



Prensa e Información

Tribunal General de la Unión Europea
COMUNICADO DE PRENSA nº 10/11

Luxemburgo, 17 de febrero de 2011

Sentencia en el asunto T-10/09
Formula One Licensing BV / OAMI

Formula One Licensing no puede impedir el registro de una marca comunitaria que incluya las palabras «F1 Live»

No existe riesgo de confusión entre la marca solicitada y las marcas de Formula One Licensing, debido a la escasa similitud entre las marcas en conflicto y al carácter descriptivo atribuido por el público a la abreviatura F1

En abril de 2004, Racing-Live SAS presentó una solicitud de registro de marca comunitaria en la OAMI (la oficina que gestiona las marcas) para productos y servicios del ámbito de la fórmula 1, a saber, revistas, libros y periódicos, la reserva de entradas para espectáculos y la organización de concursos en Internet. La marca cuyo registro se solicitó fue el signo figurativo que se reproduce a continuación:



Sin embargo, Formula One Licensing BV se opuso a esta solicitud. La oposición se basaba en la existencia de una marca denominativa internacional y de dos marcas denominativas nacionales para «F1» así como en la existencia de la marca figurativa comunitaria siguiente, utilizada como logotipo:



En octubre de 2008, la OAMI desestimó la oposición por considerar que no existía riesgo de confusión entre la marca solicitada y las marcas de las que Formula One Licensing es titular, dado que los signos en pugna presentaban diferencias manifiestas. Además, la OAMI estimó que el público percibía la combinación de la letra «f» y la cifra «1» como la designación genérica de una categoría de coches de carrera y, por extensión, de las carreras en las que participan dichos coches. Asimismo, la OAMI concluyó que únicamente la marca comunitaria del logotipo F1 era una marca notoria y que pocos consumidores atribuyen carácter distintivo a la abreviatura «F1», salvo si viene acompañada de ese logotipo.

Formula One Licensing ha solicitado al Tribunal General que anule la citada resolución de la OAMI.

En su sentencia dictada hoy, **el Tribunal General desestima el recurso y confirma la resolución de la OAMI.**

El Tribunal General declara que la OAMI efectuó una correcta distinción entre el signo F1 como vocablo y el signo «F1» como logotipo y que concluyó acertadamente que el público percibía que

el logotipo era la marca utilizada por Formula One Licensing en relación con sus actividades comerciales, ya que la expresión «F1» es percibida por el público como la designación corriente de una categoría de coches de carrera y de las carreras en las que participan dichos coches.

A este respecto, el Tribunal General señala que la promoción realizada por Formula One Licensing durante los últimos diez años se refiere únicamente al logotipo «F1» y que, al autorizar licencias, puso de relieve dicho logotipo imponiendo directrices estrictas sobre su uso para que el público percibiera de manera constante el logotipo «F1» y no otras versiones de ese signo. Sin embargo, no impuso reglas en cuanto a la utilización de otras versiones del signo «F1» y éste es siempre utilizado por Formula One Licensing en combinación con el logotipo.

Por lo tanto, la OAMI consideró, acertadamente, que la designación «F1», en una tipografía ordinaria, poseía sólo un carácter distintivo escaso en relación con los productos y servicios designados y que la eventual notoriedad de la marca figurativa comunitaria utilizada en la Unión estaba esencialmente vinculada al propio logotipo. Por consiguiente, deben desestimarse por infundadas las alegaciones de Formula One Licensing de que «F1» posee un carácter distintivo particularmente elevado y de que la designación «F1», en una tipografía estándar, disfruta de una reputación idéntica a la del logotipo.

El Tribunal General considera que el grado de similitud entre las marcas denominativas «F1» de Formula One Licensing y la marca figurativa solicitada, que contiene, además, la palabra «live», es escaso.

De las consideraciones anteriores resulta que no existe riesgo de confusión entre las marcas denominativas «F1» de Formula One Licensing y la marca figurativa solicitada, dado que los consumidores no relacionarán el elemento «F1» de la marca solicitada con Formula One Licensing porque el único signo que han aprendido a asociar a esta empresa es el logotipo y que considerarán que la designación «F1» utilizada en una tipografía ordinaria es descriptiva.

En cuanto a la marca figurativa comunitaria- es decir, el logotipo «F1»-, el Tribunal General concluye también que no existe riesgo de confusión entre las marcas, ya que, desde el punto de vista gráfico, no hay ninguna similitud entre las marcas controvertidas y, desde el punto de vista fonético y conceptual, la similitud es sólo limitada.

El Tribunal General añade que el sentido genérico atribuido al signo «F1» por el público garantiza que éste entenderá que la marca solicitada se refiere a la fórmula 1. Sin embargo, debido a que la composición es completamente diferente, ese público no establecerá un vínculo con las actividades de Formula One Licensing.

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: Agnès López Gay ☎ (+352) 4303 3667