

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
(Sala Segunda ampliada)
de 20 de marzo de 2002 *

En el asunto T-355/00,

DaimlerChrysler AG, con domicilio social en Stuttgart (Alemania), representada por el Sr. S. Völker, abogado,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), representada por los Sres. A. von Mühlendahl y D. Schennen, en calidad de agentes,

parte demandada,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Sala Tercera de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) de 12 de septiembre de 2000 (asunto R 142/2000-3), relativa al registro del sintagma TELE AID como marca comunitaria,

* Lengua de procedimiento: alemán.

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (Sala Segunda ampliada),

integrado por el Sr. R.M. Moura Ramos, Presidente, la Sra. V. Tiili y los Sres. J. Pirrung, P. Mengozzi y A.W.H. Meij, Jueces;

Secretario: Sr. H. Jung;

visto el escrito de demanda presentado en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 24 de noviembre de 2000;

visto el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 23 de febrero de 2001;

celebrada la vista el 21 de noviembre de 2001;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

- 1 El 18 de febrero de 1997, la sociedad Mercedes-Benz AG dirigió una solicitud de marca denominativa comunitaria a la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (en lo sucesivo, «Oficina»), en virtud del

Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada.

- 2 La marca cuyo registro se solicitó es el sintagma TELE AID.

- 3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro de la marca pertenecen a las clases 9, 12, 37, 38, 39 y 42 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, de 15 de junio de 1957, revisado y modificado, y corresponden, para cada una de las mencionadas clases, a la descripción siguiente:
 - clase 9: «Aparatos eléctricos y electrónicos para la transmisión de voz y datos; aparatos estacionarios y móviles de emisión, transmisión, repetición y recepción; equipos para el tratamiento de la información y sus piezas; aparatos de navegación; sistemas de llamada de emergencia para automóviles»;

 - clase 12: «Automóviles y sus piezas»;

 - clase 37: «Servicios de reparación para automóviles; asistencia en caso de averías»;

 - clase 38: «Explotación de una red de comunicaciones; mando de operaciones y coordinación de los servicios en caso de accidentes y de socorro (salvamento)»;

— clase 39: «Servicios de grúa, servicios de salvamento»;

— clase 42: «Servicios de un centro de cálculo con localización y determinación de la posición de vehículos; recopilación, almacenamiento, procesado y suministro de información».

- 4 En enero de 1999 se inscribió en el expediente de la solicitud la cesión de ésta a favor de la demandante, en virtud de los artículos 17 y 24 del Reglamento n° 40/94 y de la regla 31, apartado 8, del Reglamento (CE) n° 2868/95 de la Comisión, de 13 de diciembre de 1995, por el que se establecen normas de ejecución del Reglamento n° 40/94 (DO L 303, p. 1).
- 5 Mediante resolución de 9 de diciembre de 1999, el examinador desestimó la solicitud con arreglo al artículo 38 del Reglamento n° 40/94, por ser el Sintagma TELE AID descriptivo de los correspondientes productos y servicios y carecer de carácter distintivo en el sentido del artículo 7, apartado 1, letras c) y b), del Reglamento n° 40/94.
- 6 El 2 de febrero de 2000, la demandante interpuso ante la Oficina, con arreglo al artículo 59 del Reglamento n° 40/94, un recurso contra la resolución del examinador.
- 7 Mediante resolución de 12 de septiembre de 2000 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Sala Tercera de Recurso, por un lado, anuló la resolución del examinador en cuanto denegaba la solicitud respecto a los productos de la clase 12 y, por otro lado, desestimó el recurso por lo que respecta a las demás clases descritas en la solicitud, por considerar que al sintagma controvertido le es aplicable el artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento n° 40/94.

Pretensiones de las partes

8 La demandante solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Anule la resolución impugnada.

— Condene en costas a la Oficina.

9 La Oficina solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

10 La demandante invoca dos motivos, basados en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), y del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94.

