Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

de 7 de octubre de 2015*

«Marca comunitaria — Solicitudes de marcas comunitarias denominativas ΧΑΛΛΟΥΜΙ y HALLOUMI — Motivo de denegación absoluto — Falta de carácter distintivo — Carácter descriptivo — Artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento (CE) nº 207/2009»

En los asuntos acumulados T-292/14 y T-293/14,

República de Chipre, representada por el Sr. S. Malynicz, Barrister, y la Sra. V. Marsland, Solicitor,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), representada por el Sr. P. Geroulakos, en calidad de agente,

parte demandada,

que tienen por objeto sendos recursos interpuestos contra dos resoluciones de la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI de 19 de febrero de 2014 (asunto R 1849/2013-4 y asunto R 1503/2013-4) relativas a las solicitudes de registro como marcas comunitarias del signo denominativo ΧΑΛΛΟΥΜΙ y del signo denominativo HALLOUMI, respectivamente,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta),

integrado por el Sr. M. Prek (Ponente), Presidente, y la Sra. I. Labucka y el Sr. V. Kreuschitz, Jueces;

Secretario: Sr. I. Dragan, administrador;

habiendo considerado los escritos de demanda presentados en la Secretaría del Tribunal el 28 de abril de 2014;

habiendo considerado el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal el 16 de septiembre de 2014;

visto el auto de 28 de agosto de 2014 por el que se acuerda la acumulación de los asuntos T-292/14 y T-293/14 a efectos de las fases escrita y oral del procedimiento y de la sentencia;

celebrada la vista el 20 de mayo de 2015;

dicta la siguiente

* Lengua de procedimiento: inglés.

Sentencia

Antecedentes del litigio

1 Los días 13 y 15 de febrero de 2013, la demandante, República de Chipre, presentó sendas solicitudes de registro de marca comunitaria ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), con arreglo al Reglamento (CE) nº 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO L 78, p. 1).

2 Las marcas cuyo registro se solicitó son los signos denominativos HALLOUMI y ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

3 Los productos para los que se solicitó el registro pertenecen a la clase 29 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, y corresponden a la descripción siguiente: «Queso; leche y productos lácteos».

4 Los días 1 y 14 de marzo de 2013, el examinador de la OAMI comunicó a la demandante que consideraba que no podía procederse al registro de los signos en cuestión porque concurrían lo motivos de denegación absolutos contemplados en las letras b) y c) del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009.

5 Mediante escritos de 26 de abril y de 14 de mayo de 2013, la demandante formuló sus alegaciones contra la posición adoptada por el examinador.

6 Mediante resoluciones con fechas de 21 de junio y de 24 de julio de 2013, el examinador denegó las solicitudes de marcas comunitarias, basándose en el artículo 7, apartado 1, letras b) y c), y en el artículo 7, apartado 2, del Reglamento nº 207/2009.

7 Los días 2 de agosto y 20 de septiembre de 2013, la demandante interpuso sendos recursos ante la OAMI, con arreglo a los artículos 58 a 64 del Reglamento nº 207/2009, contra las resoluciones del examinador.

8 Mediante dos resoluciones de 19 de febrero de 2014 (en lo sucesivo, «resoluciones impugnadas»), la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI desestimó ambos recursos, considerando, por una parte, que las marcas solicitadas eran descriptivas de los productos a los que se referían, en el sentido de la letra c) del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009, y, por otra parte, que carecían de carácter distintivo, a efectos de la letra b) de esa misma disposición.

9 En primer lugar, la Sala de Recurso subrayó que los términos «HALLOUMI» y «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» designaban una variedad de queso de Chipre y que, por tanto, describían directamente, al menos para el público chipriota, el tipo y el origen geográfico del queso, de la leche y de los productos lácteos para los que se solicitaba el registro. Por esta razón, la Sala de Recurso consideró que carecía de pertinencia la percepción por parte del público anglófono, basada en que el *Oxford English Dictionary* digital define el término «HALLOUMI» (escrito en caracteres latinos) como una marca registrada (denominación registrada). En cuanto al término «ΧΑΛΛΟΥΜΙ», en letras mayúsculas, la Sala de Recurso consideró que el consumidor inglés medio no es capaz de leer el alfabeto griego. En segundo lugar, la Sala de Recurso recordó que, al no prever el Reglamento nº 207/2009 la posibilidad de registrar las marcas de certificación, tales marcas deben presentarse como marcas individuales y sólo podrán ser registradas cuando no pueda invocarse frente a ellas ninguno de los motivos de denegación absolutos contemplados en el artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009. A este respecto, subrayó que la denegación de las solicitudes de registro por el examinador se basó en el significado descriptivo de los términos «HALLOUMI» y «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» y no en el hecho de que con esas palabras la demandante articulara mecanismos de certificación. En tercer lugar, la Sala de Recurso consideró que

