

Asunto T-79/00

Rewe Zentral AG

contra

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

«Marca comunitaria — Vocablo LITE — Respeto del derecho de defensa —
Motivo inoperante — Motivo de denegación absoluto — Artículo 7,
apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) n° 40/94»

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Cuarta) de 27 de febrero
de 2002 II- 707

Sumario de la sentencia

1. *Marca comunitaria — Resoluciones de la Oficina — Respeto del derecho de defensa [Reglamento (CE)n° 40/94 del Consejo, art. 73]*
2. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación absolutos — Falta de carácter distintivo del signo — Insuficiencia de la afirmación de la falta de un elemento adicional de fantasía o de un mínimo de imaginación para negar el carácter distintivo del signo [Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, art. 7, ap. 1, letra b)]*

3. *Marca comunitaria — Definición y adquisición de la marca comunitaria — Motivos de denegación absolutos — Marcas carentes de carácter distintivo — Vocablo «LITE»*

[Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, art. 7, aps. 1, letra b), y 2]

1. Vulnera el derecho de defensa, cuyo respeto constituye un principio general del Derecho comunitario, consagrado por el artículo 73 del Reglamento n° 40/94, sobre la marca comunitaria, según el cual las resoluciones de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) sólo pueden fundarse en motivos respecto de los cuales las partes hayan podido pronunciarse, la resolución de una Sala de Recurso de la Oficina que no ofrece al interesado la posibilidad de pronunciarse sobre los motivos de denegación absolutos de registro de una marca comunitaria que la Sala ha señalado de oficio.

(véanse los apartados 13 a 15)

2. La inexistencia de carácter distintivo, en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, sobre la marca comunitaria, no puede resultar de la falta de un elemento adicional de fantasía o de un mínimo de imaginación presentados por un signo. En efecto, una marca comunitaria no necesariamente procede de una creación ni se basa en un elemento de originalidad o de imaginación, sino en la capacidad de diferenciar productos o servicios en el mercado, en relación con

los productos o servicios de la misma clase ofertados por los competidores.

(véase el apartado 30)

3. Carece de carácter distintivo, en virtud del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94 sobre la marca comunitaria, el vocablo LITE cuyo registro se solicita para productos alimenticios y servicios de restauración. Este vocablo, que es una palabra creada a partir de una transcripción fonética del vocablo inglés «light», en efecto, se utiliza generalmente en la parte anglófona de la Unión Europea como término corriente en el sector de los productos alimenticios y de la restauración para identificar o caracterizar una cualidad de los productos alimenticios. No hace sino informar al público al que se pretende llegar sobre una característica de los productos y del servicio de que se trata, a saber, la naturaleza ligera de los productos alimenticios y de los platos preparados y servidos por el servicio de restauración.

(véanse los apartados 33 a 36 y 39)