Sobre el motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94

Alegaciones de las partes

- 11 La demandante subraya que, a efectos de la apreciación de los motivos de denegación absolutos, es preciso examinar una marca como un todo, tal como se solicita. No obstante, en el presente caso, ni siquiera de la descomposición del sintagma TELE AID en sus dos elementos resulta, según la demandante, ninguna indicación descriptiva de los productos o servicios de que se trata.

- 12 Por lo que respecta al elemento «tele», la demandante expone que no constituye ni una palabra independiente ni una abreviatura, sino dos sílabas utilizadas en el lenguaje común, como elemento constitutivo de numerosas palabras. Según la demandante, el elemento «tele» no tiene en todas sus combinaciones el mismo significado, ni siquiera un sentido aproximadamente similar. A este respecto, la demandante cita palabras en las que el significado del elemento «tele» se refiere al concepto de distancia, como «teléfono» o «telescopio», palabras en las que el significado del elemento «tele» se refiere al concepto de objetivo o finalidad («telos» en griego), como «teleología» y palabras en las que no se da ninguno de estos significados, como los nombres de un compositor de música (Telemann) o de un paisaje noruego (Telemark).

- 13 Además, la demandante sostiene que el elemento «tele» se utiliza con frecuencia, en las combinaciones más diversas, como elemento de una marca, de manera que el público está acostumbrado a la presencia de marcas que contienen este elemento. A este respecto cita, entre otras, las marcas TELE-ATLAS, TELE-PAGE y TELE-CARD. Por consiguiente, afirma que el elemento «tele» no es directamente descriptivo de los productos y servicios correspondientes.

- 14 Por lo que respecta al elemento «aid», la demandante afirma que se utiliza con frecuencia, en las combinaciones más diversas, como elemento de una marca, de manera que el público está acostumbrado a la presencia de marcas que contienen este elemento. A este respecto, la demandante cita las marcas alemanas AID y BIKEAID, así como las marcas comunitarias MICROAID y FIRST AID.

- 15 Asimismo, sostiene que el elemento «aid» no es concreta e inmediatamente descriptivo de los productos y servicios correspondientes, pues se limita, a lo sumo, a evocar la idea, vaga, indeterminada y equívoca, de que algo o alguien presta ayuda, asistencia o apoyo o recibe ayuda o asistencia.

- 16 En lo que atañe al sintagma TELE AID, leído en su totalidad, la demandante afirma que constituye un neologismo que no se encuentra en los diccionarios corrientes de las lenguas de la Comunidad, incluida la inglesa, y que no se utiliza, como tal, ni en el lenguaje general ni en el lenguaje técnico.

- 17 Además, según la demandante, el sintagma controvertido no tiene un significado claro y determinado, sino que evoca únicamente ideas vagas y abstractas en el sentido de una ayuda, de una asistencia, de un asistente o de un medio de ayuda que opera o funciona «de lejos» o a distancia o incluso la ayuda de un procedimiento que permite salvar la distancia.

- 18 En cuanto a la relación existente entre el sintagma TELE AID, leído en su totalidad, y los productos y servicios correspondientes, la demandante sostiene que, contrariamente a lo afirmado en los apartados 20 y siguientes de la resolución impugnada, dicho sintagma no constituye una indicación descriptiva suficientemente concreta del destino o de la cualidad de estos productos y servicios.

