



## RESOLUCIÓN DE RECURSO DE ALZADA

### 1. ANTECEDENTES DE HECHO

#### 1. RECURRENTE

NOMBRE O RAZON SOCIAL <b>AYUNTAMIENTO DE MONFORTE DE LEMOS</b>	
REPRESENTANTE	FECHA INTERPOSICIÓN 02/03/2020

#### 2. RESOLUCIÓN RECURRIDA

MODALIDAD <b>MARCA</b>		TÍTULO O DISTINTIVO <b>"FESTIVAL DO VIÑO DE MONFORTE-VIÑOS DA RIBEIRA SACRA"</b>		
NÚMERO	DÍGITO	CLASE	FECHA RESOLUCIÓN	FECHA PUBLICACION
4018166		41	27/01/2020	03/02/2020
<input checked="" type="checkbox"/> Denegación				

#### FUNDAMENTO RESOLUCIÓN RECURRIDA

Se estima la oposición presentada por la marca M 3720226 FESTIVAL DO VIÑO RIBEIRA SACRA, por semejanza denominativa y aplicativa, considerando que la convivencia de ambos signos en el mercado podría causar riesgo de confusión/asociación en el consumidor.

#### 3. FUNDAMENTOS DEL RECURSO INTERPUESTO

El recurrente impugna el citado acuerdo alegando la inexistencia de riesgo de confusión entre la marca solicitada y la oponente por diferencias entre los signos.

#### 4. VISTAS Y ALEGACIONES

Fecha de Notificación: 14/04/2020	Fecha de contestación: 18/05/2020
Semejanza entre los signos y relación aplicativa.	

#### 5. INFORMES

ÓRGANO INFORMANTE:	
FECHA DEL INFORME :	

### 2. FUNDAMENTOS DE DERECHO

#### 6. NORMAS APLICABLES

Art. 6.1 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre de Marcas.
--



## 7. CONSIDERACIONES JURIDICAS

**PRIMERA:** El art. 6.1 de la Ley 17/2001 de 7 de diciembre de Marcas, prohíbe el registro como marcas de los signos que sean idénticos o semejantes a una marca anterior y que, por ser idénticos o semejantes los productos o servicios que designan, exista un riesgo de confusión en el público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación con la marca anterior.

La “ratio legis” de esta prohibición es garantizar la protección al titular de derechos marcarios que pretende distinguir en el mercado los productos o servicios de su empresa de los de otras, y la protección de los consumidores que comparan las marcas existentes en el mercado con solicitudes posteriores con el fin de evitar el riesgo de confusión.

Por tanto, para determinar la aplicación de esta prohibición al caso concreto hay que examinar tres aspectos que son: la identidad o semejanza de los signos, la identidad o semejanza de los productos y servicios y la posibilidad de que se genere riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.

En primer lugar, la semejanza entre los signos debe determinarse conforme a los criterios gráfico, fonético y conceptual. Bastará la concurrencia de cualquiera de ellos para poder afirmar la incompatibilidad de los signos. Esta semejanza también debe valorar la impresión de conjunto de los signos.

En segundo lugar, la determinación de la similitud o no de los productos o servicios es una cuestión que debe resolverse caso por caso, atendiendo a las particularidades concretas del supuesto de hecho. No obstante, la jurisprudencia siempre ha considerado como un factor determinante la naturaleza y finalidad de los productos y servicios.

El Tribunal de Justicia en su sentencia de 1998 del caso “Canon” dijo que “para apreciar la similitud entre los productos o servicios designados, (.....), procede tener en cuenta todos los factores pertinentes que caracterizan la relación entre los productos o servicios. Estos factores incluyen, en particular, su naturaleza, su destino, su utilización y su carácter competidor o complementario.”

Es necesario analizar en qué consisten los productos y servicios, su estructura, cuál es su ámbito comercial y su finalidad.

Sí la finalidad de los productos es la misma, parecida o está relacionada, así como si sirven para satisfacer las mismas necesidades es un indicador muy fiable de la relación aplicativa de los productos o servicios objeto de estudio.

