



Roj: **SAP A 2356/2010** - ECLI: **ES:APA:2010:2356**

Id Cendoj: **03014370082010100297**

Órgano: **Audiencia Provincial**

Sede: **Alicante/Alacant**

Sección: **8**

Fecha: **09/07/2010**

Nº de Recurso: **218/2010**

Nº de Resolución: **304/2010**

Procedimiento: **CIVIL**

Ponente: **LUIS ANTONIO SOLER PASCUAL**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

AUDIENCIA PROVINCIAL DE ALICANTE

SECCION OCTAVA.

TRIBUNAL DE MARCA COMUNITARIA

ROLLO DE SALA Nº 218 (C-12) 10

PROCEDIMIENTO Juicio Ordinario 441/08

JUZGADO de Marca Comunitaria nº 1 Alicante

**SENTENCIA Nº 304/10**

Ilmos.

Presidente: D. Enrique García Chamón Cervera

Magistrado: D. Luis Antonio Soler Pascual

Magistrado: D. Francisco José Soriano Guzmán

En la ciudad de Alicante, a nueve julio del año dos mil diez

La Sección Octava de la Audiencia Provincial de Alicante, en funciones de Tribunal de Marca Comunitaria e integrada por los Ilmos. Sres. expresados al margen, ha visto los autos de Juicio Ordinario sobre violación de marca comunitaria, seguido en instancia ante el Juzgado de lo Mercantil nº 1 de Alicante, en funciones de Juzgado de Marca Comunitaria con el número 441/08, y de los que conoce en grado de apelación en virtud del recurso entablado tanto por la parte demandada, la mercantil New Lidesport S.L., representada en este Tribunal por el Procurador D. Perfecto Ochoa Poveda y dirigida por el Letrado D. Fidel Pérez Abad; como por la parte demandante integrada por las mercantiles Cointreau y CLS Remy Cointreau, representadas en este Tribunal por el Procurador D. Daniel J. Dabrowski Pernas y dirigidas por el Letrado D. Jorge Grau Mora. Cada parte ha presentado a su vez, escrito de oposición al recurso del contrario.

#### **ANTECEDENTES DE HECHO**

PRIMERO.- Por el Juzgado de Marca Comunitaria número uno de los de Alicante, en los referidos autos tramitados con el núm. 441/08, se dictó sentencia con fecha 4 de enero de 2010, cuya parte dispositiva es del tenor literal siguiente: "Que estimando la demanda interpuesta por Cointreau y CLS Remy Cointreau contra New Lidesport S.L. debo declarar y declaro: 1.- Que la comercialización por la demandada de un licor naranja con la botella con etiquetas reproducida en el apartado 6, es constitutiva de violación de las marcas de la actora. Y debo condenar y condeno a la demandada: 1.- A estar y pasar por la anterior declaración. 2.- A cesar en la realización de los actos citados en el apartado 1. 3.- A abstenerse en el futuro de realizar cualquier acto de comercio que suponga el empleo de la botella con etiquetas reproducida en el apartado 6. 4.- A retirar del tráfico económico las botellas de licor de naranja comercializados por la demandada con la presentación comercial reproducida en el apartado 6 así como los catálogos y demás elementos publicitarios en los que



aquéllas aparezcan. 5.- A destruir las botellas del licor naranja con la presentación reproducida en el apartado 6, en defecto de supresión u ocultamiento de la etiqueta con la que se presenta con cualquier medio irreversible con arreglo a los términos del apartado 41. 6.- A indemnizar a la actora en la suma de 9.558,27 . Esta suma deberá incrementarse con la que se devengue desde el 30/6/2009 hasta la cesación de la conducta infractora con arreglo a los parámetros fijados en apartado 47. Las costas procesales se imponen a la demandada."

SEGUNDO.- Contra dicha Sentencia se preparó recurso de apelación por la parte arriba referenciada; y tras tenerlo por preparado, presentaron el escrito de interposición del recurso, del que se dio traslado, presentándose los correspondientes escritos de oposición. Seguidamente, tras emplazar a las partes, se elevaron los autos a este Tribunal con fecha 23 de abril de 2010 donde fue formado el Rollo número 218/C-12/10, en el que se señaló para la deliberación, votación y fallo el día 6 de julio de 2007, en el que tuvo lugar.

