

Edición provisional

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Séptima)

de 12 de diciembre de 2019 (*)

«Marca de la Unión Europea — Solicitud de marca figurativa de la Unión CANNABIS STORE AMSTERDAM — Motivo de denegación absoluto — Marca contraria al orden público — Artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento (UE) 2017/1001 — Artículo 7, apartado 2, del Reglamento 2017/1001»

En el asunto T-683/18,

Santa Conte, con domicilio en Nápoles (Italia), representada por los Sres. C. Demichelis, E. Ortaglio y G. Iorio Fiorelli, abogados,

parte recurrente,

contra

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), representada por el Sr. L. Rampini, en calidad de agente,

parte recurrida,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Segunda Sala de Recurso de la EUIPO de 31 de agosto de 2018 (asunto R 2181/2017-2) relativa a una solicitud de registro del signo figurativo CANNABIS STORE AMSTERDAM como marca de la Unión,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Séptima),

integrado por las Sras. V. Tomljenović, Presidenta, A. Marcoulli y el Sr. A. Kornezov (Ponente), Jueces;

Secretario: Sr. J. Palacio González, administrador principal;

habiendo considerado el escrito de recurso presentado en la Secretaría del Tribunal General el 20 de noviembre de 2018;

habiendo considerado el escrito de contestación presentado en la Secretaría del Tribunal General el 12 de febrero de 2019;

celebrada la vista el 24 de septiembre de 2019;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

- 1 El 19 de diciembre de 2016, la recurrente, Santa Conte, presentó una solicitud de registro de marca de la Unión ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), en virtud del Reglamento (CE) n.º 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca de la Unión Europea (DO 2009, L 78, p. 1), en su versión modificada [sustituido por el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (DO 2017, L 154, p. 1)].
- 2 La marca cuyo registro se solicitó es el siguiente signo figurativo:
- 3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro pertenecen a las clases 30, 32 y 43 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, de 15 de junio de 1957, en su versión revisada y modificada, y responden, para cada una de las clases, a la siguiente descripción:
 - clase 30: «Productos de panadería, pastelería, chocolates y postres; Sales, aliños, aderezos y condimentos; Hielo, helados, yogures helados y sorbetes; Pasteles salados»;
 - clase 32: «Bebidas no alcohólicas; Cervezas y sus derivados; Preparados para la elaboración de bebidas»;
 - clase 43: «Servicios de restauración [alimentación]».
- 4 Mediante resolución de 7 de septiembre de 2017, el examinador denegó la solicitud de registro sobre la base del artículo 7, apartado 1, letras b) y c), y del artículo 7, apartado 2, del Reglamento n.º 207/2009 [actualmente artículo 7, apartado 1, letras b) y c), y artículo 7, apartado 2, del Reglamento 2017/1001].
- 5 El 9 de octubre de 2017, la recurrente interpuso ante la EUIPO un recurso contra la resolución del examinador al amparo de los artículos 66 a 68 del Reglamento 2017/1001.
- 6 Tras explicar, en respuesta a las observaciones de la recurrente, que las Salas de Recurso podían invocar un motivo de denegación absoluto no invocado en la resolución del examinador, sin perjuicio del respeto del derecho de defensa, la Sala de Recurso, mediante resolución de 31 de agosto de 2018 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), desestimó el recurso sobre la base del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, por considerar que el signo a que se refiere la solicitud de registro de la marca era contrario al orden público.

Pretensiones de las partes

- 7 La recurrente solicita al Tribunal General que:
 - Anule la resolución impugnada.
 - Condene en costas a EUIPO, incluidas las generadas en el procedimiento administrativo.
- 8 La EUIPO solicita al Tribunal General que:

- Desestime el recurso.
- Condene en costas a la recurrente.