Otro de los criterios fundamentales de la jurisprudencia para determinar la relación aplicativa son los canales de comercialización de los productos. Si estos canales son comunes, en los productos protegidos por las marcas enfrentadas, será un elemento coadyuvante a la consideración de relación aplicativa y viceversa.

Por último, el tercer factor a examinar para determinar la posible compatibilidad registral entre los signos, es la posibilidad de que se genere riesgo de confusión o asociación en el consumidor. El riesgo de confusión es el supuesto en que el público consumidor confunde el signo solicitado con otro prioritario, mientras que el riesgo de asociación es el supuesto en el que el público establece un vínculo entre el origen empresarial de los respectivos productos y servicios de los signos comparados.

**SEGUNDA:** En primer lugar debe realizarse la comparación entre los signos en conflicto, que en el presente caso son los siguientes: el signo prioritario marca mixta N° 3720226 “FESTIVAL DO VIÑO RIBEIRA SACRA” y la marca denominativa solicitada “FESTIVAL DO VIÑO DE MONFORTE - VIÑOS DA RIBEIRA SACRA”.

Analizando los elementos denominativos de ambos signos, podemos afirmar que existen suficientes diferencias fonéticas y denominativas entre ellos, puesto que hay que partir de la consideración de la falta de





## 7. CONSIDERACIONES JURIDICAS

distintividad y la inapropiabilidad a título exclusivo de los términos descriptivos y genéricos. En este caso los términos “FESTIVAL DO VIÑO” resulta genérico respecto de los servicios solicitados en la clase 41 y “RIBEIRA SACRA” descriptivo de la naturaleza y características de tales servicios. Por tanto, los términos coincidentes entre los signos enfrentados no otorgan distintividad a ninguno de ellos.

**TERCERA:** En cuanto a la relación aplicativa, el signo prioritario está registrado para “SERVICIOS DE EDUCACION RELACIONADOS CON LA ENOLOGIA; DEGUSTACION DE VINOS [SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO]; CELEBRACION DE ENCUENTROS DE DEGUSTACION DE VINOS CON FINES EDUCATIVOS; ORGANIZACION Y REALIZACION DE CATAS DE VINOS CON FINES DE FORMACION; ORGANIZACION Y REALIZACION DE CATAS DE VINOS CON FINES DE ENTRETENIMIENTO; ESPECTACULOS RELACIONADOS CON LA CATA DE VINO; ORGANIZACION DE EVENTOS CON FINES DE ENTRETENIMIENTO; ORGANIZACION DE EVENTOS CON FINES CULTURALES; ESCUELAS PARA SUMILLERES (CAMAREROS ESPECIALIZADOS EN VINOS); PUBLICACION DE MATERIAL IMPRESO RELATIVO A VINOS, VIÑEDOS Y BODEGAS; FORMACION EN EL SECTOR DE LA CRIANZA DE VINOS; SERVICIOS DE GUIAS TURISTICOS; REALIZACION DE VISITAS GUIADAS A CUEVAS, BODEGAS Y VIÑEDOS CON FINES CULTURALES, EDUCATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO; ORGANIZACION DE DEMOSTRACIONES CON FINES CULTURALES, EDUCATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO” de la clase 41, mientras que la nueva marca se solicita para proteger, en esa misma clase, “SERVICIOS DE EDUCACION RELACIONADOS CON LA ENOLOGIA; CELEBRACION DE ENCUENTROS DE DEGUSTACION DE VINOS CON FINES EDUCATIVOS; DEGUSTACION DE VINOS [SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO]; ORGANIZACION Y REALIZACION DE CATAS DE VINOS CON FINES DE ENTRETENIMIENTO; ORGANIZACION Y REALIZACION DE CATAS DE VINOS CON FINES DE FORMACION; ESPECTACULOS RELACIONADOS CON LA CATA DE VINO; ORGANIZACION DE EVENTOS CON FINES DE ENTRETENIMIENTO; ORGANIZACION DE EVENTOS CON FINES CULTURALES; ESCUELAS PARA SUMILLERES (CAMAREROS ESPECIALIZADOS EN VINOS); PUBLICACION DE MATERIAL IMPRESO RELATIVO A VINOS, VIÑEDOS Y BODEGAS; FORMACION EN EL SECTOR DE LA CRIANZA DE VINO; SERVICIOS DE GUIAS TURISTICOS; REALIZACION DE VISITAS GUIADAS A CUEVAS, BODEGAS Y VIÑEDOS CON FINES CULTURALES, EDUCATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO; ORGANIZACION DE DEMOSTRACIONES CON FINES CULTURALES, EDUCATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO”. Existen por lo tanto, semejanzas aplicativas en relación con (la naturaleza, finalidad, modo de uso o destinatarios) de los respectivos campos aplicativos.

