicios consistentes en el agrupamiento, por cuenta de terceros, de productos diversos, para que los consumidores puedan examinarlos y comprarlos a su conveniencia. Véanse también las Directrices relativas al examen de las marcas de la Unión Europea, Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), Parte B: Examen, Sección 3, Clasificación, 1 de agosto de 2016, p. 4. En las Directrices, la EUIPO explica que las notas explicativas aclaran qué productos o servicios aparecen o no aparecen en los títulos de clase y cuáles se considerarán una parte integral de la clasificación.

27 Véase la sentencia de 7 de julio de 2005, Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425), apartado 50. Véase también, en este sentido, la sentencia de 10 de julio de 2014, Netto Marken Discount (C-420/13, EU:C:2014:2069), apartados 33 a 36.

28 Apartado 61 de la sentencia recurrida.

67. La EUIPO considera que no. Alega, en esencia, que la conclusión del Tribunal General se basa en un criterio erróneo (a saber, la equivalencia semántica del logotipo y el elemento denominativo «Cactus»). En su opinión, el Tribunal General debería haber examinado separadamente el carácter distintivo y la importancia del elemento denominativo omitido, «Cactus».

68. Más concretamente, identifica cuatro errores de Derecho en la sentencia recurrida, que se refieren en su totalidad al artículo 15, apartado 1, del Reglamento sobre la marca comunitaria. En primer lugar, al basar su conclusión únicamente en la concordancia semántica entre el logotipo y el elemento denominativo, el Tribunal General no examinó hasta qué punto el elemento denominativo «Cactus» era distintivo e importante en la marca compuesta. En segundo lugar, el Tribunal General no atendió a las diferencias visuales y (posiblemente) fonéticas entre el logotipo y la marca compuesta. En tercer lugar, basó erróneamente sus consideraciones finales en el conocimiento anterior que el público de Luxemburgo tenía de la marca figurativa anterior. En cuarto lugar, al apreciar el carácter distintivo de la marca figurativa, no tomó en consideración la percepción del público europeo en su conjunto.

69. Cactus alega que el segundo motivo de casación es inadmisible. En cualquier caso, sostiene que el razonamiento del Tribunal General es impecable.

2. Criterios para determinar si el uso de una marca de forma abreviada modifica el carácter distintivo de la marca tal como fue registrada

70. En primer lugar, debo manifestar mis dudas acerca de la admisibilidad de, al menos, dos (de las cuatro) alegaciones formuladas por la EUIPO en el marco del presente motivo de casación. Como es sabido, el Tribunal de Justicia no es competente para reevaluar los hechos pertinentes ni los elementos de prueba. No puede, en principio, sustituir la apreciación de los hechos del Tribunal General por la suya propia. [29]

71. Desde mi punto de vista, las alegaciones de la EUIPO relativas a la percepción de los consumidores de la marca figurativa anterior y del público pertinente (errores tercero y cuarto) invitan, implícitamente, al Tribunal de Justicia a reevaluar los hechos que subyacen al presente asunto. La jurisprudencia considera que tales alegaciones son inadmisibles. [30] En efecto, las características del público pertinente y la percepción de los consumidores en relación con la marca en cuestión están comprendidas, como tales, en el ámbito de competencia del Tribunal General para apreciar los hechos. [31]

72. Por lo que se refiere al tercer error supuestamente cometido, la EUIPO alega que el Tribunal General basó implícitamente sus conclusiones sobre la equivalencia entre el cactus estilizado y la marca figurativa, tal como fue registrada, en el conocimiento anterior que los consumidores (en Luxemburgo) podían tener del elemento omitido. Con respecto al cuarto error supuestamente cometido, la EUIPO sostiene que el Tribunal General podría haber llegado a una conclusión diferente si se hubiera prestado atención a la percepción de los consumidores europeos en general. Verificar la exactitud de estas pretensiones exigiría claramente reexaminar los hechos y pruebas presentados ante el Tribunal General y examinados por este.

29 Véase, en particular, la sentencia de 2 de septiembre de 2010, Klein Trademark Trust/OAMI (C-254/09 P, EU:C:2010:488), apartado 49 y jurisprudencia citada.

30 Véase, en particular, la sentencia de 12 de julio de 2012, Smart Technologies/OAMI (C-311/11 P, EU:C:2012:460), apartado 52 y jurisprudencia citada.

31 Véanse, por ejemplo, las sentencias de 4 de octubre de 2007, Henkel/OAMI, (C-144/06 P, EU:C:2007:577), apartado 51, y de 12 de julio de 2012, Smart Technologies/OAMI (C-311/11 P, EU:C:2012:460), apartado 51 y jurisprudencia citada.

73. Sin embargo, parece que el Tribunal de Justicia puede examinar las dos alegaciones restantes. [32] Ello se debe a que versan sobre los criterios que han de emplearse al examinar si el uso de una marca de forma abreviada modifica el carácter distintivo de la marca registrada.

74. El artículo 15, apartado 1, letra a), del Reglamento sobre la marca comunitaria autoriza al titular de la marca a modificar la marca registrada cuando dicha marca es objeto de explotación comercial. Con arreglo a la citada disposición, se permitirán las modificaciones siempre que el carácter distintivo de la marca no se vea alterado. Por consiguiente, la disposición tiene por finalidad permitir al titular adaptarse mejor a los requisitos de comercialización y promoción de los productos y servicios en cuestión. En este sentido, el Tribunal de Justicia declaró que una marca registrada ha sido objeto de un uso efectivo «cuando se aporta la prueba del uso de esta marca bajo una forma ligeramente diferente de aquella en la que ha sido registrada». [33]

75. En general, la cuestión de si la forma en que la marca se utiliza es, en esencia, equivalente a la forma en que fue registrada exige una evaluación global de la equivalencia.