Fundamentos de Derecho

- 9 En apoyo de su recurso, la recurrente plantea dos motivos, basados, el primero, en la infracción del artículo 71, apartado 1, en relación con el artículo 95, apartado 1, del Reglamento 2017/1001, y el segundo, en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra f), y del artículo 7, apartado 2, de dicho Reglamento.

Sobre el primer motivo, basado en la infracción de las disposiciones del artículo 71, apartado 1, en relación con el artículo 95, apartado 1, del Reglamento 2017/1001

- 10 Según la recurrente, de la jurisprudencia se desprende que, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 71, apartado 1, y en el artículo 95, apartado 1, primera frase, del Reglamento 2017/1001, en el marco de un procedimiento de registro de una marca de la Unión, la EUIPO está obligada a identificar de oficio los hechos pertinentes para el procedimiento, entre los que figura la apreciación del significado del signo cuyo registro se solicita como marca y su comprensión por el público pertinente. Pues bien, esta obligación, que, en su opinión, es expresión del deber de diligencia que se deriva de la disposición en cuestión, fue incumplida por la Sala de Recurso.
- 11 La EUIPO rechaza las alegaciones de la recurrente.
- 12 Debe recordarse, con carácter preliminar, que, de conformidad con el artículo 71, apartado 1, del Reglamento 2017/1001, examinado el fondo del recurso contra la resolución de una de las instancias a que se refiere el artículo 66, apartado 1, del Reglamento 2017/1001, la Sala de Recurso «podrá, o bien ejercer las competencias de la instancia que dictó la resolución impugnada, o bien devolver el asunto a dicha instancia para que le dé cumplimiento». Con arreglo al artículo 95, apartado 1, del Reglamento 2017/1001, en el curso del procedimiento, la EUIPO procederá al examen de oficio de los hechos.
- 13 Como señala acertadamente la recurrente, de la jurisprudencia se desprende, en primer lugar, que el significado del signo cuyo registro se solicita y su comprensión por el público de la Unión Europea forman parte necesariamente de los hechos que deben ser examinados de oficio por la EUIPO [sentencia de 25 de septiembre de 2018, Medisana/EUIPO (happy life), T-457/17, no publicada, EU:T:2018:599, apartado 11] y, en segundo lugar, que el artículo 95, apartado 1, del Reglamento 2017/1001 es expresión del deber de diligencia, según el cual la institución competente está obligada a examinar minuciosa e imparcialmente todos los elementos de hecho y de Derecho relevantes del asunto de que se trate [véase la sentencia de 25 de enero de 2018, SilverTours/EUIPO (billiger-mietwagen.de), T-866/16, no publicada, EU:T:2018:32, apartado 15 y jurisprudencia citada]. En la medida en que, en tercer lugar, la recurrente alega que no se tomaron en consideración hechos notorios, es preciso señalar, por una parte, que el recurrente tiene derecho a presentar ante el Tribunal documentos para fundamentar o bien para rebatir ante dicho Tribunal la exactitud de un hecho notorio [véase la sentencia de 15 de enero de 2013, Gigabyte Technology/OAMI — Haskins (Gigabyte), T-451/11, no publicada, EU:T:2013:13, apartado 22 y jurisprudencia citada] y, por otra parte, que los hechos notorios son hechos que cualquier persona

puede conocer o que se pueden averiguar por medio de fuentes generalmente accesibles [véase la sentencia de 10 de febrero de 2015, Boehringer Ingelheim International/OAMI — Lehning entreprise (ANGIPAX), T-368/13, no publicada, EU:T:2015:81, apartado 89 y jurisprudencia citada].

