



TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS  
SODUD PRVNÍHO STUPNĚ EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ  
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS RET I FØRSTE INSTANS  
GERICHT ERSTER INSTANZ DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN  
EUROOPA ÜHENDUSTE ESIMESE ASTME KOHUS  
ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ  
COURT OF FIRST INSTANCE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES  
TRIBUNAL DE PREMIÈRE INSTANCE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES  
CÚIRT CHÉADCHÉIME NA GCOMHPHOBAL EORPACH  
TRIBUNALE DI PRIMO GRADO DELLE COMUNITÀ EUROPEE  
EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA

EUROPOS BENDRIŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS  
EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁGA  
İL-QORT TAL-PRIMĪSTANZA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ  
GERECHT VAN EERSTE AANLEG VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN  
SĄD PIERWSZEJ INSTANCIJ WSPÓLNOT EUROPEJSKICH  
TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS  
SÚD PRVÉHO STUPŇA EURÓPSKYCH SPOLOČENSTEV  
SODIŠČE PRVE STOPNJE EVROPSKIH SKUPNOSTI  
EUROOPAN YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN  
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS FÖRSTAINSTANSRÄTT

## Prensa e Información

### COMUNICADO DE PRENSA Nº 105/05

8 de diciembre de 2005

Sentencia del Tribunal de Primera Instancia en el asunto T-29/04

*Castellblanch, S.A. / Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) – Champagne Louis Roederer*

#### **EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA DESESTIMA EL RECURSO INTERPUESTO CONTRA LA RESOLUCIÓN DE LA OAMI POR LA QUE SE DENIEGA EL REGISTRO DE LA MARCA CRISTAL CASTELLBLANCH**

*Existe riesgo de confusión con la marca CRISTAL de la sociedad Champagne Louis Roederer SA.*

La sociedad Castellblanch, S.A., produce cava, equivalente español del champán. Dicha sociedad solicitó ante la OAMI que se registrase como marca comunitaria para vinos espumosos españoles, de tipo cava, un signo figurativo compuesto por la imagen de un castillo y las palabras «cristal» y «castellblanch», todo ello enmarcado por una línea de puntos que dibuja un óvalo. La palabra «castellblanch» está en negrita y con caracteres más grandes que la palabra «cristal».

La sociedad Champagne Louis Roederer SA formuló oposición contra el registro de la marca solicitada. La oposición se basaba en anteriores registros del signo denominativo CRISTAL en diversos Estados miembros.

La División de Oposición de la OAMI estimó la oposición basándose en la marca anterior francesa. En consecuencia, la marca CRISTAL CASTELLBLANCH no pudo registrarse. La Sala de Recurso desestimó el recurso interpuesto por Castellblanch, S.A., contra la resolución de la División de Oposición. Castellblanch, S.A., sometió entonces el asunto al Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas.

#### **El Tribunal de Primera Instancia desestima el recurso interpuesto por Castellblanch.**

En primer lugar, el Tribunal de Primera Instancia desestima las alegaciones de Castellblanch en cuanto a la utilización de la marca CRISTAL por parte de Champagne Louis Roederer SA en una forma que difiere de aquella bajo la que fue registrada. Señala que, en el caso de autos, se utilizan simultáneamente varios signos sin alterar el carácter distintivo del signo registrado. En efecto, la combinación de la palabra «cristal» con la denominación «Louis Roederer», las letras «lr» y ciertos elementos figurativos adicionales constituye una práctica comercial

corriente que no afecta a la función de identificación que desempeña la marca CRISTAL con respecto a los productos de que se trata.

Seguidamente, el Tribunal de Primera Instancia recuerda que existe riesgo de confusión entre dos signos cuando el público pueda creer que los correspondientes productos o servicios proceden de la misma empresa o, en su caso, de empresas vinculadas económicamente. El riesgo de confusión debe apreciarse globalmente, según la percepción del público pertinente, y teniendo en cuenta todos los factores del supuesto concreto que sean pertinentes, en particular, la similitud entre los signos y entre los productos o los servicios designados.

El Tribunal de Primera Instancia subraya que un sondeo efectuado en 1999 demuestra la notoriedad de la marca CRISTAL únicamente para una parte del público relevante, altamente especializado en la materia: los consumidores profesionales. Sin embargo, pese a que no pueda afirmarse la notoriedad o el renombre de la marca anterior para el conjunto del público pertinente –el consumidor francés medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz–, existe un riesgo de confusión entre las marcas en conflicto, dada la identidad o, cuando menos, la gran similitud entre los productos de que se trata y la similitud entre los signos correspondientes.

**Recordatorio: Contra las resoluciones del Tribunal de Primera Instancia podrá interponerse recurso de casación, limitado a las cuestiones de Derecho, ante el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en un plazo de dos meses desde su notificación.**

*Documento no oficial destinado a la prensa y que no vincula al*

*Tribunal de Primera Instancia.*

*Lenguas disponibles: ES, FR, EN, DE, PL*

*El texto íntegro de la sentencia se encuentra en el sitio de Internet del Tribunal de Justicia*

*<http://curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=es>*

*Generalmente puede consultarse a partir de las 12 horas CET del día de su pronunciamiento.*

*Si desea más información, diríjase a la Sra. Sanz Maroto*

*Tel: (00352) 4303 3667 Fax: (00352) 4303 2668*