- 19 La demandante alega que un imperativo de disponibilidad de un signo constituye una limitación inmanente de los motivos de denegación absolutos. Por consiguiente, incluso los signos descriptivos sólo son excluidos del registro en la medida en que su monopolización supone un obstáculo a la necesidad legítima de los terceros, en especial de los competidores, de poder utilizarlos libremente. En el presente caso, no existe un imperativo de disponibilidad en relación con el sintagma controvertido, dado que éste no se utiliza para describir los productos o servicios correspondientes y que tampoco es necesario o indispensable utilizarlo para ello. Según la demandante, dicho imperativo de disponibilidad no puede basarse únicamente en asociaciones vagas evocadas por dicho sintagma.
- 20 Por último, la demandante alega que el registro de la marca controvertida sería acorde con la práctica decisoria de las Salas de Recurso. A este respecto, invoca las resoluciones de las Salas de Recurso que admiten la posibilidad de registrar las marcas denominativas NETMEETING, CareService, Schülerhilfe, GLOBAL CARE, MEGATOURS, SAFETYTECH, STEAM TERMINAL, Pro-Bank, FIXIT, TOP-LOK, helpLine, HYPERLITE, Tensiontech, SAFEJAW, SURESEAL, FOILGUARD, OMNICARE, ZONEMESSAGE, BIDWATCH, Oilgear y TELESCAN.
- 21 La Oficina rebate las alegaciones de la demandante y considera que el sintagma controvertido es descriptivo del conjunto de productos y servicios correspondientes.
- 22 En particular, la Oficina ha declarado en la vista que el carácter descriptivo del sintagma TELE AID debe apreciarse, respecto al conjunto de categorías de productos y servicios mencionados en la solicitud de registro, a la luz del concepto de comercialización previsto, o bien puesto en práctica, por la demandante.

Apreciación del Tribunal de Primera Instancia

- 23 Con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, procede denegar el registro de «las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio». Además, el artículo 7, apartado 2, del Reglamento nº 40/94 dispone que el «apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Comunidad».
- 24 El artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, impide que los signos o indicaciones a los que se refiere se reserven a una sola empresa debido a su registro como marca. De este modo, dicha disposición persigue un objetivo de interés general que exige que tales signos o indicaciones puedan ser libremente utilizados por todos (véase, por analogía, la sentencia del Tribunal de Justicia de 4 de mayo de 1999, *Windsurfing Chiemsee*, asuntos acumulados C-108/97 y C-109/97, Rec. p. I-2779, apartado 25).
- 25 Desde esta perspectiva, los signos y las indicaciones a que se refiere el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94 son los que pueden servir, en el uso normal desde el punto de vista del público al que se dirigen, para designar, directamente o mediante la mención de una de sus características esenciales, el producto o el servicio para el que se solicita el registro (sentencia del Tribunal de Justicia de 20 de septiembre de 2001, *Procter & Gamble/OAMI*, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, apartado 39). Por tanto, la apreciación del carácter descriptivo de un signo sólo puede efectuarse, por un lado, en relación con los productos o servicios correspondientes y, por otro lado, en relación con la forma en que lo entiende el público destinatario.
- 26 En el presente caso, la Sala de Recurso señaló, en el apartado 23 de la resolución impugnada, que los productos y servicios de que se trata se dirigían con carácter general al consumidor medio, circunstancia que la demandante no cuestiona.

Pues bien, procede considerar que a los consumidores medios se les supone normalmente informados y razonablemente atentos y perspicaces [véase, en este sentido, la sentencia del Tribunal de Justicia de 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, apartado 26, y la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 7 de junio de 2001, DKV/OAMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, apartado 27]. Además, puesto que el sintagma controvertido se compone de elementos de la lengua inglesa, el público destinatario pertinente es un público anglófono.