- 14 Las alegaciones de la recurrente deben examinarse a la luz de estos principios.
- 15 En primer lugar, según la recurrente, la apreciación de la Sala de Recurso y en particular la contenida en el apartado 29 de la resolución impugnada, adolece de un error en la medida en que consideró que el signo cuyo registro se solicitó hacía referencia al «símbolo de la hoja de **marihuana**» y que dicho símbolo aludía al producto psicotrópico. Sin embargo, en su opinión, es notorio que la **marihuana** no es una planta, sino una sustancia psicotrópica que se obtiene no de las hojas del cannabis, sino de las inflorescencias desecadas de las flores femeninas de cannabis. Además, según la recurrente, el principio activo tetrahidrocannabinol (en lo sucesivo denominado «THC») es solo uno de los 113 cannabinoides presentes en las inflorescencias de las flores femeninas de la planta *Cannabis sativa*. Sin embargo, en opinión de la recurrente, la EUIPO no dio importancia al hecho de que los efectos psicotrópicos derivados del THC solo dependieran de la cantidad porcentual de este principio activo en las flores de *Cannabis sativa* y no del contenido de las hojas de esta planta, representadas en el signo solicitado. Por lo tanto, en su opinión, se trata de hechos notorios que la Sala de Recurso no tuvo en cuenta, infringiendo así el artículo 95, apartado 1, primera frase, y el artículo 71, apartado 1, del Reglamento 2017/1001.
- 16 A este respecto, debe señalarse que es cierto que la resolución impugnada incluye, en los apartados 28 y 29, la expresión «hoja de **marihuana**». Esta expresión es imprecisa, como reconoció la EUIPO en el escrito de contestación, ya que la **marihuana** no es, en sentido estricto, una especie vegetal y, por lo tanto, no puede tener hojas, sino que se refiere en realidad a una sustancia psicotrópica extraída de las inflorescencias desecadas de las plantas femeninas de cannabis.
- 17 No obstante, la resolución impugnada debe leerse en su conjunto. A este respecto, es importante señalar que, en su apartado 27, la Sala de Recurso señaló que el signo controvertido contenía «la representación de diez hojas de cannabis» y que «la forma particular de esta hoja se utiliza[ba] a menudo como símbolo mediático de la **marihuana**, entendida como la sustancia psicotrópica que se obtiene de las inflorescencias desecadas de plantas femeninas de cannabis». Por otra parte, la recurrente no impugna como tal la conclusión de la Sala de Recurso de que la «forma particular de [la] hoja [de cannabis] se utiliza a menudo como símbolo mediático de la **marihuana**». Por consiguiente, a la vista de la explicación detallada y rigurosa que figura en el apartado 27 de la resolución impugnada, la inexactitud señalada por la recurrente no supone que la Sala de Recurso incumpliera su obligación de examinar de oficio los hechos y, en particular, el significado del signo cuyo registro se solicita, de modo que dicha inexactitud resulta irrelevante respecto a la legalidad de dicha resolución.
- 18 En segundo lugar, según la recurrente, al no tener en cuenta la Sala de Recurso otro hecho notorio, a saber, que es el contenido de THC el que determina la naturaleza psicotrópica o no de los productos que contienen cannabis y que la **marihuana** se extrae de las flores del cannabis y no de las hojas, su razonamiento quedó viciado de parcialidad.
- 19 Sin embargo, esta alegación debe tenerse por no hecha, ya que la Sala de Recurso dejó claro en el apartado 21 de la resolución impugnada que solo a partir

de un determinado contenido de THC, a saber, el 0,2 %, el cannabis se convertía en sustancia ilegal en muchos países de la UE y, en el apartado 23 de dicha resolución, que la sustancia se derivaba de las flores femeninas del cannabis. Por consiguiente, la Sala de Recurso ha separado claramente el cannabis con efectos psicotrópicos del cannabis sin efectos psicotrópicos, en función precisamente del contenido de THC. Por consiguiente, si existe un hecho notorio, la Sala de Recurso lo señaló expresamente.

