



Prensa e Información

Tribunal General de la Unión Europea
COMUNICADO DE PRENSA n.º 7/21
Luxemburgo, 20 de enero de 2021

Sentencia en el asunto T-328/17 RENV
Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named
Halloumi/EUIPO - M. J. Dairies (BBQLOUMI)

El Tribunal General confirma que no hay riesgo de confusión entre la marca colectiva HALLOUMI, reservada a los miembros de una asociación chipriota, y el signo «BBQLOUMI», que sirve para designar los productos de una empresa búlgara

La Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi es titular de la marca colectiva de la Unión HALLOUMI, registrada para quesos. **Una marca colectiva de la Unión es un tipo de marca específica de la Unión, idónea para distinguir los productos o los servicios de los miembros de la asociación que es su titular de los de otras empresas.**

Basándose en esa marca colectiva, su titular formuló oposición al registro como marca de la Unión del signo figurativo que contenía el elemento denominativo «BBQLOUMI», solicitado por la empresa búlgara M. J. Dairies Eood para, entre otros, productos como quesos, extractos de carne, alimentos con sabor a queso y servicios de restauración:



La Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), encargada de examinar las solicitudes de registro de marcas de la Unión, desestimó esa oposición al considerar, en particular, que no existía riesgo de confusión para los consumidores entre el signo figurativo «BBQLOUMI» y la marca colectiva anterior HALLOUMI. La asociación impugnó entonces esa resolución de la EUIPO ante el Tribunal General de la Unión Europea, quien, tras hacer constar que la marca HALLOUMI tenía escaso carácter distintivo debido a que el término «halloumi» designa un tipo particular de queso, llegó también a la conclusión de que no había riesgo de confusión.¹

En su sentencia de 5 de marzo de 2020,² al conocer de un recurso de casación contra la sentencia del Tribunal General, el Tribunal de Justicia observó que el Tribunal General se había basado en la premisa según la cual, en caso de carácter distintivo escaso de la marca anterior, la existencia de un riesgo de confusión debía excluirse desde el momento en que resulta que la similitud de las marcas en conflicto no permite, por sí sola, establecer ese riesgo. El Tribunal de Justicia determinó que esa premisa es errónea, ya que la circunstancia de que el carácter distintivo de una marca anterior sea escaso no excluye que pueda haber un riesgo de confusión. Por tanto, anuló dicha sentencia y devolvió el asunto al Tribunal General para que este examinara

¹ Sentencia del Tribunal General de 25 de septiembre de 2018, *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO — M. J. Dairies (BBQLOUMI)*, [T-328/17](#).

² Sentencia del Tribunal de Justicia de 5 de marzo de 2020, *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO*, [C-766/18 P](#) (véase el comunicado de prensa n.º [26/20](#)).

si hay riesgo de confusión para los consumidores respecto al origen de los productos designados por el signo «BBQLOUMI».

Mediante su sentencia de hoy, **el Tribunal General desestima el recurso de la asociación chipriota al considerar que la EUIPO llegó de manera correcta a la conclusión de que no hay riesgo de confusión entre los signos en conflicto.**

El Tribunal General recuerda, en primer lugar, que **un riesgo de confusión supone a la vez una identidad o una similitud de las marcas en conflicto y una identidad o una similitud de los productos o de los servicios que aquellas designan.** En cuanto a **la comparación de los productos y servicios**, observa que no hay riesgo de confusión en lo que respecta a los «extractos de carne» y a los servicios de restauración, designados por la marca solicitada, puesto que no son ni idénticos ni parecidos a los productos designados por la marca anterior. En cambio, no puede excluirse de entrada la existencia de un riesgo de confusión en lo que se refiere a los demás productos, como los quesos, que son similares, en diferentes grados, a los productos designados por la marca anterior.

En cuanto a **la similitud de los signos en cuestión**, el Tribunal destaca que los signos en conflicto comparten el elemento «loumi» que, intrínsecamente, es poco distintivo para una gran parte del público pertinente, que lo entenderá como una posible referencia al queso halloumi. Dado que la atención del público se centrará más en la parte inicial de este elemento verbal, es decir, en la parte «bbq», debido a su posición, más que en la parte final «loumi», dicho elemento contribuye muy escasamente al carácter distintivo de la marca solicitada. Así, **el escaso grado de similitud de los signos en cuestión no contribuye en gran medida a que exista un riesgo de confusión.**

Además, el elemento figurativo de la marca solicitada tiene también un papel diferenciador en la medida en que la marca anterior es una marca denominativa. Este elemento figurativo se refiere más al concepto de «barbacoa» que al de «quesos producidos en un entorno mediterráneo», ya que no se puede afirmar categóricamente que los alimentos representados sean trozos de queso halloumi.

El Tribunal General examina, en segundo lugar, **el grado de carácter distintivo** de la marca colectiva anterior y subraya que es escaso. En efecto, los consumidores no lo asociarán a otra cosa que no sea el queso halloumi, habida cuenta de que la marca remite al nombre genérico de este tipo de queso, más que al origen comercial de los productos que designa, como procedentes de los miembros de la asociación chipriota o, en su caso, de empresas económicamente vinculadas a dichos miembros o a dicha asociación.

Finalmente, en tercer lugar, **el Tribunal General estima que no hay riesgo de confusión para el público pertinente en lo que se refiere al origen comercial de los productos de la marca solicitada.** En efecto, incluso si los consumidores centran su atención en el elemento «loumi», lo que es poco probable teniendo en cuenta su posición secundaria, y perciben el elemento figurativo como una posible referencia al queso halloumi a la parrilla en barbacoa, no establecerán un vínculo entre las dos marcas en la medida en que, por una parte, como máximo, establecerán un vínculo entre la marca anterior y el queso halloumi, y, por otra parte, las marcas en conflicto, consideradas globalmente, solo presentan un grado de similitud escaso.

NOTA: Las marcas de la Unión y los dibujos y modelos comunitarios son válidos en todo el territorio de la Unión Europea. Las marcas de la Unión coexisten con las marcas nacionales. Los dibujos y modelos comunitarios coexisten con los dibujos y modelos nacionales. Las solicitudes de registro de las marcas de la Unión y de los dibujos y modelos comunitarios se dirigirán a la EUIPO. Sus resoluciones son recurribles ante el Tribunal General.

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 y diez días a partir de la notificación de la resolución. El recurso de casación será sometido a un procedimiento de previa admisión a trámite. A estos efectos, deberá ir acompañado de una solicitud de admisión a trámite en la que se

exponga la cuestión o cuestiones importantes para la unidad, la coherencia o el desarrollo del Derecho de la Unión que dicho recurso de casación suscita.

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.