- 27 Por lo que respecta a la alegación de la demandante según la cual los terceros, y más concretamente sus competidores, no necesitan utilizar el sintagma controvertido para designar los productos y servicios a los que se refiere la solicitud, procede señalar que, en el apartado 35 de la sentencia Windsurfing Chiemsee, antes citada, el Tribunal de Justicia estimó que la aplicación del artículo 3, apartado 1, letra c), de la Directiva 89/104/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO 1989, L 40, p. 1), cuyo tenor literal es, fundamentalmente, idéntico al del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, no depende de la existencia de un imperativo de disponibilidad concreto, actual y serio.
- 28 En consecuencia, como ha señalado acertadamente la Oficina, a efectos de la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, procede examinar, en función de un significado dado del signo denominativo controvertido, si existe, desde el punto de vista del público al que se dirige, una relación suficientemente directa y concreta entre el signo y las categorías de productos o servicios para las que se solicita el registro.
- 29 Con carácter preliminar, procede señalar que el sintagma TELE AID se compone de un sustantivo (aid) y de un prefijo (tele). Pues bien, dicho sintagma no es inusual en su estructura. En efecto, no se desvía de las normas léxicas de la lengua inglesa, sino que está constituido de conformidad con ellas.
- 30 Por lo que respecta al significado del sintagma TELE AID, del apartado 19 de la resolución impugnada, así como de las explicaciones que la Oficina ha

proporcionado en su escrito de contestación y en la vista, se deduce que, para la Oficina, dicho sintagma significa «ayuda a distancia». A este respecto, es irrelevante la alegación de la demandante según la cual el sintagma controvertido no tiene un significado claro y determinado. En efecto, tomando en consideración los productos y servicios para los que se solicita el registro, el significado atribuido por la Sala de recurso resulta correcto. Pues bien, es preciso recordar que, para que resulte aplicable el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, basta que un signo denominativo, en al menos uno de sus significados potenciales, designe una característica de los productos o servicios correspondientes.

31 En cuanto a la naturaleza de la relación existente entre el sintagma TELE AID y los productos y servicios correspondientes, la Sala de Recurso consideró, en el apartado 21 de la resolución impugnada, que dicho sintagma designa la cualidad y el destino de éstos.

32 En primer lugar es preciso examinar si el sintagma TELE AID es descriptivo en relación con las categorías de servicios denominadas «servicios de reparación para automóviles; asistencia en caso de averías», de la clase 37, «mando de operaciones y coordinación de los servicios en caso de accidentes y de socorro (salvamento)», de la clase 38, «servicios de grúa, servicios de salvamento», de la clase 39, y «servicios de un centro de cálculo con localización y determinación de la posición de vehículos», de la clase 42.

33 Por lo que respecta a los servicios pertenecientes a las categorías mencionadas en el apartado precedente, procede considerar que el sintagma TELE AID, leído en su totalidad, puede servir para designar tanto su especie como su cualidad. En efecto, dichos servicios constituyen formas específicas de asistencia. Además, el hecho de que la asistencia se preste a distancia debe considerarse como una cualidad de estos servicios que puede ser tenida en cuenta por el público al que se dirigen al efectuar su elección y que, por tanto, constituye una característica esencial de tales servicios. Por consiguiente, desde el punto de vista del público al que se dirigen, existe una relación suficientemente directa y concreta entre el sintagma TELE AID y estos servicios.