resultaba irrelevante para el caso de autos el hecho de que los signos INTEL INSIDE y FAIRTRADE hubieran sido registrados como marcas comunitarias individuales y fueran ya objeto de una licencia para divulgar las características de los productos y servicios. En cuarto lugar, la Sala de Recurso consideró que las marcas solicitadas, en la medida en que describían las características de los productos a que se referían las solicitudes de registro de marca, carecían por fuerza de carácter distintivo a efectos del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 207/2009.

Pretensiones de las partes

10 La demandante solicita al Tribunal que:

— Anule las resoluciones impugnadas.

— Condene en costas a la OAMI.

11 La OAMI solicita al Tribunal que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

12 En apoyo de su recurso, la demandante invoca un motivo único, basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009. Por lo tanto, antes de nada procede examinar este motivo único en la medida en que se refiere a la infracción de la citada disposición del Reglamento nº 207/2009.

13 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. Por su parte, el apartado 2 de ese mismo artículo 7 dispone que el apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Unión Europea.

14 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 de los destinatarios, 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 de 20 de septiembre de 2001, Procter & Gamble/OAMI, C-383/99 P, Rec, EU:C:2001:461, apartado 39, y de 22 de junio de 2005, Metso Paper Automation/OAMI (PAPERLAB), T-19/04, Rec, EU:T:2005:247, apartado 24].

15 De ello se deduce que, para aplicar a un signo la prohibición establecida en la citada disposición, 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 en el signo, sin mayor reflexión, una descripción de los productos y servicios en cuestión o de una de sus características [sentencias PAPERLAB, apartado 14 *supra*, EU:T:2005:247, apartado 25, y de 30 de noviembre de 2011, Hartmann/OAMI (Complete), T-123/10, EU:T:2011:706, apartado 21].

16 Por consiguiente, el carácter descriptivo de un signo sólo puede apreciarse, por una parte, en relación con los productos o servicios de que se trate y, por otra, en relación con la comprensión del signo por parte del público pertinente [sentencias de 16 de marzo de 2006, Telefon & Buch/OAMI — Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, Rec, EU:T:2006:87, apartado 90, y de 15 de enero de 2015, MEM/OAMI (MONACO), T-197/13, Rec, EU:T:2015:16, apartado 50].

17 A la luz de los mencionados principios procede examinar las alegaciones de las partes relativas a la argumentación expuesta por la Sala de Recurso en las resoluciones impugnadas.

18 En primer lugar, tal y como se indica en el apartado 13 de las resoluciones impugnadas, los productos de que se trata están destinados al público en general, extremo que, por lo demás, no pone en tela de juicio la demandante. Procede asimismo considerar acertado el planteamiento de la Sala de Recurso — que la demandante tampoco ha cuestionado— consistente en tomar como referencia al público chipriota a efectos de analizar el eventual carácter descriptivo de las marcas solicitadas.

19 En efecto, con arreglo al artículo 7, apartado 2, del Reglamento nº 207/2009, la Sala de Recurso actuó fundadamente al examinar el motivo de denegación absoluto exclusivamente en relación con el pueblo chipriota. Tal y como puso de relieve en el apartado 11 de la resolución impugnada en el asunto T-292/14, la palabra «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» está escrita en alfabeto grieto y la determinación de su carácter registrable puede realizarse en relación con el pueblo chipriota, pueblo que utiliza el alfabeto griego como alfabeto estándar. Del mismo modo, en lo que atañe a los términos «HALLOUMI» y «ΧΑΛΛΟΥΜΙ», la demandante admite que estos términos designan una variedad de queso de Chipre. Esta razón también es suficiente para justificar que, en el asunto T-293/14, la Sala de Recurso tomara como referencia exclusivamente al pueblo chipriota a la hora de valorar el motivo de denegación absoluto.