76. Sin embargo, la jurisprudencia no ofrece una orientación clara sobre cómo debe apreciarse si el uso de una marca de forma abreviada modifica el carácter distintivo de la marca registrada. Esta jurisprudencia aborda principalmente configuraciones un tanto distintas que se refieren, en particular, a la inclusión de nuevos elementos conceptualmente distintos a la marca registrada (o al uso de la marca de forma modificada). En este contexto, el Tribunal General suele considerar que la constatación de una alteración del carácter distintivo de la marca tal como fue registrada requiere un examen del carácter distintivo y dominante de los elementos añadidos, efectuado sobre la base de las cualidades intrínsecas de cada uno de esos elementos, así como de la posición relativa de los distintos elementos en la configuración de la marca. [34]

77. El presente recurso de casación plantea la cuestión de si esto es igualmente cierto cuando los elementos están omitidos.

78. Desde mi punto de vista, la respuesta a esta cuestión depende de las circunstancias de cada caso concreto.

79. Supongamos que Cactus registró una marca figurativa compuesta por dos elementos: un elemento figurativo que representa una rosa y un elemento denominativo, «Cactus». Supongamos también que Cactus solo empleó el elemento figurativo que representa una rosa al explotar la marca figurativa en sus operaciones comerciales. En tales circunstancias, sería necesario evaluar el carácter distintivo y dominante del elemento omitido a fin de determinar la incidencia de la omisión en el carácter distintivo de la marca tal como fue registrada. Ello se debe, en esencia, a la discordancia conceptual entre el elemento figurativo y el elemento denominativo que comprende la marca registrada. En efecto, en dicha situación, la omisión de uno de los elementos puede tener incidencia en el carácter distintivo. [35]

32 Véanse las conclusiones del Abogado General Szpunar presentadas en el asunto OAMI/Grau Ferrer (C-597/14 P, EU:C:2016:2), punto 111.

33 Sentencia de 13 de septiembre de 2007, Il Ponte Finanziaria/OAMI (C-234/06 P, EU:C:2007:514), apartado 86.

34 Sentencias de 10 de junio de 2010, Atlas Transport/OAMI — Hartmann (ATLAS TRANSPORT) (T-482/08, no publicada, EU:T:2010:229), apartados 38 y 39, y de 14 de julio de 2014, Vila Vita Hotel und Touristik/OAMI — Viavita (VIAVITA) (T-204/12, no publicada, EU:T:2014:646), apartado 34 y jurisprudencia citada. Por otro lado, el Tribunal de Justicia también ha declarado que el empleo de un signo compuesto registrado como marca puede conservar los derechos adquiridos tanto en el signo compuesto como en una parte del mismo que esté sujeta a un registro diferente, siempre que dicha parte siga percibiéndose como marca. Véase la sentencia de 18 de abril de 2013, Colloseum Holding (C-12/12, EU:C:2013:253), apartados 27 a 35.

35 Véanse, por lo que se refiere al análisis que ha de efectuarse, por ejemplo, las sentencias de 24 de noviembre de 2005, GfK/OAMI — BUS (Online Bus) (T-135/04, EU:T:2005:419), apartados 36 y siguientes, y de 21 de enero de 2015, Sabores de Navarra/OAMI — Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA) (T-46/13, no publicada, EU:T:2015:39), apartados 35 a 42.

80. La situación en el presente asunto es diferente. El elemento figurativo (el cactus estilizado) y el elemento denominativo (Cactus) se refieren al mismo concepto. Aunque albergo dudas sobre si es correcto decir que un logotipo y un elemento denominativo tienen el mismo contenido semántico, como ha afirmado el Tribunal General, ello no altera el hecho de que el elemento omitido es equivalente desde el punto de vista conceptual al elemento figurativo utilizado.

81. A pesar de no haber declarado su intención de efectuar una evaluación global de la equivalencia, me parece evidente que el Tribunal General sí la efectuó en el apartado impugnado de la sentencia recurrida. En efecto, comparó la marca tal como es utilizada (el cactus estilizado) con la marca tal como fue registrada (el cactus estilizado y el elemento denominativo). Esta evaluación global de la equivalencia permitió concluir que ambas marcas son equivalentes en lo esencial. Como señala Cactus, cuando los elementos en cuestión son equivalentes desde el punto de vista conceptual, el carácter distintivo del elemento denominativo «Cactus» no puede ser diferente del transmitido por el elemento figurativo de la marca. En tal situación, sería superfluo examinar separadamente el carácter distintivo del elemento denominativo omitido.

82. Por este motivo, el Tribunal General consideró acertadamente que el uso del cactus estilizado solo sin el elemento denominativo «Cactus» no modifica el carácter distintivo de la marca figurativa anterior. Por consiguiente, soy de la opinión de que debe declararse parcialmente inadmisible el segundo motivo de casación y desestimarse por ser parcialmente infundado.

VI. Conclusión

83. Habida cuenta de estas consideraciones, propongo al Tribunal de Justicia que desestime el recurso de casación y condene en costas a la EUIPO.