Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

de 15 de enero de 2013*

«Marca comunitaria — Solicitud de marca comunitaria denominativa ecoDoor — Motivo de denegación absoluto — Carácter descriptivo — Artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento (CE) nº 207/2009»

En el asunto T-625/11,

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, con domicilio social en Múnich (Alemania), representada por el Sr. S. Biagosch, abogado,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), representada por la Sra. D. Walicka, en calidad de agente,

parte demandada,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Primera Sala de Recurso de la OAMI de 22 de septiembre de 2011 (asunto R 340/2011-1) relativa a una solicitud de registro del signo denominativo ecoDoor como marca comunitaria,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta),

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

Secretaria: Sra. C. Kristensen, administradora;

habiendo considerado el escrito de demanda presentado en la Secretaría del Tribunal el 2 de diciembre de 2011;

habiendo considerado el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal el 1 de marzo de 2012;

celebrada la vista el 13 de noviembre de 2012;

dicta la siguiente

* Lengua de procedimiento: alemán.

Sentencia

Antecedentes del litigio

1 El 8 de julio de 2010, la demandante, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, 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 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 solicitó es el signo denominativo ecoDoor.

3 Los productos para los que se solicitó el registro son máquinas y aparatos comprendidos en las clases 7, 9 y 11 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, así como piezas de tales máquinas y aparatos.

4 Mediante resolución de 22 de diciembre de 2010, el examinador desestimó la solicitud de registro para los productos siguientes:

— clase 7: «Máquinas y equipos eléctricos para el hogar y la cocina (comprendidos en la clase 7), máquinas y aparatos para la preparación de bebidas y/o alimentos, bombas para servir bebidas frías para su uso en combinación con aparatos para refrigerar bebidas; lavavajillas; máquinas y equipos eléctricos para tratar la ropa y las prendas de vestir (comprendidos en la clase 7), comprendidas lavadoras, secadoras»;

— clase 9: «Distribuidores automáticos de bebidas o alimentos, distribuidores automáticos de previo pago»;

— clase 11: «Aparatos de calefacción, de producción de vapor y de cocción, especialmente hornos, aparatos para cocer, asar, hacer al grill, tostar, descongelar y mantener caliente, calentador de agua, aparatos de refrigeración, en particular frigoríficos, congeladores, vitrinas frigoríficas, aparatos para refrigerar bebidas, frigoríficos combi, aparatos de congelación, sorbeteros y heladeras; secadores, también secadoras de ropa».

5 Según el examinador, en relación con los productos enumerados en el anterior apartado 4, la marca solicitada es descriptiva en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 y carece de carácter distintivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b), del citado Reglamento.

6 La demandante interpuso un recurso ante la OAMI, en virtud de los artículos 58 a 64 del Reglamento nº 207/2009, contra la resolución del examinador.

7 Mediante resolución de 22 de septiembre de 2011 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Primera Sala de Recurso de la OAMI desestimó el recurso. En primer lugar, consideró que el público pertinente estaba compuesto por consumidores medios anglófonos. En segundo lugar, constató que dicho público distinguiría, en la marca solicitada, por una parte, el elemento «eco», que entendería significativo de «ecológico», y, por otra parte, el elemento «door», que significa «puerta». Por consiguiente, según la Sala de Recurso, el público percibirá que la marca solicitada significa «puerta ecológica» o «puerta cuya construcción y modo de funcionamiento son ecológicos». En tercer lugar, en la medida en que los productos enumerados en el anterior apartado 4 pueden incluir puertas y consumen energía, la Sala de Recurso consideró que la marca solicitada ofrecía información sobre su eficacia energética y su carácter ecológico y era, por tanto, descriptiva de su especie, su destino y su naturaleza en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009. En cuarto lugar, en la medida en que la expresión «ecodoor» remitía al hecho de que los productos a que se refiere estaban

equipados con una puerta ecológica, no era apta, según la Sala de Recurso, para distinguir los productos de la demandante de los de otras empresas y, en consecuencia, carecía de carácter distintivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 207/2009.

Pretensiones de las partes

8 La demandante solicita al Tribunal que:

— Anule la resolución impugnada.

— Condene en costas a la OAMI.