20 En segundo lugar, la Sala de Recurso consideró que los términos «HALLOUMI» y «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» designan una variedad de queso de Chipre y que, por tanto, describen directamente, para el público chipriota, el tipo y el origen geográfico del queso, de la leche y de los productos lácteos para los que se solicitó el registro (apartado 14 de las resoluciones impugnadas).

21 Procede dar por buena esta consideración, puesto que la propia demandante la ha confirmado en sus escritos procesales. La demandante manifiesta que los términos «HALLOUMI» y «ΧΑΛΛΟΥΜΙ» indican un tipo particular de queso exportado de Chipre, producido de una manera determinada y con sabor, textura y propiedades culinarias particulares.

22 En el mismo sentido, procede recordar que el Tribunal ha declarado ya que la palabra «HALLOUMI» hace referencia al queso especial chipriota y que dicho término es descriptivo de ese producto [véase, en este sentido, la sentencia de 13 de junio de 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAMI — Garmo (HELLIM), T-534/10, Rec, EU:T:2012:292, apartados 41 y 55].

23 En la vista, la demandante puso en tela de juicio esta interpretación de la sentencia HELLIM, apartado 22 *supra* (EU:T:2012:292), sosteniendo que, en el apartado 41 de aquella sentencia, el Tribunal no se había pronunciado sobre el carácter distintivo de la marca anterior HALLOUMI, sino que había llevado a cabo una mera apreciación de la palabra griega convertida al turco; que el Tribunal se había limitado a constatar que la traducción turca del término «halloumi» es «hellim», y que los consumidores no ignoraban que ambos términos hacían referencia al mismo producto. La demandante alegó también que, en el apartado 52 de la sentencia HELLIM, apartado 22 *supra* (EU:T:2012:292), el Tribunal había reconocido que la marca anterior HALLOUMI tenía carácter distintivo.

24 Estas alegaciones deben desestimarse por inoperantes. En efecto, el Tribunal observa que la demandante no cuestiona el hecho de que el término «HALLOUMI» es descriptivo del producto de que se trata, a saber, un queso especial chipriota, tal como se declaró, por lo demás, en el apartado 55 de la sentencia HELLIM, apartado 22 *supra* (EU:T:2012:292).

25 Pues bien, en relación con los productos o servicios para los que se solicita su registro como marca, cabe recordar que un signo que tiene carácter descriptivo, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, carece, sin perjuicio de la aplicación del apartado 3 de dicho artículo, de carácter distintivo en relación con tales productos o servicios [véanse las sentencias de 10 de marzo de 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OAMI, C-51/10 P, Rec, EU:C:2011:139, apartado 33 y jurisprudencia citada, y de 11 de mayo de 2005, Naipes Heraclio Fournier/OAMI — France Cartes (Espada de una baraja), T-160/02 T-162/02, Rec, EU:T:2005:167, apartado 59 y jurisprudencia citada].

26 Sin embargo, la demandante no ha invocado el artículo 7, apartado 3, del Reglamento nº 207/2009, ni tampoco ha demostrado que su signo haya adquirido, en relación con los productos de que se trata, carácter distintivo como consecuencia del uso que se hizo de él, en el sentido de la citada disposición.

27 El hecho de que, en la sentencia HELLIM, apartado 22 *supra* (EU:T:2012:292), el Tribunal haya reconocido, a raíz de una controversia sobre el riesgo de confusión entre las marcas HALLOUMI y HELLIM, que la marca comunitaria colectiva denominativa anterior HALLOUMI tenía algún carácter distintivo —a lo que le obliga por lo demás la jurisprudencia (véase la sentencia de 24 de mayo de 2012, Formula One Licensing/OAMI, C-196/11 P, Rec, EU:C:2012:314, apartado 47)— no desvirtúa la apreciación contenida en el apartado anterior. En efecto, en primer lugar, en aquella sentencia el Tribunal hizo constar la inexistencia de carácter distintivo particular de la marca HALLOUMI y el carácter descriptivo de la misma (sentencia HELLIM, apartado 22 *supra*, EU:T:2012:292, apartado 55). Así pues, la constatación de que la marca comunitaria colectiva denominativa HALLOUMI tenga algún carácter distintivo es insuficiente para contrarrestar el carácter descriptivo de dicha marca. En segundo lugar, en la sentencia en cuestión no consta que ese limitado carácter distintivo haya sido adquirido por el uso, tal como exige el artículo 7, apartado 3, del Reglamento nº 207/2009.