- 34 Asimismo, no puede negarse, ciertamente, que los servicios pertenecientes a las categorías mencionadas en el apartado 32 pueden también prestarse en condiciones que no suponen ningún elemento de distancia y que, por tanto, el sintagma TELE AID no es descriptivo de todos los servicios pertenecientes a estas categorías. A este respecto, es preciso señalar que la demandante solicitó el registro del sintagma controvertido para cada una de ellas en su conjunto sin hacer distinciones. En consecuencia, procede confirmar la apreciación de la Sala de Recurso por lo que respecta a estas categorías de servicios en su conjunto (véase, en este sentido, la sentencia EuroHealth, antes citada, apartado 33).
- 35 En segundo lugar, por lo que respecta a la categoría de productos denominada «sistemas de llamada de emergencia para automóviles», de la clase 9, procede considerar que el destino de tales productos se confunde parcialmente con la descripción de dicha categoría en la medida en que se refiere expresamente a las llamadas de emergencia. En efecto, los productos que permiten las llamadas de emergencia pueden servir para recurrir a los servicios de ayuda a distancia. En este sentido, la ayuda a distancia constituye el destino de tales productos. Por tanto, desde el punto de vista del público destinatario, existe una relación suficientemente directa y concreta entre el sintagma TELE AID y los productos pertenecientes a la mencionada categoría.
- 36 Por lo que respecta al argumento de la demandante relativo a las resoluciones de las Salas de Recurso que admitían la posibilidad de que se registrasen otras marcas, es preciso observar que fundamentos de hecho o de Derecho que figuren en resoluciones anteriores de las Salas de Recurso pueden constituir alegaciones en apoyo de un motivo basado en la infracción de una disposición del Reglamento nº 40/94. No obstante, resulta obligado señalar que, en el presente caso, la demandante no invocó la existencia, en las resoluciones citadas en relación con otras marcas, de fundamentos que puedan cuestionar la apreciación que aquí se ha efectuado. Además, la Oficina señala acertadamente que la marca TELESCAN, la única que presenta un elemento común al sintagma TELE AID, se registró para servicios completamente distintos a los que se discuten en el presente caso, a saber, inversiones y servicios financieros.
- 37 De ello se deduce que el sintagma TELE AID puede servir, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94, desde el punto de vista

del público al que se dirige, para designar características esenciales de los productos y servicios pertenecientes a las categorías referidas en los apartados 32 y 35 *supra*.

38 En tercer lugar, es preciso examinar si el sintagma TELE AID es descriptivo por lo que respecta a las categorías de productos denominadas «aparatos eléctricos y electrónicos para la transmisión de voz y datos; aparatos estacionarios y móviles de emisión, transmisión, repetición y recepción; equipos para el tratamiento de la información y sus piezas; aparatos de navegación», de la clase 9, y por lo que respecta a las categorías de servicios denominadas «explotación de una red de comunicaciones», de la clase 38, y «recopilación, almacenamiento, procesado y suministro de información», de la clase 42.

39 En relación con los productos y servicios pertenecientes a las categorías mencionadas en el apartado precedente, la Oficina no ha demostrado de modo suficiente con arreglo a Derecho que el sintagma TELE AID pueda servir para designar su destino. En efecto, la ayuda a distancia, aun suponiendo que requiera, o incluso implique, la utilización de dichos productos y servicios, constituiría, a lo sumo, uno de los múltiples ámbitos de aplicación, pero no una funcionalidad técnica. Pues bien, ello no basta para poder considerar que existe, desde el punto de vista del público al que se dirige, una relación suficientemente directa y concreta entre el sintagma TELE AID y estos productos y servicios.

40 A este respecto, cabe señalar que, ciertamente, el Tribunal de Primera Instancia declaró, en el apartado 33 de la sentencia EuroHealth, antes citada, que el hecho de que un signo denominativo sea descriptivo respecto a sólo una parte de los productos o servicios pertenecientes a una categoría mencionada como tal en la solicitud de registro no impide que se deniegue el registro de dicho signo denominativo toda vez que el solicitante no limita su solicitud de registro únicamente a los productos o servicios en relación con los cuales el signo denominativo no es descriptivo. No obstante, la situación en el presente caso es diferente de la del asunto que dio lugar a la sentencia EuroHealth, antes citada. En efecto, el sintagma TELE AID no es descriptivo respecto a ninguna parte de las categorías de productos o servicios mencionadas en el apartado 38 *supra*.

