

La importancia del concepto “marca renombrada”: el Barça pierde la batalla legal por la marca «kule»

El F.C. Barcelona no se podrá oponer a la existencia de la marca Kule, por no tener el término “Culé” como “marca renombrada”

El FC Barcelona en su día alegó ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea contra una empresa americana que registró a su favor la marca comunitaria “Kule” para designar joyería, calzado, maletas y ropa, declarando que existían varias marcas denominativas españolas anteriores y similares de la misma clase, así como el vocablo popular “Culé”, aunque no registrado, pero si notoriamente conocido en España.

La OPI de la Unión Europea, desestimó la argumentación del F.C. Barcelona. El Club recurrió al Tribunal General de la Unión Europea contra el registro de la marca Kule como marca comunitaria, por su parecido con el término Culé, utilizado para referirse al club y sus aficionados.

Ahora el TGUE ha desestimado este recurso del F.C. Barcelona, argumentando, entre otros aspectos, que el término Kulé no rivaliza con Culé, ya que son marcas que se utilizan para productos distintos.

Otro gallo hubiera cantado, si el término culé hubiera sido considerado como marca renombrada. En este caso disfrutaría de especial protección, no solo para usos declarados, sino que para cualquier otro, de forma que un tercero nunca se podría aprovechar.

...