28 Habida cuenta de lo anteriormente expuesto, procede admitir que se ha acreditado, al menos con respecto al pueblo chipriota, el significado descriptivo del signo HALLOUMI, tal como declaró la Sala de Recurso. Por idénticas razones, cabe deducir la misma conclusión en lo que atañe al signo ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

29 De lo anterior se deduce que la Sala de Recurso no incurrió en error de apreciación al considerar que no podía procederse al registro de las marcas solicitadas porque éstas contenían un significado descriptivo de los productos para los que se instaba el registro, al menos en lo que atañe al público chipriota.

30 La demandante invoca cinco motivos para poner en tela de juicio las consideraciones anteriores.

Sobre el primer motivo, según el cual el Reglamento nº 207/2009 no excluye las marcas de certificación

31 La demandante alega que el Reglamento nº 207/2009 permite el registro de las marcas de certificación que se atengan a los criterios de las marcas comunitarias. La demandante reprocha a la Sala de Recurso el no haber mencionado que el Reglamento nº 207/2009 no prohíbe que sean registradas, como marcas comunitarias ordinarias, las marcas de certificación, las cuales son compatibles con las disposiciones generales del Reglamento.

32 La OAMI sostiene que las marcas de certificación pueden ser registradas como marcas comunitarias individuales si cumplen los requisitos que figuran en el artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009.

33 Por una parte, procede señalar que, en el apartado 16 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso subrayó que no podía denegarse el registro de una marca por el hecho de que la misma se utilizara como marca de certificación. La Sala de Recurso precisó no obstante que, al no prever el Reglamento nº 207/2009 el registro de marcas de certificación, éstas han de presentarse como marcas individuales y únicamente podrán ser registradas cuando no quepa invocar frente a ellas ninguno de los motivos de denegación absolutos contemplados en el artículo 7, apartado 1, del mismo Reglamento.

34 Al proceder de esta manera, la Sala de Recurso subrayó expresamente que las marcas de certificación podían registrarse como marcas comunitarias, siempre que no existieran motivos de denegación absolutos en el sentido del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009. En cualquier caso, no cabe sino desestimar la alegación de la demandante según la cual la Sala de Recurso se abstuvo de mencionar que el Reglamento nº 207/2009 no prohíbe el registro de las marcas de certificación.

35 Por otra parte, la OAMI subraya fundadamente que el Reglamento nº 207/2009 no prevé la protección de las marcas de certificación. Tan sólo prevé la protección de las marcas comunitarias individuales o colectivas.

36 En el caso de autos, la demandante presentó dos solicitudes de registro de marcas individuales y dichas solicitudes se examinaron a la luz de los criterios previstos en el Reglamento nº 207/2009, entre ellos los que se mencionan en el artículo 7, apartado 1, de éste.

37 De ello se sigue que debe desestimarse el primer motivo.

Sobre el segundo motivo, basado en la aplicación de criterios erróneos a la hora de valorar el carácter distintivo de las marcas solicitadas

38 La demandante alega que desde 1992 es titular de dos marcas nacionales de certificación, a saber, las marcas HALLOUMI y ΧΑΛΛΟΥΜΙ, y que, por lo menos a partir de aquel año, los consumidores chipriotas perciben los signos en cuestión como marcas de certificación que garantizan la observancia de un conjunto de normas precisas enunciadas en un cuaderno de especificaciones.

39 La OAMI replica que la denegación de las marcas solicitadas se basa en el carácter descriptivo de las marcas individuales y no en criterios relacionados con las marcas de certificación, y observa que la propia demandante ha reconocido que las marcas solicitadas son descriptivas del tipo y del origen de los productos.

40 Antes de nada, procede observar que la propia demandante reconoce que los consumidores chipriotas y los del conjunto de la Unión han percibido siempre las marcas solicitadas en el sentido de que designan un tipo particular de queso exportado de Chipre, producido de una manera determinada y con sabor, textura y propiedades culinarias particulares.