- 20 En tercer lugar, la recurrente alega que la Sala de Recurso realizó una apreciación, en particular en los apartados 29 y 30 de la resolución impugnada, que no puede calificarse de imparcial, al limitarse a mantener su propia comprensión del elemento denominativo «cannabis» y asociarlo, por una parte, a una percepción errónea de la representación de las hojas reproducidas en el signo a que se refiere la solicitud de marca como si se tratara de hojas de una planta inexistente, a saber, la **marihuana**, y, por otra parte, a la indicación geográfica «Amsterdam».
- 21 A este respecto, es importante señalar que, como señaló acertadamente la EUIPO en su escrito de contestación, el criterio determinante para examinar si un signo es contrario al orden público es la percepción que el público pertinente tendrá de la marca, que puede basarse en definiciones imprecisas desde un punto de vista científico o técnico, lo que implica que lo importante es la percepción concreta y actual del signo, con independencia de si la información de que dispone el consumidor es exhaustiva. Así pues, aunque esto no responda, o responda solo en parte, a la verdad científica, el hecho de que la representación de la hoja de cannabis se asocie, en el ánimo del público pertinente, a la sustancia psicotrópica corresponde perfectamente con lo que la Sala de Recurso debe buscar en tal caso, es decir, la percepción de dicho público. Pues bien, esto es precisamente lo que hizo la Sala de Recurso, como recordó la EUIPO tanto en el escrito de contestación como en la vista, señalando que «la particular forma de la hoja de cannabis[era] utilizada a menudo como símbolo mediático de la **marihuana**». Se trata, claramente, no de un hecho científico, sino de la percepción del público pertinente, en cuyo ánimo esa hoja se ha convertido en un «símbolo mediático» de la **marihuana**. Por lo tanto, esta apreciación no es en absoluto parcial.
- 22 En cuarto lugar, la recurrente alega que otra falta de imparcialidad y de diligencia afecta al apartado 29 de la resolución impugnada. En efecto, en su opinión, las palabras «cannabis», «cáñamo» y el término inglés «hemp» se refieren indistintamente a la planta de cáñamo. Por otra parte, según la recurrente, otros términos ingleses, a saber, «store» y «Amsterdam», están presentes en el elemento denominativo del signo objeto de la solicitud de marca, lo que expresa una exigencia de continuidad lógica e idiomática y la preocupación por dar al signo en cuestión el mayor alcance internacional posible, al ser el inglés la lengua principal del comercio mundial. Así pues, en su opinión, la Sala de Recurso no llevó a cabo una apreciación imparcial al señalar que la recurrente habría podido utilizar un término distinto del de «cannabis», a saber, la palabra italiana «canapa» (cáñamo) o la palabra inglesa «hemp», para describir los productos y servicios de que se trata.
- 23 Contrariamente a lo que alega la recurrente, no se puede reprochar a la Sala de Recurso que su razonamiento adolezca de parcialidad. A este respecto, su crítica respecto a la segunda frase del apartado 29 de la resolución impugnada no puede prosperar. En efecto, en dicha frase, la Sala de Recurso sugirió que la recurrente «habría podido» completar el signo controvertido con elementos denominativos

más adecuados para destacar las características de los alimentos y bebidas sin THC, por ejemplo, la palabra «canapa» o «hemp», y que habría podido omitir la referencia a Ámsterdam o al símbolo mediático de la **marihuana**. Independientemente de si las palabras «cannabis», «cáñamo» y «hemp» son sinónimos, como parece alegar la recurrente, procede señalar que esta sugerencia, hecha por la Sala de Recurso, es tan solo un *obiter dicta* y por lo tanto no puede viciar de ilegalidad la resolución impugnada [véase, en este sentido, la sentencia de 9 de marzo de 2018, Recordati Orphan Drugs/EUIPO — Laboratorios Normon (NORMOSANG), T-103/17, no publicada, EU:T:2018:126, apartado 78]. En efecto, la Sala de Recurso no estaba en absoluto obligada a proporcionar a la recurrente alternativas que pudieran en su caso hacer desaparecer las objeciones formuladas contra el signo controvertido. En cualquier caso, este *obiter* no pone de manifiesto ninguna parcialidad ni falta de diligencia por parte de la Sala de Recurso, contrariamente a lo que alega la recurrente.