TERCERO.- En la tramitación de esta instancia, en el presente proceso, se han observado las normas y formalidades legales.

VISTO, siendo Ponente el Ilmo Sr. D. Luis Antonio Soler Pascual.

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Se ha sentenciado en la instancia que en el conflicto planteado por las mercantiles francesas, Cointreau y CLS Remy Cointreau, productores del conocido licor de naranja del mismo nombre, y la mercantil New Lidesport S.L., que comercializa otro licor de naranja denominado Porthos, hay infracción por parte de la mercantil demandada, en atención a la forma de comercialización de su licor, de las marcas cuya exclusividad defienden las entidades francesas, marcas comunitarias en número de cinco, relativas tanto a etiquetas - nº 633305 y 917242- y recipientes o botellas -697656- como al conjunto formado por ambos -nº 695130 y 4021986-, así como una marca internacional de naturaleza tridimensional -botella-, todas registradas para bebidas alcohólicas -excepto cervezas-.

Reproducimos las imágenes registradas por las actoras que se corresponden -filas etiquetas y botellas- de izquierda a derecha, con las marcas comunitarias, situando debajo la marca internacional número:

La decisión de la instancia se ha sustentado, no en la existencia de confusión marcaria -art 9-1-b) RMC -, que es expresamente rechazada, sino en la infracción de marca notoria -art 9-1-c) RMC - sobre la base de que, aun no habiendo confusión marcaria, sí hay vínculo entre las marcas de la actora y el envase en su conjunto, empleado por la demandada en la comercialización de su licor en virtud del cual el público relevante relaciona ambos productos, vínculo a través del cual la demandada está acometiendo un aprovechamiento ilícito de la notoriedad de las marcas Cointreau que facilita la comercialización de su producto sin esfuerzo previo o, en términos también doctrinales, aprovechando parasitariamente, el esfuerzo ajeno.

A esta conclusión hace oposición la mercantil demandada en su escrito de formalización de la apelación donde, básicamente, lo que plantea es, primero, que existe contradicción entre el juicio de confundibilidad que se realiza en la Sentencia para desestimar confusión, y la apreciación de vínculo entre la marca de las actoras y de la demandada; en segundo lugar, incongruencia omisiva al formar su juicio el Juez a quo obviando que el alegato defensivo planteado no venía referido exclusivamente al formato estandarizado de la botella sino a la presentación del producto en general; y, finalmente (al margen de la impugnación subsidiaria sobre la declaración de costas procesales), impugna la Sentencia por indebida aplicación de los art. 8-5 y 9-1-c) RCM y 40 a 45 LM. Lo que viene el recurrente a resaltar en su argumentación, es lo común existente en comercialización de los licores de naranja, y por tanto, lo generalizado en su uso, de los elementos más propios o destacados de los signos de los actores -etiquetas, banderolas y botella-, señalándose sobre tal base, los elementos diferenciadores para, primero, destacar la relevancia -y disimilitud absoluta- del elemento denominativo -Cointreau frente a Porthos- frente a los otros elementos de los signos en cuestión, negándose a continuación la relevancia necesaria a la identidades gráficas y tridimensionales sobre aquél elemento dado su carácter general, incluso estandarizado que la botella en concreto tiene en relación a este tipo de licores, oponiéndose a la postre a la extensión que a su entender otorga la Sentencia criticada al término similar contenido en el artículo 9-1-c) RMC al conferir capacidad evocatoria a elementos que la propia sentencia califica de genéricos, contradiciendo en ello la doctrina jurisprudencial que expone.

SEGUNDO.- Cuatro factores, que no están en discusión, han de destacarse de modo principal para la decisión del planteamiento descrito por el recurrente. En primer lugar el hecho de que el público relevante sea el consumidor medio o normal del que, por tanto, como bien señala la Sentencia criticada, no quepa predicar un grado especial o elevado de atención en relación a los licores de naranja. En segundo lugar, el que exista, en lo que hace a la denominada identidad aplicativa, absoluta identidad, ya que en ambos casos, el producto es licor de naranja. En tercer lugar, el que Cointreau sea una marca notoria en el sector de los licores. Y por último, que



sea posición fijada jurisprudencialmente por el Tribunal Europeo -STJCE, Asunto C-408/01, Adidas, Cdo. 31 - que "...la protección que confiere el artículo 5, apartado 2, de la Directiva no está supeditada a que se constate un grado de similitud tal entre el signo y la marca de renombre que exista, para el público pertinente, un riesgo de confusión entre ambos. Basta que el grado de similitud entre el signo y la marca de renombre tenga como efecto que el público pertinente establezca un vínculo entre el signo y la marca...", de donde se desprende que el concepto "grado de similitud entre signos" a los efectos de marcas notorias, es otro que a efectos de determinar el riesgo de confusión, en modo tal que para que exista similitud a efectos de la protección de marcas notorias -o renombradas- basta un mero vínculo.

