

La comparación entre marcas requiere el análisis de sus signos constitutivos pero también del ámbito aplicativo al que están destinadas

El Tribunal Supremo ha dictado Sentencia de fecha 9 de mayo de 2016 por la cual ha visto el recurso extraordinario por infracción procesal y el recurso de casación interpuesto contra la Sentencia de la Audiencia Provincial de Vizcaya que consideraba que la marca de “ASOCIACIÓN DE AYUDA EN CARRETERA DYA” y la demandada “DYA DEDICACIÓN Y ATENCIÓN” no eran ni idénticas ni semejantes, sin que existiera riesgo alguno de confusión.

Al respecto, el Tribunal Supremo establece que para evaluar la semejanza entre marcas ha de hacerse la comparación en un triple plano: gráfico, fonético y conceptual. Y recuerda la jurisprudencia al respecto dominante sobre la preponderancia del elemento denominativo, que en este caso, coincide en la palabra DYA.

Asimismo, señala el alto tribunal, es fundamental también realizar una comparación entre los productos y servicios para los que se utilizan las marcas en conflicto. Y recuerda que “Conforme al artículo 6.1 b) LM , tal y como hace el artículo 4.1 b) de la Directiva 89/104/CEE , la comparación entre dos marcas requiere el análisis de los dos elementos que las conforman, es decir, sus signos constitutivos y el ámbito aplicativo al que están destinadas. El principio de especialidad impone, de esta manera, que el titular de una marca dispone de un ius prohibendi en relación con productos o servicios idénticos o similares a los registrados”

Y, continúa “resulta claro para este Tribunal q ...