



## RESOLUCIÓN DE RECURSO DE ALZADA

### 1. ANTECEDENTES DE HECHO

#### 1. RECURRENTE

NOMBRE O RAZON SOCIAL <b>ASOCIACIÓN RUTA DO VIÑO DA RIBEIRA SACRA</b>	
REPRESENTANTE <b>Luis Miguel Monzón de la Flor</b>	FECHA INTERPOSICIÓN <b>31/10/2018</b>

#### 2. RESOLUCIÓN RECURRIDA

MODALIDAD <b>MARCA</b>	TÍTULO O DISTINTIVO <b>FESTIVAL 17º RIBEIRA SACRA</b>		
NÚMERO <b>3709298</b>	DÍGITO	CLASE <b>41</b>	FECHA RESOLUCIÓN <b>26/09/2018</b>
			FECHA PUBLICACION <b>02/10/2018</b>
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Concesión</b>			

#### FUNDAMENTO RESOLUCIÓN RECURRIDA

No se estima de aplicación el art. 6.1.b) de la Ley de Marcas en que se basa la oposición de la marca M 3523452 "RS RIBEIRA SACRA RUTA DO VIÑO" por diferir en su conjunto gráfico denominativo, no existiendo riesgo de asociación o confusión en el mercado.

#### 3. FUNDAMENTOS DEL RECURSO INTERPUESTO

El recurrente impugna el citado acuerdo alegando incompatibilidad por riesgo de confusión entre la marca solicitada y la oponente.

#### 4. VISTAS Y ALEGACIONES

Fecha de Notificación:	Fecha de contestación:

#### 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, cual 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: marca oponente N° 3523452 "RS RIBEIRA SACRA RUTA DO VIÑO" y la marca solicitada “FESTIVAL 17° RIBEIRA SACRA”, ambas mixtas.

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 que los términos “Ribeira Sacra” constituyen un localizador geográfico no monopolizable en exclusiva en lo que no





## 7. CONSIDERACIONES JURIDICAS

se refiera a productos vitivinícolas, ya que desde que fue aprobado por Orden de 3 de septiembre de 1996, de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Montes de la Junta de Galicia, el Reglamento de la denominación de origen «Ribeira Sacra» se define una concreta zona geográfica. Hay que señalar que la titularidad de la marca oponente no pertenece al Consejo Regulador.

Desde un punto de vista gráfico, los signos presentan diferencias tanto gráficas como de impacto visual, al consistir en:



**TERCERA:** En cuanto a la relación aplicativa, el signo prioritario está registrado para “Educación; formación; servicios de entretenimiento; organización de actividades deportivas, culturales, de ocio y esparcimiento; organización de catas de vino; espectáculos relacionados con la cata de vino; servicios recreativos relacionados con el senderismo y con excursiones; servicios de museos [presentaciones, exposiciones] sobre vitivinicultura; curso de formación en materia vitivinícola; seminarios, talleres, charlas, coloquios y simposios en materia vitivinícola; edición y publicación de libros y revistas especializadas; facilitación de publicaciones electrónicas en línea (no descargables); formación para negocios comerciales; información relacionada con el ocio; instrucción en enología; organización de concursos; servicios de consultoría relacionados con la educación empresarial; publicación de folletos” de la clase 41, mientras que la nueva marca se solicita para proteger “organización de eventos culturales y artísticos.” Existen por lo tanto, semejanzas aplicativas en relación con la naturaleza, finalidad, modo de uso y 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 y gráficos los signos anteriormente examinados 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.

**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





## 7. CONSIDERACIONES JURIDICAS

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 DESESTIMACIÓN del Recurso interpuesto confirmando la resolución recurrida

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

DESESTIMACIÓN del Recurso interpuesto confirmando la resolución recurrida

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

