



Prensa e Información

Tribunal General de la Unión Europea
COMUNICADO DE PRENSA n.º 120/21

Luxemburgo, 7 de julio de 2021

Sentencia en el asunto T-668/19
Ardagh Metal Beverage Holdings/EUIPO

El Tribunal General se pronuncia por primera vez sobre el registro de una marca sonora presentada en formato audio

Un archivo de audio que contiene el sonido que se produce al abrir una lata de bebida, seguido de un silencio y de un burbujeo, no puede registrarse como marca para diferentes bebidas y para envases metálicos para transporte y almacenamiento, puesto que no tiene carácter distintivo

Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG presentó una solicitud de registro de un signo sonoro como marca de la Unión Europea ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). Dicho signo, presentado por medio de un archivo de audio, recuerda el sonido que se produce al abrir una lata de bebida, seguido de un silencio que dura alrededor de un segundo y de un burbujeo de unos nueve segundos. El registro se solicitó para varias bebidas y para envases metálicos para transporte y almacenamiento.

La EUIPO denegó dicha solicitud de registro debido a que la marca solicitada carecía de carácter distintivo.

En su sentencia, el Tribunal General desestima el recurso interpuesto por Ardagh Metal Beverage Holdings y se pronuncia por primera vez sobre el registro de una marca sonora presentada en formato audio. Aporta precisiones en cuanto a los criterios para apreciar el carácter distintivo de las marcas sonoras y a la percepción en general de esas marcas por parte de los consumidores.

Apreciación del Tribunal General

El Tribunal General recuerda, para empezar, que **los criterios para apreciar el carácter distintivo¹ de las marcas sonoras no son diferentes de los aplicables a otras categorías de marcas, y que un signo sonoro debe poseer cierta fuerza que permita al consumidor pertinente percibirlo como marca y no como elemento de carácter funcional o indicador sin características intrínsecas propias.**² Así, el consumidor de los productos o servicios de que se trate debe poder establecer un vínculo con el origen comercial de estos a través de la mera percepción de la marca, sin combinarla con otros elementos como, en particular, los elementos denominativos o figurativos, o incluso otra marca.

A continuación, en la medida en que la EUIPO aplicó por analogía la jurisprudencia³ conforme a la cual solo una marca que difiera significativamente de la norma o de los usos de ese sector no está desprovista de carácter distintivo, el Tribunal General subraya que dicha jurisprudencia ha sido desarrollada en relación con las marcas tridimensionales consistentes en la forma del propio producto o de su envase, cuando existen una norma o usos del sector relativos a dicha forma. Pues bien, en tal caso, el consumidor pertinente que esté acostumbrado a ver una o varias formas correspondientes a la norma o a los usos del sector no percibirá la marca tridimensional como una indicación del origen comercial de los productos si su forma es idéntica o similar a la forma o las formas habituales. El Tribunal General añade que esta jurisprudencia no establece nuevos

¹ En el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b) del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (DO 2017, L 154, p. 1).

² Sentencia de 13 de septiembre de 2016, *Globo Comunicação e Participações/EUIPO (Marca sonora)* (T-408/15, apartados 41 y 45; véase también el CP 93/16).

³ Véase, en particular, la sentencia de 7 de octubre de 2004, *Mag Instrument/OAMI* (C-136/02 P, apartado 31).

criterios para apreciar el carácter distintivo de una marca, sino que se limita a precisar que, en el marco de la aplicación de dichos criterios, la percepción del consumidor medio no es necesariamente la misma en el caso de una marca tridimensional que en el caso de una marca denominativa, figurativa o sonora que consiste en un signo independiente del aspecto externo o de la forma de los productos. Por consiguiente, el Tribunal General declara que la referida jurisprudencia relativa a las marcas tridimensionales no puede aplicarse, en principio, a las marcas sonoras. No obstante, aunque la EUIPO aplicó de manera errónea esta jurisprudencia, el Tribunal General señala que dicho error no vicia el razonamiento expuesto en la resolución impugnada, que se basa también en otro motivo.

Por lo que respecta al otro motivo, basado en la percepción de la marca solicitada por el público pertinente como un elemento funcional de los productos de que se trata, el Tribunal General observa por una parte que, **habida cuenta del tipo de productos, el sonido emitido al abrir una lata se considerará efectivamente como un elemento puramente técnico y funcional.** En efecto, **la apertura de una lata o de una botella es intrínseca a una solución técnica vinculada a la manipulación de bebidas para consumirlas, por lo que ese sonido no será percibido como una indicación del origen comercial de dichos productos.** Por otra parte, el público pertinente asocia de inmediato el sonido del burbujeo a las bebidas. Además, el Tribunal General señala que **los elementos sonoros y el silencio de alrededor de un segundo, considerados en su conjunto, no poseen ninguna característica intrínseca que permita que el público pertinente los perciba como una indicación del origen comercial de los productos.** Esos elementos no son lo suficientemente fuertes como para distinguirse de los sonidos comparables en el ámbito de las bebidas. Por consiguiente, el Tribunal General confirma las conclusiones de la EUIPO relativas a la falta de carácter distintivo de la marca solicitada.

Por último, el Tribunal General rebate la afirmación de la EUIPO según la cual es inusual indicar el origen comercial de los productos en los mercados de las bebidas y de los envases de estas únicamente mediante sonidos, ya que dichos productos son silenciosos hasta su consumo. En efecto, el Tribunal General señala que la mayor parte de los productos guardan silencio en sí mismos y solo producen un sonido en el momento de su consumo. Así, el mero hecho de que un sonido solo pueda escucharse cuando se consume un producto no significa que el uso de sonidos para indicar el origen comercial de un producto en un mercado determinado sea aún inusual. No obstante, el Tribunal General explica que un posible error de la EUIPO a este respecto no puede dar lugar a que se anule la resolución impugnada, ya que no habría tenido una influencia determinante en la parte dispositiva de dicha resolución.

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: 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: 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.

Las imágenes del pronunciamiento de la sentencia se encuentran disponibles en
«[Europe by Satellite](#)» ☎ (+32) 2 2964106.