Es por eso que en el caso, dado que no se cuestiona en este Tribunal, resulta ajena la cuestión de la falta de riesgo de confusión en su sentido jurídico para, en su caso, afirmar que existe vínculo entre el signo y la marca notoria -Cointreau-. Por tanto, no hay contradicción interna en la sentencia. Otra cosa es la valoración que merezcan las disimilitudes que determinan la falta de riesgo de confusión para la apreciación de la falta de vínculo.

En este sentido, debe tenerse en consideración el elevado carácter distintivo de Cointreau - factor destacado en la STJCE, Asunto C-252/07, Intel-CPM- que hace que sea más probable que, ante una marca posterior idéntica o similar, el público pertinente evoque la marca anterior y en el caso, lo que entendemos innegable es que la similitud global es evidente. Difícilmente, sin el elemento denominativo, habría distintividad -de hecho, habría confusión-, pero a los efectos del vínculo requerido, es suficiente tanto más cuando el test de apreciación global de los signos en conflicto no puede hacerse poniendo un signo junto al otro -side by side comparision- sino viéndolas sucesivamente y preguntándose si la impresión general producida por la presentación del producto Porthos es similar a la que se recuerda de Cointreau pues, partiendo de que el público relevante es el consumidor medio, lo que entendemos es que impresión general que recibe de los signos es la que resulta de la combinación de todos los elementos que componen el producto tal cual se le presenta, olvidando desde luego los elementos accesorios y en el caso, el conjunto de signos que se articula en la concreta comercialización de Cointreau, está asociado de forma fuerte, potente e intenso a tal marca y producto, produciéndose una sólida asociación entre marca y producto en modo tal que, habiendo en el conjunto de la presentación del producto similitud, aunque no haya riesgo de confusión, el hecho de que el envase esté estandarizado -cuestión que trataremos además con ocasión del estudio del recurso de los actores-, incluso normalmente utilizado por terceros competidores en este sector, en el comercio, en absoluto limita o elimina la evocación entre la presentación de Porthos y la de Cointreau, sin perjuicio que ello pudiera derivar también en relación a otros terceros.

Tampoco hay incongruencia omisiva, pues tal imputación se hace desde una valoración o interpretación subjetiva de la parte recurrente ya que el Juez establece la existencia de vínculo tomando en consideración a las circunstancias concurrentes en su totalidad y en especial, sus similitudes o semejanzas antes desglosada...; la identidad absoluta de los productos marcados - apartado 37 Sentencia-, concluyendo cuando analiza la existencia de aprovechamiento indebido que este se produce, no por la oferta de licor de naranja en botella de base cuadrada y bordes biselados, sino por hacerlo de la manera que lo hace, con quasiidéntico tipo de recipiente, con una etiqueta que se asemeja de manera evidente a la de la actora...con igual colocación e inclinación, hay riesgo fundado de que la imagen que proyectan las marcas Cointreau...se transfiera al producto de la demandada -apartado 39 Sentencia. Evidencian tales apartados que el Juez ha construido su valoración sobre el total de la presentación, de la imagen que proyectan las marcas y no solo a partir de lo limitado de la similitud entre envases.

En conclusión, y como bien expone la resolución impugnada, no son los elementos genéricos ni son los elementos diferenciadores ni los comunes, los que determinan la existencia del vínculo posible entre marca y tercero. Es el conjunto -STPI, Asunto T-215/03, VIPS- el que, utilizando tanto elementos generales y sobre ellos, los evocadores de un signo notorio, llevan a la conclusión de que el público pertinente puede establecer la relación entre ambos que es, precisamente lo pretendido con el uso de tal forma de comercialización del producto pues ninguna norma que conozca este Tribunal impone en el sector del licor de naranja, el uso de tan concretos elementos y en con tal diseño de combinación que es la propia de Cointreau, elementos que combinados en tal forma produce, en su apreciación global, la similitud de que se trata que si bien no es confusoria, sí es desde luego asociativa. Entendemos que ello se produce a la vista de ambos productos que nos permitimos reproducir para asentar con su imagen lo que el Tribunal trata de exponer:

En suma sí, como dice la STPI VIPS -asunto t-251/03- "...las vulneraciones a las que se refiere esta disposición, cuando se producen, son consecuencia de un determinado grado de similitud entre la marca solicitada y la marca anterior, en virtud del cual el público interesado relaciona ésta con aquélla, es decir, establece un vínculo entre ambas (sentencia SPA FINDERS, citada en el apartado 34 supra, apartado 41). La existencia de este vínculo debe apreciarse globalmente, teniendo en cuenta la totalidad de los factores pertinentes en cada caso



(véase, por analogía, la sentencia Adidas Salomon y Adidas Benelux, citada en el apartado 32 supra, apartados 29 y 30). A este respecto, cuanto mayores sean el carácter distintivo y la notoriedad de la marca anterior, más fácilmente podrá admitirse la existencia de un perjuicio (véase, por analogía, la sentencia del Tribunal de Justicia de 14 de septiembre de 1999, General Motors, C 375/97, Rec. p. I 5421, apartado 30)...", en el caso, las razones expuestas, que no son sino confirmatorias de las descriptivas de la instancia, nos llevan a amparar el signo de la actora en el marco del artículo 9-1-c) RMC y, por tanto, a la desestimación del motivo de apelación.

TERCERO.- Recurso de Cointreau y CLS Remy Cointreau.-

Limita la actora el recurso de apelación contra la resolución de la instancia a dos de sus pronunciamientos, a saber, frente a la estimación, que califica la actora de condicional, de la acción de destrucción y, en segundo lugar, del pronunciamiento económico en la determinación de la cuantía de daños y perjuicios.

Comenzando por el primero, lo que critica la actora es que el Juzgador haya dispuesto que la destrucción de las botellas infractoras de sus derechos de exclusiva quede subordinada a una decisión previa de la actora que pase por la posibilidad de la supresión u ocultamiento de la etiqueta de manera irreversible como medio para evitar aquella destrucción. Argumenta que en tal decisión hay por parte del Juzgador, descoordinación con el fundamento de la infracción que aprecia y, en segundo lugar, contradicción con el pronunciamiento sobre la existencia de infracción de las marcas de la actora.

El recurso se desestima.