9 La OAMI solicita al Tribunal que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

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

11 Por lo que respecta al primer motivo, la demandante sostiene que la Sala de Recurso incurrió en error al estimar que la marca solicitada era descriptiva de los productos enumerados en el anterior apartado 4.

12 La OAMI cuestiona el fundamento de las alegaciones de la demandante.

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. 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).

14 El artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009 persigue un objetivo de interés general que 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. Esta disposición impide, por consiguiente, que tales signos o indicaciones se reserven a una sola empresa debido a su registro como marca (véase, en este sentido, la sentencia del Tribunal de Justicia de 12 de enero de 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAMI, C-173/04 P, Rec. p. I-551, apartado 62, y la jurisprudencia citada).

15 Desde esta perspectiva, 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 consumidor, para designar, directamente o mediante la mención de una de sus características esenciales, un producto o un servicio como aquel 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].

16 De ello se deduce 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 en el signo, sin mayor reflexión, una descripción de dichos productos o servicios o de una de sus características (sentencia PAPERLAB, citada en el apartado 15 *supra*, apartado 25).

17 Así pues, el carácter descriptivo de una marca debe apreciarse, 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].

18 Con carácter preliminar, procede señalar que una gran parte de las apreciaciones fácticas realizadas por la Sala de Recurso en la resolución impugnada y recordadas en el anterior apartado 7 no son objeto de controversia. Así, la demandante no discute, primero, la definición del público pertinente considerada por la Sala de Recurso; segundo, la afirmación de que dicho público distinguirá, en la marca solicitada, los elementos «eco» y «door»; tercero, el hecho de que el término «door» significa, en inglés, «puerta» y cuarto, la afirmación de que los productos enumerados en el anterior apartado 4 pueden incluir puertas y consumen energía.

19 En la medida en que dichas apreciaciones no adolecen, por otro lado, de errores, las únicas cuestiones que deben resolverse son la percepción por el público pertinente, por una parte, del elemento «eco» y, por otra, de la marca solicitada en su conjunto, así como el carácter descriptivo o no del signo solicitado, tal como lo percibe el público pertinente, en relación con los productos enumerados en el anterior apartado 4.

20 En primer lugar, en lo que atañe a la percepción del elemento «eco», la demandante sostiene que el público pertinente no lo asimilará de inmediato a las expresiones «respetuoso con el medio ambiente» o «económico desde el punto de vista energético».

21 Pues bien, como señaló la Sala de Recurso, el prefijo «eco» constituye una abreviación utilizada habitualmente del término inglés «ecological» que significa «ecológico». La referencia «eco» se utiliza a menudo en el marco de la comercialización de bienes y servicios para indicar el origen ecológico del producto o que su uso no tiene impacto sobre el medio ambiente [sentencia del Tribunal de 24 de abril de 2012, Leifheit/OAMI (EcoPerfect), T-328/11, no publicada en la Recopilación, apartados 25 y 45].

22 En estas circunstancias, la Sala de Recurso consideró acertadamente que el público pertinente iba a percibir el elemento «eco» con el significado de «ecológico».

23 En segundo lugar, la demandante sostiene que el significado de la marca solicitada, percibido en su conjunto, es vago.

24 Pues bien, en la medida en que, por un lado, el elemento «eco» se percibirá con el significado de «ecológico» –como resulta de los anteriores apartados 20 a 22– y, por otro, el elemento «door» se interpretará como referido a una «puerta», la Sala de Recurso consideró acertadamente que el público pertinente entendería inmediatamente el término «ecodoor» en el sentido de «puerta ecológica» o «puerta cuya construcción y modo de funcionamiento son ecológicos».

25 En tercer lugar, en relación con el carácter descriptivo de la marca solicitada, la demandante sostiene que, a raíz de la limitación de la lista de productos que realizó en la demanda, la citada marca ya no se refiere a piezas de máquinas y aparatos –como unas puertas– sino únicamente a las máquinas y aparatos como tales. En estas circunstancias, la marca solicitada no es descriptiva de los productos a los que se refiere –entre ellos, los productos enumerados en el anterior apartado 4– sino, a lo sumo, de una de sus piezas.

