



Prensa e Información

Tribunal General de la Unión Europea
COMUNICADO DE PRENSA nº 29/16

Luxemburgo, 16 de marzo de 2016

Sentencia en el asunto T-201/14
The Body Shop International plc / OAMI

The Body Shop no puede registrar «SPA WISDOM» como marca comunitaria

El término «spa» no es un término genérico para productos cosméticos

En 2010 The Body Shop International, domiciliada en Littlehampton (Reino Unido), presentó una solicitud de registro de marca comunitaria ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) ¹ Se trataba del signo denominativo SPA WISDOM. El registro se refería concretamente a productos cosméticos.

Spa Monopole, Compagnie fermière de Spa, domiciliada en Spa (Bélgica), se opuso a ese registro. Su oposición se basaba en varias marcas anteriores, registradas en el Benelux, que utilizaban la palabra «spa», entre ellas la marca denominativa SPA, que designa en especial aguas minerales y con gas.

En enero de 2014 la OAMI acogió la oposición y denegó la solicitud de registro de la marca SPA WISDOM en su totalidad. Estimó que había un riesgo de que el uso de ésta se aprovechara indebidamente del carácter distintivo o del renombre de la marca anterior de Spa. El 26 de marzo de 2014 The Body Shop interpuso un recurso ante el Tribunal General de la Unión Europea para que se anulara esa resolución de la OAMI.

En su sentencia dictada hoy, el Tribunal General desestima el recurso de The Body Shop.

Confirma así su jurisprudencia anterior, ² declarando que el término «spa» puede constituir eventualmente un término genérico y descriptivo para los espacios dedicados a la hidroterapia como los hammam y las saunas, pero no para los productos cosméticos, porque los vínculos entre éstos y los centros de hidroterapia no son de una entidad tal como para que el carácter genérico o descriptivo de esa palabra pueda extenderse a dichos productos.

El Tribunal General precisa que los productos designados por la marca denominativa SPA –aguas minerales– se pueden utilizar como ingredientes para los productos cosméticos. Por tanto, entre ambas clases de productos hay cierta proximidad, reforzada por el hecho de que las empresas envasadoras de aguas minerales a veces venden productos cosméticos que contienen aguas minerales.

Por tanto, atendiendo al público al que se dirigen los signos en conflicto, que es el público en general de los países del Benelux, al grado de similitud medio entre esos signos, a la proximidad de los productos designados por los signos en conflicto y al gran renombre de la marca SPA, la OAMI no cometió ningún error al considerar que el público pertinente podía establecer un vínculo entre los signos en conflicto.

Además, el Tribunal General observa que la imagen de la marca SPA y el mensaje que transmite remiten a la salud, la belleza, la pureza y la abundancia en minerales. Esto también se aplica a los productos cosméticos, que tratan de preservar, cuidar y purificar la piel y persiguen un objetivo de belleza.

¹ Reglamento (CE) nº 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO L 78, p. 1).

² Sentencias de 25 de marzo de 2009, L'Oréal/OAMI — Spa Monopole (SPALINE) (asunto [T-21/07](#)), y L'Oréal/OAMI — Spa Monopole (SPA THERAPY) (asunto [T-109/07](#)).

El Tribunal General concluye que la OAMI estuvo en lo cierto al estimar que el uso de SPA WISDOM podía aprovecharse indebidamente del renombre de la marca SPA y de la imagen que ésta transmite, por lo que la comercialización de los productos objeto de la marca solicitada por The Body Shop resultaría facilitada por su asociación con la marca anterior.

NOTA: Contra las resoluciones del Tribunal General puede interponerse recurso de casación ante el Tribunal de Justicia, limitado a las cuestiones de Derecho, en un plazo de dos meses a partir de la notificación de la resolución.

NOTA: El recurso de anulación sirve para solicitar la anulación de los actos de las instituciones de la Unión contrarios al Derecho de la Unión. Bajo ciertos requisitos, los Estados miembros, las instituciones europeas y los particulares pueden interponer recurso de anulación ante el Tribunal de Justicia o ante el Tribunal General. Si el recurso se declara fundado, el acto queda anulado y la institución de que se trate debe colmar el eventual vacío jurídico creado por la anulación de dicho acto.

NOTA: La marca comunitaria tiene validez en todo el territorio de la Unión Europea, coexistiendo con las marcas nacionales. Las solicitudes de registro de marcas comunitarias se presentan ante la OAMI. Las resoluciones de dicho organismo pueden ser recurridas ante el Tribunal General.

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

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