A pesar del esfuerzo argumental del recurrente señalando, en cuanto a la descoordinación entre apreciación de infracción y decisión de no destrucción prima facie del embase o botella, es lo cierto que en la Sentencia de instancia lo que se afirma - apartado 39- es que, al estar el envase generalizado al margen de los aditamentos que se contienen en los registros cuya protección se insta por la actora, la existencia del vínculo -y aprovechamiento de la notoriedad de Cointreau- del que dimana la infracción que se aprecia por la repetida notoriedad -art 9-1-c) RMC -, no impide que el demandado no pueda ofertar su licor de naranja en una botella de base cuadrada y bordes biselados, pues la infracción dimana, no del uso de tal envase sino de la forma en que hace la presentación y por tanto, de la confluencia de ese tipo de recipiente -que es cierto que se califica de cuasi idéntico-, junto a una etiqueta semejante a la de la actora, y a los otros elementos que describe en el apartado 39 -al que nos remitimos-. Por tanto, no solo no hay esa falta de consonancia sino desde luego, tampoco contradicción con el reconocimiento de la infracción marcaria ya que cuando se formula valoración de la incidencia del envase en la protección que merecen los registros de las actoras, no se prescinde del reconocimiento de los derechos de exclusiva del actor, como no podía ser de otra manera, sino que se efectúa valoración ceñida de forma estricta al contenido del registro, tanto más relevante cuando, como es el caso, el componente tridimensional primordial del signo, esto es, la forma general de la botella -sobre base cuadrada-, los biselados -en los bordes- y el color -pardo-, es, a la vista de la documental aportada y tomando en consideración la propia experiencia práctica que este Tribunal tiene -criterio reconocido expresamente en la jurisprudencia el Tribunal de Justicia (STPI 15 de marzo de 2006, Asunto T-129/2004)- y desde luego el criterio contenido en la STS de 21 de mayo de 2008, un diseño que corresponde simplemente a una de las formas genéricas de las botellas cuando, por lo señalado, sin que lo imputemos desde luego a conducta permisiva alguna de los actores, ha quedado debidamente acreditado que dicha forma está usada con frecuencia en el mercado para embotellar licores. Por tanto, si el envase responde a una forma básica y el público relevante es el consumidor medio, del que no cabe predicar un especial grado de atención, la conclusión que se alcanza es que el consumidor al que se dirige el signo tridimensional de la actora, la percibe en principio como una forma de botella de las que de ordinario se utilizan para contener licores y por tanto, de escasa importancia para que el público pertinente pueda memorizar la forma como signo de origen empresarial todo lo cual se traduce, desde un punto de vista marcario, en la debilidad del signo tridimensional, lo que hace de los otros aditamentos que componen los signos tridimensionales registrados, tal cual aparecen, no de elementos meramente decorativos sino de auténticos índices identificadores del signo, elementos en suma precisos para la protección. Y siendo así, la proyección de la protección del signo es necesariamente menor, y ello con referencia no solo en lo que hace a la protección no solo de las marcas tridimensionales comunitarias, donde son evidentes las diferencias entre el envase utilizado por el demandado y el protegido por los actores, sino también respecto de la marca internacional de éstas. En efecto, entendemos que no cabe extender la protección al margen de aquello que constituye el conjunto determinante del vínculo del que dimana la infracción porque no hay similitud a los efectos de confusión -cuestión fuera de objeto de este recurso-, sino tampoco -y nos referimos en exclusiva, al signo que compone la marca internacional defendida- a los efectos de protección vía notoriedad ya que, primero, la imagen del registro es más que la forma regular del envase, pues también se integra, mostrado sobre una de las dos caras visibles, con un elemento a modo de lazo o corbata -si se nos admite el símil para una mejor comprensión de la idea que se pretende transmitir- en el que el nudo se ubica justo debajo del cuello, sobre el pecho de la botella, recayendo el adorno resultante del nudo, en forma de pequeño rectángulo





sobresaliente, sobre la parte superior de la cara, a lo que debe añadirse en segundo lugar, que en el registro no se reivindica color alguno, con lo que, solo fuera acudiendo a la doctrina del imperativo de disponibilidad, no cabe una protección extendida a partir de un registro -que como bien señala el apelante, no está cuestionado por excepción o acción alguna- que supondría al margen de las diferencias esenciales, amparar una forma general, una forma de envase de vidrio, cualquiera que fuera el color, que debe estar claramente, por ser habitual, en el comercio.

Siendo así, la reacción judicial que se critica se torna absolutamente razonable porque, cuando condena a la eliminación de aquellos elementos que son los determinantes del vínculo infractor, con exclusión del recipiente que no lo es, dejando la destrucción de éste solo para el caso que constituya el vehículo imprescindible para lograr aquél fin, da respuesta proporcionada y ecuánime, además de legal, a la solución más extrema para poner fin al efecto que deriva de la infracción de signos, ya que el artículo 41-1-d) de la Ley de Marcas relega la destrucción, como forma de remoción de efectos, a solo a aquellos casos en lo que no sea factible la eliminación selectiva, que es precisamente, lo acordado por el Juez y que este Tribunal confirma en todos sus extremos.

CUARTO.- En cuanto a la impugnación relativa a la indemnización, el criterio que discuten los actores es el de que se haya acordado como cuantía, la resultante del criterio derivado del número de botellas vendidas por la demandada hasta el día 30 de junio de 2009 y no, sin embargo, conforme al criterio basado en el número de litros vendidos por la misma demandada atendido el hecho de que Cointrau se comercializa en envases de 0,70 litros y la demandada sin embargo, en botellas de litro lo que justificaría -en este único argumento de los actores- que el número de botellas que habría comercializado los actores habría sido mayor que el número de las ventas por ésta, todo lo cual elevaría la cuantía a la indemnización hasta los 13.654,67 euros.

El motivo se desestima.

La comercialización se dirige a la venta del producto. Y el producto no se vende a granel sino embotellado, lo que determina que la proyección del criterio relativo al beneficio que hubiera podido obtener Cointreau de no haberse llevado a cabo la infracción marcaría, tenga que efectuarse en atención al número de botellas y no del volumen del producto, confirmándose por tanto, el criterio de la instancia.

