



COMUNICADO DE PRENSA n.º 49/26

Luxemburgo, 26 de marzo de 2026

Sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto C-412/24 | Fauré Le Page

Marroquinería de lujo: Puede considerarse engañosa para el público la inclusión en una marca de un número que evoca un legado histórico ficticio

La inclusión en una marca de un número que evoca un antiguo año de creación de la empresa y, por tanto, una prolongada tradición que, no obstante, no se corresponde con la realidad, puede inducir a los consumidores a error sobre la calidad y el prestigio de los productos

La sociedad francesa Fauré Le Page Paris, constituida en 2009, adquirió la marca «Fauré Le Page» y posteriormente registró marcas que incluían la mención «Fauré Le Page Paris 1717» para productos de marroquinería.

La sociedad Goyard ST-Honoré, que opera en el mismo sector, impugnó estas marcas ante los tribunales franceses. Según dicha sociedad, la mención «1717» sugiere erróneamente la existencia de una empresa fundada en el siglo XVIII y la transmisión de un antiguo saber hacer. Ahora bien, la empresa histórica Maison Fauré Le Page, especializada en la venta de armas y accesorios, cesó su actividad en 1992, y Fauré Le Page Paris no fue creada hasta 2009.

El Tribunal de Casación (Francia), que conoce del litigio, ha preguntado al Tribunal de Justicia si cabe considerar que una marca es engañosa a la luz del Derecho de la Unión cuando incluye un número que el público pertinente puede percibir como indicativo de un antiguo año de creación de la empresa y evoca de esta manera, debido a dicha antigüedad, un saber hacer de años, aun cuando dicho saber hacer no existe.

El Tribunal de Justicia declara que una marca puede constituir un engaño en el sentido del Derecho de la Unión cuando incluye un número que evoca un saber hacer de años que confiere una garantía de calidad y una imagen de prestigio a los productos para los que dicha marca está registrada, a pesar de que no existe un saber hacer de esa amplitud temporal.

El Tribunal de Justicia recuerda, a este respecto, que la disposición aplicable ¹ prohíbe las marcas «que puedan inducir al público a error» únicamente en los supuestos en los que la marca en cuestión puede inducir al público pertinente a error en relación con una característica de los productos o servicios que designa, como su naturaleza, su calidad o su origen geográfico. Añade, basándose en su jurisprudencia anterior, ² que, en el ámbito de los artículos de lujo, la calidad también puede resultar del aura y de la imagen de prestigio.

El Tribunal de Justicia precisa que corresponde al juez nacional apreciar concretamente, a la luz del conjunto de circunstancias del caso y de la percepción del público pertinente, si el número mencionado en las marcas en cuestión es percibido como un año que evoca un saber hacer de años, tras examinar estas marcas en su conjunto, teniendo en cuenta, en particular, la presencia, además del número 1717, del término «Paris», así como el mensaje que transmiten dichas marcas.

RECUERDE: La remisión prejudicial permite que los tribunales de los Estados miembros, en el contexto de un litigio del que estén conociendo, interroguen al Tribunal de Justicia acerca de la interpretación del Derecho de la Unión o sobre la

validez de un acto de la Unión. El Tribunal de Justicia no resuelve el litigio nacional, y es el tribunal nacional quien debe resolver el litigio de conformidad con la decisión del Tribunal de Justicia. Dicha decisión vincula igualmente a los demás tribunales nacionales que conozcan de un problema similar.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula al Tribunal de Justicia.

El [texto íntegro y, en su caso, el resumen](#) de la sentencia se publican en el sitio CURIA el día de su pronunciamiento.

Contactos con la prensa: Cristina López Roca ☎ (+352) 4303 3667.

¡Siga en contacto con nosotros!



¹ Artículo 3, apartado 1, letra g), de la [Directiva 2008/95/CE](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2008. Esta Directiva ya no está en vigor y ha sido sustituida por la [Directiva \(UE\) 2015/2436](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. Sin embargo, la Directiva 2008/95 sigue siendo aplicable *ratione temporis* al litigio sustanciado ante el Tribunal de Apelación de París (Francia) y el Tribunal de Casación.

² Véase la sentencia del Tribunal de Justicia de 23 de abril de 2009, Copad, [C-59/08](#) (véase también el [comunicado de prensa n.º 35/09](#)).