- 41 Además, la Oficina ha expuesto en la vista una argumentación según la cual de las declaraciones efectuadas por la demandante se desprende que ésta comercializa o tiene la intención de comercializar los productos y servicios mencionados en el apartado 38 *supra* en el marco de un sistema de organización de asistencia a distancia ofrecido a los compradores de los automóviles que ella fabrica y que incluye, además de estos últimos productos y servicios, los productos y servicios mencionados en los apartados 32 y 35 *supra*. La Oficina deduce de ello que el carácter descriptivo del sintagma TELE AID debe apreciarse, respecto al conjunto de categorías de productos y servicios mencionados en la solicitud de registro, a la luz del concepto de comercialización previsto, o incluso puesto en práctica, por la demandante.
- 42 A este respecto, procede señalar que, contrariamente a lo que sostiene la Oficina, el carácter descriptivo de un signo denominativo ha de apreciarse individualmente en relación con cada una de las categorías de productos y/o de servicios mencionados en la solicitud de registro. Es irrelevante, a efectos de la apreciación del carácter descriptivo de un signo denominativo en relación con una categoría determinada de productos y/o de servicios, que quien solicita la marca controvertida prevea o lleve a la práctica un determinado concepto de comercialización que implique, además de los productos y/o los servicios pertenecientes a dicha categoría, productos y/o servicios de otras categorías. En efecto, la existencia de un concepto de comercialización es un factor ajeno al derecho conferido por la marca comunitaria. Además, un concepto de comercialización, al depender únicamente de la elección de la empresa de que se trate, puede cambiar con posterioridad al registro de un signo como marca comunitaria y, por tanto, no puede tener ninguna incidencia en la apreciación de si puede ser registrado.
- 43 Asimismo, tampoco parece que el sintagma TELE AID pueda servir para designar la cualidad o cualquier otra característica esencial de los productos y servicios pertenecientes a las categorías mencionadas en el apartado 38 *supra*.
- 44 De ello se deduce que el sintagma TELE AID no puede servir, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, desde el punto de vista del público al que se dirige, para designar una de las características esenciales de los productos y servicios pertenecientes a las categorías mencionadas en el apartado 38 *supra*.

- 45 De cuanto antecede se desprende que procede estimar el motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 por lo que respecta a las categorías de productos y de servicios mencionadas en el apartado 38 *supra* y desestimarlos por lo que respecta a las categorías de productos y servicios mencionadas en los apartados 32 y 35 *supra*.

Sobre el motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94

Alegaciones de las partes

- 46 La demandante sostiene que de la formulación «que carezcan de carácter distintivo», que figura en el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, se deduce que cualquier grado de carácter distintivo —por débil que sea— basta para justificar el registro de un signo como marca y que, por consiguiente, al apreciar el carácter distintivo, no se permite una aproximación demasiado estricta.

- 47 En lo que atañe al sintagma controvertido, la demandante afirma que, como neologismo carente de significado claro, posee un elemento creativo y un mínimo, además, de fantasía, que le otorgan el carácter distintivo mínimo requerido.

- 48 Asimismo, la demandante invoca resoluciones de las Salas de Recurso que admiten la posibilidad de registrar otras marcas (véase el apartado 21 *supra*).

- 49 La Oficina alega que el sintagma TELE AID, puesto que se compone exclusivamente de indicaciones descriptivas de los productos y servicios correspondientes, sin ningún otro elemento que pueda determinar la aptitud del sintagma en su conjunto para distinguir los productos de la demandante de los de otras empresas, carece de carácter distintivo. A este respecto, la Oficina sostiene que los consumidores a los que se dirige no entienden el sintagma controvertido como una referencia a una empresa determinada, sino únicamente como una referencia general al hecho de que se les prestará una asistencia a distancia.

