



---

**La compañía de teatro The Royal Shakespeare Company obtiene la anulación de la marca comunitaria ROYAL SHAKESPEARE, registrada para bebidas en beneficio de otra empresa**

*El Tribunal General concluye que la OAMI decidió acertadamente que existía un riesgo elevado de que el uso de dicha marca se aprovechara indebidamente del renombre de la marca comunitaria anterior RSC-ROYAL SHAKESPEARE COMPANY*

La empresa austriaca Jackson International Trading solicitó ante la OAMI (Oficina de Armonización del Mercado Interior) el registro del signo denominativo ROYAL SHAKESPEARE como marca comunitaria para bebidas alcohólicas (en particular, para la cerveza y el whisky) y no alcohólicas (agua mineral, zumos de frutas, etc.) y para servicios de restauración. La OAMI registró dicha marca en 2003.

En 2006, la compañía de teatro británica The Royal Shakespeare Company solicitó a la OAMI que anulara dicha marca, en particular porque su uso se beneficiaría indebidamente del renombre de sus marcas anteriores en el Reino Unido, entre ellas la marca comunitaria RSC-ROYAL SHAKESPEARE COMPANY, registrada en 1999 en particular para representaciones teatrales. Mediante resolución de 19 de noviembre de 2009, la Sala de Recurso de la OAMI declaró la nulidad de la marca impugnada ROYAL SHAKESPEARE, dado que existía un riesgo elevado de que el uso de dicha marca se aprovechara indebidamente del renombre de la marca anterior RSC-ROYAL SHAKESPEARE COMPANY.

Mediante su sentencia de hoy, el Tribunal General confirma la resolución de anulación y desestima el recurso que interpuso contra ella Jackson International Trading.

El Tribunal señala, en primer lugar, que la Sala de Recurso de la OAMI podía apreciar la existencia de similitud entre las dos marcas y concluir que existía riesgo de asociación. En efecto, ya que la marca impugnada estaba compuesta con carácter exclusivo del elemento central y distintivo de la marca anterior, a saber, la expresión «royal shakespeare», las dos marcas son visual, fonética y conceptualmente similares, de manera que el consumidor medio establecerá un vínculo entre ellas.

En segundo lugar, el Tribunal afirma que la Sala de Recurso de la OAMI apreció acertadamente que el renombre de la marca comunitaria anterior se extiende al gran público. En efecto, se trata ante todo del renombre de la marca anterior para los servicios de representaciones teatrales, que, contrariamente a lo que alega Jackson International Trading son servicios dirigidos al gran público, y no sólo a una parte restringida de los consumidores o a una élite.

En tercer lugar, el Tribunal pone de manifiesto que Jackson International Trading no discute la apreciación de la Sala de Recurso de la OAMI según la cual la marca RSC-ROYAL SHAKESPEARE COMPANY disfruta en el Reino Unido de «excepcional» renombre en los servicios de «representaciones teatrales». A mayor abundamiento, subraya que este renombre basta para fundamentar tal existencia a escala de la Unión.

En cuarto lugar, en relación con la marca controvertida, el Tribunal sostiene que Jackson International Trading se beneficia de la vis atractiva, de la reputación y del prestigio de la marca

anterior en beneficio de sus propios productos (cerveza y otras bebidas) y sus servicios. En efecto, en el mercado de bebidas los productos atraen la atención del consumidor por asociación con la compañía de teatro The Royal Shakespeare Company y con su marca anterior, lo que les procura una ventaja comercial en relación con los productos de la competencia. Esta ventaja económica consiste en la explotación del esfuerzo llevado a cabo por The Royal Shakespeare Company para crear el renombre y la imagen de su marca anterior, sin ninguna compensación económica como contrapartida. Pues bien, ello corresponde a un beneficio indebidamente obtenido por Jackson International Trading del renombre de la marca anterior.

En quinto lugar, el Tribunal confirma que la Sala de Recurso de la OAMI consideró acertadamente que Jackson International Trading no había demostrado la existencia de una causa justificativa para el uso de la marca controvertida.

Por consiguiente, la Sala de Recurso de la OAMI declaró correctamente la nulidad de la marca ROYAL SHAKESPEARE que había sido registrada anteriormente en beneficio de Jackson International Trading.

---

**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.

---

*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: Juan Carlos González ☎ (+352) 4303 3042*