41 Por consiguiente, la Sala de Recurso no incurrió en error de apreciación al subrayar, en el apartado 14 de las resoluciones impugnadas, que el signo es directamente descriptivo, al menos para el público chipriota, del tipo y del origen geográfico del queso.

42 A continuación, tal y como pone de relieve la OAMI, la denegación del registro de las marcas solicitadas se basa en el carácter descriptivo de las marcas individuales y no en criterios relacionados con las marcas de certificación.

43 De lo anterior se deduce que el hecho de que la demandante sea titular desde 1992 de marcas de certificación idénticas no tiene ninguna incidencia en el carácter descriptivo de los signos en cuestión.

44 En este contexto, procede examinar la alegación en la que la demandante sostiene sustancialmente que el hecho de que desde 1992 existan marcas de certificación dio lugar a que la percepción de los signos en cuestión por los consumidores chipriotas evolucionara en un sentido que superaba ampliamente el mero carácter descriptivo de los productos de que se trata, hasta el punto de que a partir de ese momento tales consumidores percibieran los signos como garantía de la observancia de un conjunto de normas precisas enunciadas en un cuaderno de especificaciones.

45 La anterior alegación es inoperante. En efecto, los criterios a los que hace referencia la demandante, relacionados con el origen geográfico del producto, con la naturaleza de éste o con sus características, son los criterios inherentes a las marcas de certificación. No resultan idóneos para demostrar que el consumidor chipriota no percibe los signos en cuestión —que son objeto de solicitudes de registro como marcas individuales— como descriptivos de los productos de que se trata.

46 Así pues, incluso suponiendo que determinados consumidores chipriotas perciban desde hace varios años los signos en cuestión como marcas de certificación que garantizan la observancia de una serie de exigencias jurídicas precisas, tal percepción no afecta al carácter descriptivo, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009, que las marcas en cuestión revisten para tales consumidores ni, *a fortiori*, para los restantes consumidores, que no las asocian con la marca de certificación.

47 Por último, la demandante sostiene que el planteamiento adoptado por la Sala de Recurso equivale a considerar que todas las marcas de certificación deben quedar excluidas por su propia naturaleza. Según ella, únicamente puede denegarse su registro como marca comunitaria en el supuesto de que la marca no sea nada más que una banal información que indique directa y exclusivamente las características de los productos o servicios. A título de ejemplo, la demandante se refiere concretamente a la expresión «100 % de carne de vacuno».

48 Tal y como pone de relieve fundadamente la OAMI, no cabe admitir la validez de la argumentación de la demandante, puesto que la misma corresponde a una definición restrictiva del concepto de carácter descriptivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

49 Procede declarar que los criterios en que se basa la demandante para sostener que, a diferencia de la expresión «100 % de carne de vacuno», los signos controvertidos son mucho más que una banal información que indique directa y exclusivamente las características de los productos y servicios, no son otros que los criterios de la marca de certificación, los cuales son precisamente descriptivos, ya que están vinculados al origen geográfico del producto, a la naturaleza de éste y a sus características.

50 Por consiguiente, debe desestimarse el segundo motivo.

Sobre el tercer motivo, basado en la inexistencia de interés público en que las marcas solicitadas puedan utilizarse libremente

51 La demandante sostiene que no existe un interés público que justifique que las marcas solicitadas estén disponibles para el uso de terceros. La demandante recuerda que los motivos de denegación de registro enumerados en el artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009 deben interpretarse a la luz del interés general que subyace a cada uno de ellos. A este respecto, invoca la sentencia de 4 de mayo de 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 y C-109/97, Rec, EU:C:1999:230, apartados 29 a 30), sentencia en la que, en su opinión, se afirma con claridad meridiana que el interés público constituye la piedra angular del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009. De este modo, la demandante considera que la Sala de Recurso debería haberse planteado la cuestión de si cabía suponer

razonablemente que los terceros desearían utilizar la marca en el futuro. Pues bien, la demandante observa que la única razón de que los comerciantes desearan utilizar las marcas solicitadas sin atenerse a las normas que imponen las marcas de certificación sería engañar al público. Por lo tanto, según la demandante, no existe un interés público en que los comerciantes puedan describir falsamente sus productos. En cambio, sí existe un interés público superior en la protección de las marcas de certificación. La demandante añade que el registro de las marcas de certificación no dará lugar a abusos, ni facilitará el registro de marcas descriptivas, ya que éstas ni tienen el «caché» ni gozan de la reputación de las marcas de certificación.

