



Prensa e Información

Tribunal de Justicia de la Unión Europea  
**COMUNICADO DE PRENSA nº 98/14**

Luxemburgo, 10 de julio de 2014

Sentencia en el asunto C-421/13  
Apple Inc. / Deutsches Patent- und Markenamt

**La representación de la disposición de un espacio de venta, como el de una tienda insignia de «Apple», puede registrarse como marca siempre que cumpla determinados requisitos**

*Dicha representación debe ser apropiada para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras*

En 2010, Apple registró ante la United States Patent and Trademark Office (Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos) una marca tridimensional consistente en la representación mediante un dibujo multicolor de sus tiendas insignia («flagship stores»). Esta marca se registró para «servicios de comercio al por menor en relación con ordenadores, programas informáticos, periféricos, teléfonos móviles, elementos electrónicos de consumo y sus accesorios, así como la demostración de productos a este respecto».

La representación era la siguiente:



A continuación, Apple procedió a ampliar internacionalmente esta marca. En 2013, la Deutsches Patent- und Markenamt (Oficina alemana de patentes y marcas) denegó su ampliación al territorio alemán por considerar que la representación de espacios destinados a la venta de productos de una empresa no es más que la representación de un aspecto esencial de los negocios de dicha empresa, y que el consumidor no percibirá esa disposición como una indicación del origen de los productos.

Apple interpuso recurso contra esta resolución ante el Bundespatentgericht (Tribunal Federal de Patentes, Alemania). Este último pregunta al Tribunal de Justicia, entre otras cuestiones, si la representación de la disposición de un espacio de venta por medio de un simple dibujo en el que no figuran indicaciones sobre el tamaño o las proporciones puede registrarse como marca para los servicios con los que se pretende lograr que el consumidor adquiriera los productos del autor de la solicitud de registro y si, en caso de respuesta afirmativa, dicha «presentación en la que se materializa un servicio» puede asimilarse a la «presentación [del producto]».

Mediante su sentencia dictada hoy, el Tribunal de Justicia recuerda para empezar que, en virtud de la Directiva sobre marcas,<sup>1</sup> para poder constituir una marca, el objeto de la solicitud de registro debe cumplir tres requisitos: debe constituir un signo, debe poder ser objeto de una

<sup>1</sup> Directiva 2008/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2008, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 299, p. 25, y corrección de errores en DO 2009, L 11, p. 86).

representación gráfica y debe ser apropiado para distinguir los «productos» o los «servicios» de una empresa de los de otras.

A este respecto, el Tribunal de Justicia estima que **una representación que, como la del caso de autos, representa visualmente la disposición de un espacio de venta** mediante un conjunto continuo de líneas, contornos y formas, **puede constituir una marca** siempre que sea apropiada para distinguir los productos o servicios de una empresa de los de otras. Además, según el Tribunal de Justicia, no cabe excluir que la disposición de un espacio de venta representada visualmente mediante dicho signo permita identificar que los productos o los servicios de que se trate proceden de una empresa determinada. Esto puede suceder cuando la disposición representada visualmente difiera de manera significativa de la norma o de los usos del ramo de que se trate.

No obstante, el Tribunal de Justicia señala que la capacidad general de un signo para constituir una marca no implica que dicho signo tenga necesariamente **carácter distintivo** en el sentido de la Directiva. En la práctica, dicho carácter **debe apreciarse en relación**, por una parte, **con los productos o servicios designados**, y, por otra, **con la percepción de éstos por parte del público pertinente** (constituido por el consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz). **La autoridad competente debe determinar**, también mediante un examen de cada caso concreto, **si el signo es o no descriptivo** de las características de los productos o servicios de que se trate o si está comprendido dentro de alguna de las causas de denegación del registro enumeradas en la Directiva.

El Tribunal de Justicia declara que los criterios de apreciación que debe seguir la autoridad competente en el caso de un dibujo que representa la disposición de un espacio de venta no difieren de los empleados para otro tipo de signos.

Por último, en lo que concierne a la cuestión de si las prestaciones con las que se pretende lograr que el consumidor adquiera los productos del autor de la solicitud de registro pueden constituir «servicios» para los que pueda registrarse como marca un signo como el examinado, el Tribunal de Justicia considera que, **si ninguna de las causas de denegación de registro** establecidas en la Directiva **se oponen a ello, un signo mediante el que se representa la disposición de las tiendas insignia de un fabricante de productos puede registrarse válidamente** no sólo para tales productos, sino también **para prestaciones de servicios, siempre que tales prestaciones no formen parte de la comercialización de los productos**. Pueden constituir en sí mismas prestaciones remuneradas incluidas en el concepto de «servicios» las prestaciones que, como las mencionadas en la solicitud de Apple, consisten, por ejemplo, en llevar a cabo en las referidas tiendas demostraciones de productos a través de seminarios.

El Tribunal de Justicia concluye que la representación de la disposición de un espacio de venta por medio de un simple dibujo en el que no figuran indicaciones sobre el tamaño o las proporciones puede registrarse como marca para servicios que, a pesar de referirse a esos productos, no formen parte de la comercialización de éstos, siempre que dicha representación sea apropiada para distinguir los servicios del autor de la solicitud de registro de los de otras empresas y siempre que no se oponga a ello ninguna de las causas de denegación.

---

**NOTA:** La remisión prejudicial permite que los tribunales de los Estados miembros, en el contexto de un litigio del que estén conociendo, interroguen al Tribunal de Justicia acerca de la interpretación del Derecho de la Unión o sobre la validez de un acto de la Unión. El Tribunal de Justicia no resuelve el litigio nacional, y es el tribunal nacional quien debe resolver el litigio de conformidad con la decisión del Tribunal de Justicia. Dicha decisión vincula igualmente a los demás tribunales nacionales que conozcan de un problema similar.

---

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula al Tribunal de Justicia.*

El [texto íntegro](#) de la sentencia se publica en el sitio CURIA el día de su pronunciamiento.

Contactos con la prensa: Cristina López Roca ☎ (+352) 4303 3667