26 A este respecto, un signo que es descriptivo de una característica de una pieza incorporada a un producto puede ser también descriptivo de ese mismo producto. Así sucede cuando, en la percepción del público pertinente, la característica de dicha pieza descrita por el signo puede tener un impacto significativo sobre las características esenciales del propio producto. En efecto, en el presente caso, el público pertinente asimilará de inmediato y sin mayor reflexión la característica de la pieza descrita por el signo a las características esenciales del producto de que se trata.

27 En el caso de autos, de los anteriores apartados 20 a 24 resulta que el público pertinente interpretará la marca solicitada con el significado de «puerta ecológica» o «puerta cuya construcción y modo de funcionamiento son ecológicos».

28 Como señaló la Sala de Recurso en el apartado 17 de la resolución impugnada, sin que la demandante haya discutido dicha consideración, los productos enumerados en el anterior apartado 4 pueden incluir puertas. En estas circunstancias, la marca solicitada puede describir las cualidades ecológicas de la puerta de la que está equipado el producto de que se trata.

29 De igual modo, como se declaró en los apartados 19 y 20 de la resolución impugnada, por lo que respecta a los productos enumerados en el anterior apartado 4, las cualidades ecológicas de la puerta resultan importantes en relación con el carácter ecológico del producto al que está incorporada.

30 Pues bien, los consumidores están cada vez más atentos a la calidad ecológica de los productos –a su consumo de energía– y a los procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente (véase, en este sentido, la sentencia EcoPerfect, citada en el apartado 21 *supra*, apartado 45). Esto es especialmente cierto por lo que respecta a productos como los enumerados en el anterior apartado 4, dado que consumen energía. Por ello, como admite la propia demandante, el carácter ecológico constituye una característica esencial de esos mismos productos.

31 En tal contexto, la Sala de Recurso pudo considerar acertadamente que, en la percepción del público pertinente, la marca solicitada era descriptiva de una característica esencial de los productos enumerados en el anterior apartado 4, a saber, su carácter ecológico, en la medida en que describía las cualidades ecológicas de la puerta de la que están equipados.

32 Asimismo, la demandante sostiene que la marca solicitada no permite identificar a qué característica o finalidad concreta relacionada con el medio ambiente se hace referencia. En efecto, existen varias posibilidades a este respecto, tales como la producción respetuosa con el medio ambiente, la utilización de materiales naturales, la posibilidad de eliminar residuos de manera respetuosa con el medio ambiente o un funcionamiento respetuoso con el medio ambiente.

33 Sobre este extremo, basta señalar que todas las posibilidades evocadas por la demandante remiten a que el producto a que se refiere la marca solicitada tiene carácter ecológico debido a las cualidades de la puerta de la que está equipado. Por ello, cualquiera que sea la interpretación exacta que el público pertinente realice de la marca solicitada ésta será percibida en el sentido de que describe directamente una cualidad esencial de los productos de que se trata.

34 Habida cuenta de todo lo anterior, la Sala de Recurso consideró acertadamente que la marca solicitada era descriptiva de los productos enumerados en el anterior apartado 4 en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 207/2009.

35 Por consiguiente, el primer motivo debe desestimarse por infundado.

36 Además, del artículo 7, apartado 1, del Reglamento nº 207/2009 resulta que basta con que concurra uno de los motivos de denegación absolutos enumerados en dicha disposición para que el signo no pueda registrarse como marca comunitaria [véanse, en este sentido, la sentencia del Tribunal de Justicia de 19 de septiembre de 2002, DKV/OAMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, apartado 29, y la sentencia del Tribunal General de 14 de septiembre de 2004, Applied Molecular Evolution/OAMI (APPLIED MOLECULAR EVOLUTION), T-183/03, Rec. p. II-3113, apartado 29]. En estas circunstancias, habida cuenta de la consideración expuesta en el anterior apartado 34, procede desestimar el recurso en su totalidad sin que sea necesario examinar el segundo motivo, basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del citado Reglamento.

Costas

37 A tenor de lo dispuesto en el 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. Al haber sido desestimado el motivo formulado por la demandante, procede condenarla al pago de las 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 BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH.

Pelikánová Jürimäe Van der Woude

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 15 de enero de 2013.

Firmas