CUARTO.- Finalmente, y en cuanto a las costas de esta alzada, habiéndose desestimado el recurso de apelación tanto de la parte apelante-demandada como demandantes, no cabe efectuar sino expresa imposición de las costas a cada una de las partes apelantes conforme lo prevenido en los artículos 398 y 394 de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Respecto de las costas de la instancia, la demandada-apelante impugna la declaración de la Sentencia recurrida, haciéndole expresa imposición de las mismas, sirviéndose del argumento que tal imposición se hace sin que la demanda se haya estimado en su integridad, ni tan siquiera en su pedimento subsidiario ya que, de un lado, no se estima la solicitud de destrucción de las botellas ni la petición acumulada de indemnización.

El motivo se desestima.

La estimación de la demanda ha sido cuando menos, substancial. No es cierto que no se haya acordado la destrucción de las botellas sino que tal pretensión se ha condicionado. No hay por tanto desestimación propiamente dicha, ya que no se excluye que en ejecución tenga lugar la destrucción solicitada de no cumplirse la condición impuesta a la demandada que está vinculada de forma directa a la infracción de la que aquella trae causa. En cuanto al tema indemnizatorio, es cierto que se ha especificado que no cabe acumulación sino selección de criterios, asumiéndose finalmente por la resolución, uno de los planteados por el actor. No hay por tanto, tampoco en este caso, desestimación sino limitación jurídica al derecho indemnizatorio que se reconoce y además, conforme al criterio seleccionado por las actoras. Cuando menos se trata de una estimación substancial y en este sentido, procede mantener el pronunciamiento de la instancia de imposición de costas al demandado.

QUINTO.- Habiéndose desestimado los recursos de apelación, se produce la pérdida para los recurrentes del depósito efectuado para recurrir -Disposición Adicional Décimoquinta nº 9 LOPJ-, a los que, en consecuencia, se le dará el destino previsto en dicha disposición.

Vistos los artículos citados y demás de general y pertinente aplicación, en nombre del Rey y por la autoridad conferida por el Pueblo Español.

## FALLAMOS

Que desestimando el recurso de apelación entablado tanto por la parte demandada, la mercantil New Lidesport S.L., representada en este Tribunal por el Procurador D. Perfecto Ochoa Poveda; como por la parte



demandante integrada por las mercantiles Cointreau y CLS Remy Cointreau, representadas en este Tribunal por el Procurador D. Daniel J. Dabrowski Pernas, contra la Sentencia dictada por el Juzgado de Marca Comunitaria número uno de los de Alicante de fecha 4 de enero de 2010, debemos confirmar y confirmamos dicha resolución; y con expresa imposición de las costas de esta alzada a cada una de las partes apelantes.

Se declara la pérdida del depósito efectuado por los apelantes para recurrir, al que se le dará el destino previsto en la Disposición Adicional Décimoquinta nº 9 LOPJ-.

Esta Sentencia no es firme en derecho y, consecuentemente, cabe en su caso interponer contra la misma, conforme a lo dispuesto en los artículos 468 y siguientes, y 477 y siguientes de la Ley de Enjuiciamiento Civil, recurso extraordinario por infracción procesal y/o recurso de casación, recursos que deberán prepararse dentro de los cinco días siguientes a la notificación de esta resolución previa constitución de depósito para recurrir por importe de 50 euros por recurso que se ingresará en la Cuenta de Consignaciones de esta Sección 8ª abierta en la entidad Banesto, indicando en el campo "Concepto" del documento resguardo de ingreso, que es un "Recurso", advirtiéndose que sin la acreditación de constitución del depósito indicado no será admitido (LO 1/2009, de 3 noviembre) el recurso.

Notifíquese esta Sentencia en forma legal y, en su momento, devuélvanse los autos originales al Juzgado de procedencia, de los que se servirá acusar recibo, acompañados de certificación literal de la presente resolución a los oportunos efectos de ejecución de lo acordado, uniéndose otra al Rollo de apelación.

Así, por esta nuestra Sentencia definitiva que, fallando en grado de apelación, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.

PUBLICACIÓN.- En el mismo día ha sido leída y publicada la anterior resolución por el Ilmo. Sr. Ponente que la suscribe, hallándose el Tribunal de Marca Comunitaria celebrando Audiencia Pública. Doy fe.-