**CUARTA:** El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ha mantenido que el riesgo de confusión por parte del público debe apreciarse globalmente, teniendo en cuenta todos los factores del supuesto concreto que sean pertinentes y que la apreciación global del riesgo de confusión implica una cierta interdependencia entre los factores tomados en consideración, y en particular, la similitud entre las marcas y la existente entre los productos o los servicios designados (STJCE C-39/97, Canon, párrafo 17 et seq.).

A los efectos de esta apreciación global, se supone que el consumidor medio de la categoría de productos considerada es un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz (STJCE, Gut Springenheide y Tusky, C-210/96, Rec. p. I-4657, párrafo 31). Procede, igualmente, tomar en consideración el hecho de que el nivel de atención del consumidor medio puede variar en función de la categoría de productos o servicios contemplada (Sentencia del Tribunal de Justicia, C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel B.V., párrafo 26).

Teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los elementos denominativos de los signos anteriormente examinados, así como el carácter inapropiable de los términos genéricos y descriptivos, y a pesar de la coincidencia en sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado no generará riesgo de confusión para los consumidores.





## 7. CONSIDERACIONES JURIDICAS

**QUINTA:** Que la aplicación al presente caso de las mencionadas pautas legales y jurisprudenciales, lleva a la conclusión de que no concurren en el mismo los presupuestos aplicativos de la prohibición de registro prevista en el citado artículo 6.1, por existir entre los signos enfrentados, suficientes disparidades de conjunto como para garantizar su recíproca diferenciación, excluyéndose todo riesgo de error o confusión en el mercado.

En consecuencia, se acuerda la **ESTIMACIÓN** del Recurso interpuesto, anulando la resolución recurrida y acordando la **CONCESION** del registro solicitado, así como la devolución de la tasa de recursos N° 909992100200188222273272.

Contra la presente resolución no procede la impugnación en vía administrativa, tan sólo cabe recurso jurisdiccional que deberá interponerse ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Autónoma de Madrid o de la Comunidad Autónoma donde esté domiciliado el recurrente en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de la publicación de esta resolución en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, todo ello de conformidad con los artículos 10, 1º i), 14 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

## 8. RESOLUCION

**ESTIMACIÓN** del Recurso interpuesto, anulando la resolución recurrida y acordando la **CONCESION** del registro solicitado, así como la devolución de la tasa de recursos N° 909992100200188222273272.

Puede solicitar la devolución de la tasa abonada a través de nuestra sede electrónica (<https://sede.oepm.gob.es>), apartado de Pago de tasas y precios públicos", rellenando el formulario de solicitud devolución ingresos indebidos-3004X. Dentro del formulario se encuentran las instrucciones para remitirlo a la OEPM.

EL LETRADO PONENTE  
Javier Iranzo Méndez

CONFORME

**EL DIRECTOR GENERAL**

**P.D. EL JEFE DE LA UNIDAD DE RECURSOS**

(Resolución de 04/09/2007 de la DG de la OEPM)

Luís Gimeno Olcina

La fecha de esta resolución es la reflejada en la banda lateral izquierda como fecha de firma del Jefe de Unidad

