

## Asunto T-140/02

**Sportwetten GmbH Gera**

**contra**

**Oficina de Armonización del Mercado Interior  
(marcas, dibujos y modelos) (OAMI)**

«Marca comunitaria — Solicitud de nulidad — Marca comunitaria figurativa que incluye el elemento denominativo INTERTOPS — Marca contraria al orden público o a las buenas costumbres — Artículo 7, apartado 1, letra f), y apartado 2, y artículo 51 del Reglamento (CE) nº 40/94»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Segunda) de 13 de septiembre de 2005 . . . . . II - 3249

### Sumario de la sentencia

*Marca comunitaria — Renuncia, caducidad y nulidad — Causas de nulidad absolutas — Marcas contrarias al orden público o a las buenas costumbres — Apreciación basada únicamente en el examen de la marca en sí misma en relación con los productos y servicios designados — Circunstancias relativas al comportamiento del titular de la marca — Falta de pertinencia*

*[Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, art. 7, ap. 1, letra f)]*

Para determinar si una marca comunitaria es contraria al orden público o a las buenas costumbres en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento n° 40/94, que puede dar lugar a una declaración de nulidad con arreglo al artículo 51, apartado 1, letra a), del mismo Reglamento, ha de examinarse la marca en sí misma, a saber, el signo en relación con los productos o servicios tal y como figuran en el registro de la marca. En efecto, de la lectura conjunta de los distintos párrafos del artículo 7, apartado 1, se desprende que éstos se refieren a las cualidades intrínsecas de la marca y no a circunstancias relativas al comportamiento de la persona titular de la marca.

En consecuencia, la circunstancia de que en un Estado miembro esté prohibido que el titular de una marca comunitaria ofrezca los servicios designados por la marca y haga publicidad de ellos no se puede considerar relacionada en modo alguno con las cualidades intrínsecas de dicha marca, en el sentido de la citada interpretación. Por consiguiente, de dicha circunstancia no cabe deducir que la marca en sí misma sea contraria al orden público o a las buenas costumbres.

(véanse los apartados 27 a 29)