Apreciación del Tribunal de Primera Instancia

- 50 A tenor del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, debe denegarse el registro de «las marcas que carezcan de carácter distintivo». Además, el artículo 7, apartado 2, del Reglamento n° 40/94 dispone que el «apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Comunidad».
- 51 Por lo demás, el carácter distintivo de un signo sólo puede ser apreciado, por un lado, en relación con los productos o servicios para los que se solicita el registro y, por otro lado, en relación con la forma en que el público destinatario relevante lo entiende.
- 52 En el presente caso, en la medida en que la resolución impugnada atañe a los productos y servicios respecto a los que se ha declarado en el apartado 39 *supra* que el sintagma TELE AID es descriptivo, procede recordar que, según reiterada jurisprudencia, basta que se aplique uno de los motivos de denegación absolutos para que el signo no pueda registrarse como marca comunitaria [sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 26 de octubre de 2000, Harbinger/OAMI (TRUSTEDLINK), T-345/99, Rec. p. II-3525, apartado 31; de 26 de octubre de 2000, Community Concepts/OAMI (Investorworld), T-360/99, Rec. p. II-3545, apartado 26, y de 31 de enero de 2001, Sunrider/OAMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, apartado 28]. A este respecto, por consiguiente, este motivo es inoperante.

- 53 En cambio, procede examinar el motivo en la medida en que la resolución impugnada atañe a las categorías de productos y de servicios mencionadas en el apartado 38 *supra*.
- 54 Según se desprende del apartado 25 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso consideró que la marca denominativa controvertida «carece del carácter distintivo mínimo requerido, puesto que el público al que se dirige la entenderá únicamente como una indicación del objeto de los servicios o del destino de los productos». La Sala de Recurso, por tanto, dedujo fundamentalmente la falta de carácter distintivo del sintagma TELE AID de su carácter descriptivo. Ahora bien, en el apartado 44 *supra* se ha estimado que, por lo que respecta a las categorías de productos y servicios mencionadas en el apartado 38 *supra*, no puede denegarse el registro del sintagma TELE AID con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94. Por consiguiente, ha de rechazarse el razonamiento sustancial desarrollado por la Sala de Recurso en relación con el artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, dado que se basa en el error señalado anteriormente.
- 55 Además, resulta obligado señalar que ni la resolución impugnada ni el escrito de contestación de la Oficina, ni las explicaciones que ésta ha facilitado en la vista contienen datos que permitan acreditar la falta de carácter distintivo del sintagma TELE AID para los productos y servicios de las categorías mencionadas en el apartado 38 *supra*.
- 56 Por consiguiente, procede estimar el motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94 por lo que respecta a las categorías de productos y de servicios mencionadas en el apartado 38 *supra* y desestimarlos por lo que respecta a las categorías de productos y de servicios mencionadas en los apartados 32 y 35 *supra*.
- 57 De cuanto antecede se deduce que procede estimar el recurso por lo que respecta a las categorías de productos y de servicios mencionados en el apartado 38 *supra* y desestimar el recurso en todo lo demás.

Costas

- 58 A tenor del artículo 87, apartado 3, del Reglamento de Procedimiento, cuando se estimen parcialmente las pretensiones de una y otra parte, el Tribunal de Primera Instancia podrá repartir las costas. En el caso de autos, dado que únicamente se ha acogido el recurso de la demandante con respecto a determinadas categorías de productos y de servicios, procede condenar a la demandante a cargar con sus propias costas y con la mitad de las costas de la Oficina.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Segunda ampliada)

decide:

- 1) **Anular la resolución de la Sala Tercera de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) de 12 de septiembre de 2000 (asunto R 142/2000-3) por lo que respecta a las siguientes categorías de productos y de servicios:**

— «aparatos eléctricos y electrónicos para la transmisión de voz y datos; aparatos estacionarios y móviles de emisión, transmisión, repetición y

recepción; equipos para el tratamiento de la información y sus piezas; aparatos de navegación», pertenecientes a la clase 9;

— «explotación de una red de comunicaciones», perteneciente a la clase 38;

— «recopilación, almacenamiento, procesado y suministro de información», pertenecientes a la clase 42;

2) Desestimar el recurso en todo lo demás.

3) La parte demandante soportará sus propias costas y la mitad de las costas de la demandada. Esta última cargará con la mitad de sus costas.

Moura Ramos

Tiili

Pirrung

Mengozzi

Meij

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 20 de marzo de 2002.

El Secretario

El Presidente

H. Jung

R.M. Moura Ramos