24 En quinto y último lugar, según la recurrente, la elección del término «Amsterdam» se refiere simplemente al origen del cannabis que emplea y al estilo y ambiente de esa ciudad holandesa, en la que afirma haberse inspirado para prestar sus propios servicios de restauración y, en particular, para la decoración de sus puntos de venta. La afirmación de la Sala de Recurso según la cual los consumidores se ven inducidos por el signo solicitado como marca a asociar los productos y servicios —perfectamente lícitos— que comercializa con sustancias vendidas en los «coffee shops» de Ámsterdam refleja, en opinión de la recurrente, una apreciación sesgada e inexacta del significado de dicho signo, habida cuenta, sobre todo, del gran número, cada vez mayor, de empresas que producen alimentos y bebidas a base de cannabis y de tiendas que los comercializan.

25 Sin embargo, la recurrente percibe erróneamente falta de imparcialidad o de minuciosidad en la afirmación de la Sala de Recurso de que el público pertinente entiende que el término «Amsterdam» se refiere a la ciudad de los Países Bajos que tolera el consumo de drogas y que es conocida por sus «coffee shops» (apartados 27 a 29 de la resolución impugnada). Al contrario, la Sala de Recurso examinó minuciosa e imparcialmente las alegaciones formuladas por la recurrente. Respecto al hecho de que el término «Amsterdam» podría también asociarse a otros significados, como los alegados por la recurrente, basta recordar, por una parte, que la recurrente no rebate que la ciudad de Ámsterdam es conocida por sus «coffee shops» autorizados a vender **marihuana** y por las «space cakes» y, por otra parte, que, con arreglo a la jurisprudencia, debe denegarse el registro de un signo si, en al menos uno de sus significados potenciales, determina la existencia de un motivo de denegación absoluto [véase la sentencia de 2 de mayo de 2018, Alpine Welten Die Bergführer/EUIPO (ALPINEWELTEN Die Bergführer), T-428/17, EU:T:2018:240, apartado 27 y jurisprudencia citada].

26 Por consiguiente, al adoptar la resolución impugnada, la Sala de Recurso no incumplió lo dispuesto en el artículo 71, apartado 1, en relación con el artículo 95, apartado 1, del Reglamento n.º 2017/1001, de modo que debe desestimarse el primer motivo.

Sobre el segundo motivo, basado en la infracción de los artículos 7, apartado 1, letra f), y 7, apartado 2, del Reglamento 2017/1001

27 La recurrente alega que la Sala de Recurso cometió errores al definir el público pertinente —extremo que no obstante matizó en la vista (véase el apartado 41 siguiente)— y al identificar la percepción del signo controvertido por el mencionado

público y que el signo cuyo registro se solicitó no es contrario al orden público en el sentido de los artículos 7, apartado 1, letra f), y 7, apartado 2, del Reglamento 2017/1001.