52 La OAMI refuta las alegaciones expuestas.

53 Procede recordar que el concepto de interés general que subyace en la letra c) del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009 exige que los signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar características de los productos o de los servicios para los que se solicita el registro puedan ser utilizados libremente por todos los interesados. Esta disposición se opone a que tales signos o indicaciones se reserven a una sola empresa debido a su registro como marca (sentencias de 23 de octubre de 2003, OAMI/Wrigley, C-191/01 P, Rec, EU:C:2003:579, apartado 31, y de 12 de enero de 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAMI, C-173/04 P, Rec, EU:C:2006:20, apartado 62) y a que una empresa monopolice el uso de un término descriptivo en perjuicio de las demás empresas, incluidos sus competidores, que verían así restringido el ámbito del vocabulario disponible para describir sus propios productos [sentencias de 6 de marzo de 2007, Golf USA/OAMI (GOLF USA), T-230/05, EU:T:2007:76, apartado 32, y de 30 de abril de 2013, ABC-One/OAMI (SLIM BELLY), T-61/12, EU:T:2013:226, apartado 18].

54 En este contexto, la demandante alega, por una parte, que la Sala de Recurso tenía la obligación de examinar la cuestión de si existía un interés público en que las marcas solicitadas estuvieran disponibles para el uso de terceros, cuestión que no se planteó la Sala. La demandante sostiene, por otra parte, que la respuesta que en el caso de autos procede dar a esta cuestión es que no existe un interés público en que las marcas solicitadas estén disponibles. Tales alegaciones no pueden prosperar.

55 En efecto, de la jurisprudencia citada en el anterior apartado 53 se desprende que se presume y se da por supuesto el interés general o el interés público en que las marcas descriptivas estén disponibles para el uso de terceros. De ello se deduce que, cuando la marca solicitada es descriptiva, basta con que la Sala de Recurso compruebe la existencia de dicho carácter descriptivo, sin que deba examinar además la cuestión de si, no obstante su carácter descriptivo, existe de hecho un interés público en que la marca solicitada esté disponible para el uso de terceros. Así pues, para aplicar el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 únicamente debe examinarse, sobre la base de un significado dado del signo denominativo de que se trata, si existe, desde el punto de vista del público interesado, una relación suficientemente directa y concreta entre el signo y las características de los grupos de productos o servicios para los que se solicita el registro [sentencias de 3 de diciembre de 2003, Audi/OAMI (TDI), T-16/02, Rec, EU:T:2003:327 apartado 29, y de 23 de octubre de 2007, BORCO-Marken-Import Matthiesen/OAMI (Caipi), T-405/04, EU:T:2007:315, apartado 44]. En este contexto, es útil también recordar que la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 no depende de la existencia de un imperativo de disponibilidad concreto, actual y serio [véanse, en este sentido, las sentencias de 27 de febrero de 2002, Streamserve/OAMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec, EU:T:2002:43, apartado 39; de 9 de febrero de 2010, PromoCell bioscience alive/OAMI (SupplementPack), T-113/09, EU:T:2010:34, apartado 27, y de 8 de julio de 2010, Trautwein/OAMI (Representación de un caballo), T-386/08, EU:T:2010:296, apartado 45].

56 En el caso de autos, tal y como se ha observado en los anteriores apartados 18 a 29, en las resoluciones impugnadas se demuestra suficientemente que existe una relación directa y concreta entre las marcas solicitadas y las característica de los productos en relación con los cuales se solicitó el registro.

57 Por otra parte, la demandante alega sin utilidad alguna que admitir la existencia de un interés público que justifique mantener disponibles las marcas solicitadas equivaldría a permitir que los comerciantes utilizaran éstas sin atenerse a las normas que imponen las marcas de certificación y que engañaran al público.

58 En efecto, como observa fundadamente la OAMI, las consideraciones relativas al futuro uso de las marcas solicitadas o a los eventuales riesgos que pudieran surgir de tal uso no resultan pertinentes para determinar si dichas marcas tienen carácter descriptivo.

59 Por último, el hecho de que las instituciones de Derecho europeo se hayan manifestado en favor de la necesidad de protección de las marcas de certificación carece de incidencia para la resolución del caso de autos. En efecto, procede recordar que, según la jurisprudencia, la legalidad de las resoluciones de las Salas de Recurso de la OAMI deben apreciarse únicamente sobre la base del Reglamento nº 207/2009, tal como ha sido interpretado por el juez de la Unión (sentencias de 15 de septiembre de 2005, BioID/OAMI, C-37/03 P, Rec, EU:C:2005:547, apartado 47; de 12 de enero de 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAMI, apartado 53 supra, EU:C:2006:20, apartado 48, y PAPERLAB, apartado 14 *supra*, EU:T:2005:247, apartado 39). Pues bien, precisamente la normativa vigente sobre la marca comunitaria no prevé la posibilidad de registrar las marcas de certificación.

60 Habida cuenta de lo anteriormente expuesto, debe desestimarse el tercer motivo.

Sobre el cuarto motivo, basado en el registro de las marcas de certificación como marcas comunitarias

61 La demandante estima que la Sala de Recurso incurrió en falta de coherencia al admitir que se registraran como marcas comunitarias ordinarias marcas de certificación tales como FREEDOM FOOD, ENERGY STAR, FAIRTRADE o UNDERWRITERS LABORATORIES. La demandante reprocha en lo sustancial a la Sala de Recurso el no haber explicado por qué razón el motivo de denegación que no se invocó frente a las marcas que acaban de citarse sí se formuló contra las marcas solicitadas.

62 La OAMI refuta las alegaciones expuestas.

63 En lo que atañe a las resoluciones anteriores de la OAMI, basta con recordar que, si bien las razones de hecho o de Derecho que figuran en una resolución anterior de la OAMI pueden constituir argumentos en apoyo de un motivo basado en la infracción de una disposición del Reglamento nº 207/2009, lo cierto es que las resoluciones sobre el registro de un signo como marca comunitaria que las Salas de Recurso han de adoptar en virtud de dicho Reglamento se incluyen en el ámbito del ejercicio 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 haya interpretado el juez de la Unión, y no sobre la de una práctica decisoria anterior de esas Salas (sentencias BioID/OAMI, apartado 59 *supra*, EU:C:2005:547, apartado 47; Deutsche SiSi-Werke/OAMI, apartado 53 *supra*, EU:C:2006:20, apartado 48, y PAPERLAB, apartado 14 *supra*, EU:T:2005:247, apartado 39). Sentado lo anterior, es evidente que nada se opone a que el juez de la Unión confirme y reproduzca alguno de los argumentos utilizados en la práctica decisoria de la OAMI.

64 En efecto, existen dos supuestos. Si al reconocer, en un asunto anterior, el carácter registrable de un signo como marca comunitaria, la Sala de Recurso aplicó correctamente las disposiciones pertinentes del Reglamento nº 207/2009 y si, en un asunto posterior, comparable al primero, la Sala de Recurso adopta una resolución contraria, el juez de la Unión deberá anular esta última resolución por infracción de las disposiciones pertinentes del Reglamento nº 207/2009. Por lo tanto, en este primer supuesto es inoperante el motivo basado en la violación del principio de no discriminación (sentencia STREAMSERVE, apartado 55 *supra*, EU:T:2002:43, apartado 67).

65 En cambio, si al reconocer, en un asunto anterior, el carácter registrable de un signo como marca comunitaria, la Sala de Recurso incurrió en error de Derecho y si, en un asunto posterior, comparable al primero, la Sala de Recurso adopta una resolución contraria, la primera resolución no podrá invocarse eficazmente en apoyo de una pretensión de anulación de esta última resolución. En efecto, de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia se desprende que el principio de igualdad de trato sólo puede invocarse en el marco de la observancia de la legalidad (sentencias de 13 de julio de 1972, Besnard y otros/Comisión, 55/71 a 76/71, 86/71, 87/71 y 95/71, Rec, EU:C:1972:66, apartado 39, y de 28 de septiembre de 1993, Magdalena Fernández/Comisión, T-90/92, Rec, EU:T:1993:78, apartado 38), y que nadie puede invocar, en beneficio propio, una ilegalidad cometida a favor de otro (sentencia de 9 de octubre de 1984, Witte/Parlamento, 188/83, Rec, EU:C:1984:309, apartado 15). Por lo tanto, en este segundo supuesto, también es inoperante el motivo basado en la violación del principio de no discriminación (sentencia STREAMSERVE, apartado 55 *supra*, EU:T:2002:43, apartado 67).

66 Pues bien, tal como resulta del análisis del presente motivo —basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c)— y en particular de los anteriores apartados 13 a 29, la Sala de Recurso declaró fundadamente que las marcas solicitadas no podían ser registradas porque eran descriptivas de los productos a los que se referían.

67 Por consiguiente, debe desestimarse el cuarto motivo.

Sobre el quinto motivo, basado en el menoscabo de la protección de las marcas nacionales

68 Según la demandante, la resolución impugnada tendrá por efecto debilitar la protección de las marcas nacionales. A este respecto, la demandante subraya que las marcas nacionales, incluidas las marcas de certificación, pueden ser invocadas en el ámbito de un procedimiento relativo a marcas comunitarias. Añade que la resolución impugnada tiene como efecto no atribuir a esas marcas ningún carácter distintivo y, por tanto, ninguna protección en virtud del artículo 8, apartado 1, letras a) y b), del Reglamento nº 207/2009. En este contexto, la demandante se remite a la sentencia Formula One Licensing/OAMI, apartado 27 *supra* (EU:C:2012:314), apartados 42 a 47, sentencia en la que el Tribunal de Justicia declaró que, para no infringir el artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 207/2009, debe reconocerse cierto grado de carácter distintivo a una marca nacional invocada en apoyo de una oposición al registro de una marca comunitaria.

69 Tal y como observa la OAMI, procede considerar que las alegaciones de la demandante carecen de toda pertinencia. En efecto, el razonamiento de la Sala de Recurso se desarrolló en el marco del procedimiento de examen de los motivos absolutos de denegación contemplados en las letras a) y b) del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009, y no en el curso de un procedimiento *inter partes*.

70 El hecho de que la Sala de Recurso haya denegado el registro como marcas comunitarias de las marcas solicitadas debido a la existencia de un motivo de denegación absoluto no implica, sin embargo, que dicho órgano de la OAMI no habría reconocido ningún carácter distintivo a esos mismo signos en el supuesto de que hubieran sido registrados anteriormente como marcas nacionales y se hubieran invocado en el ámbito de un procedimiento de oposición. A este respecto, la sentencia Formula One Licensing/OAMI, apartado 27 *supra* (EU:C:2012:314), versa sobre a un procedimiento *inter partes* y, por tanto, carece por completo de pertinencia para el caso de autos.

71 Tal como subraya la OAMI, la demandante no ha demostrado que, en el marco del procedimiento destinado a constatar un motivo de denegación absoluto, la Sala de Recurso haya aplicado criterios de apreciación que puedan minar la protección de las marcas nacionales de certificación.

72 Por consiguiente, el quinto motivo debe desestimarse.

73 De todo lo anterior se deduce que debe desestimarse por infundada la argumentación de la demandante basada en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

74 En lo que atañe a la cuestión de la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 207/2009, debe recordarse que, como se desprende del artículo 7, apartado 1, de dicho Reglamento, basta con que resulte aplicable uno de los motivos de denegación absolutos para que el signo controvertido no pueda registrarse como marca comunitaria (véase la sentencia WEISSE SEITEN, apartado 16 *supra*, EU:T:2006:87, apartado 110 y jurisprudencia citada).

75 Por consiguiente, dado que el examen de la argumentación de la demandante relativa a la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 ha puesto de relieve que la Sala de Recurso declaró fundadamente que las marcas solicitadas eran descriptivas de los productos a los que se referían y que este único motivo bastaba para justificar la denegación del registro de tales marcas, no resulta necesario examinar la cuestión de la eventual infracción de la letra b) de esa misma disposición, en relación con la cual, por lo demás, la demandante no ha expuesto ninguna alegación específica.

76 Teniendo en cuenta estas consideraciones, procede desestimar el recurso.

Costas

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

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

decide:

1) Desestimar el recurso.

2) La República de Chipre cargará, además de con sus propias costas, con aquellas en que haya incurrido la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI).

Prek Labucka Kreuschitz

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 7 de octubre de 2015.

Firmas