- 28 La EUIPO rebate estas alegaciones.
- 29 Procede recordar que, conforme al artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, se denegará el registro de las marcas que sean contrarias al orden público o a las buenas costumbres. Con arreglo al apartado 2 de dicho artículo, el apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación solo existen en una parte de la Unión. Tal parte puede estar constituida, en su caso, por un solo Estado miembro [véase la sentencia de 20 de septiembre de 2011, Couture Tech/OAMI (Representación del escudo soviético), T-232/10, EU:T:2011:498, apartado 22 y jurisprudencia citada].
- 30 De la jurisprudencia se desprende que el interés general que subyace en el motivo de denegación absoluto previsto en el artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001 consiste en evitar el registro de signos cuya utilización en el territorio de la Unión resultaría contraria al orden público o a las buenas costumbres [sentencias de 20 de septiembre de 2011, Representación del escudo soviético, T-232/10, EU:T:2011:498, apartado 29, y de 15 de marzo de 2018, La Mafia Franchises/EUIPO — Italia (La Mafia SE SIENTA A LA MESA), T-1/17, EU:T:2018:146, apartado 25].
- 31 La cuestión de si un signo es contrario al orden público o a las buenas costumbres debe examinarse tomando en cuenta la percepción de ese signo, cuando se usa como marca, por parte del público destinatario en la Unión o en una parte de la Unión [sentencias de 20 de septiembre de 2011, Representación del escudo soviético, T-232/10, EU:T:2011:498, apartado 50, y de 9 de marzo de 2012, Cortés del Valle López/OAMI (¡Que bueno ye ! HIJOPUTA), T-417/10, no publicada, EU:T:2012:120, apartado 12].
- 32 La apreciación de la existencia del motivo de denegación previsto en el artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001 no puede basarse en la percepción de aquella parte del público pertinente a la que nada ofende, ni, por otro lado, en la percepción de aquella parte del público que puede ofenderse fácilmente, sino que debe hacerse sobre la base de los criterios de una persona razonable que tenga umbrales medios de sensibilidad y tolerancia [sentencias de 9 de marzo de 2012, ¡Que bueno ye ! HIJOPUTA, T-417/10, no publicada, EU:T:2012:120, apartado 21; de 14 de noviembre de 2013, Efag Trade Mark Company/OAMI (FICKEN LIQUORS), T-54/13, no publicada, EU:T:2013:593, apartado 21, y de 11 de octubre de 2017, Osho Lotus Commune/EUIPO — Osho International Foundation (OSHO), T-670/15, no publicada, EU:T:2017:716, apartado 103].
- 33 Por otra parte, a efectos del examen del motivo de denegación previsto en el artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, el público pertinente no puede estar limitado al público al que están directamente dirigidos los productos y servicios para los que se solicita el registro de la marca. En efecto, procede tener en cuenta que los signos a que se refiere dicho motivo de denegación ofenden no solamente al público al que están dirigidos los productos y servicios designados por el signo, sino también a otras personas que, sin ser el objetivo de dichos productos y servicios se ven confrontadas con él de manera incidental en su vida diaria (sentencias de 14 de noviembre de 2013, FICKEN LIQUORS, T-54/13, no

publicada, EU:T:2013:593, apartado 22, y de 11 de octubre de 2017, OSHO, T-670/15, no publicada, EU:T:2017:716, apartado 104).

- 34 Debe recordarse también que los signos que el público destinatario puede percibir como contrarios al orden público o a las buenas costumbres no son los mismos en todos los Estados miembros debido, en particular, a razones lingüísticas, históricas, sociales o culturales (véase la sentencia de 15 de marzo de 2018, La Mafia SE SIENTA A LA MESA, T-1/17, EU:T:2018:146, apartado 28 y jurisprudencia citada).
- 35 De ello resulta que, para la aplicación del motivo de denegación absoluto previsto en el artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, han de tomarse en consideración tanto las circunstancias comunes al conjunto de los Estados miembros de la Unión como las circunstancias particulares de los Estados miembros individualmente considerados que puedan influir en la percepción del público pertinente situado en el territorio de dichos Estados (sentencias de 20 de septiembre de 2011, Representación del escudo soviético, T-232/10, EU:T:2011:498, apartado 34, y de 15 de marzo de 2018, La Mafia SE SIENTA A LA MESA, T-1/17, EU:T:2018:146, apartado 29).
- 36 En el presente asunto, el signo al que se refiere la solicitud de marca de la Unión, reproducido en el apartado 2 anterior, consta de un elemento denominativo, compuesto por los términos «cannabis», «store» y «Amsterdam», y de un elemento figurativo, a saber, tres filas de hojas verdes estilizadas, correspondientes a la representación habitual de la hoja de cannabis, sobre un fondo negro bordeado por dos bandas verdes fluorescentes, en la parte superior e inferior del motivo. Las tres palabras antes mencionadas contribuyen también a la dimensión figurativa del signo de que se trata, ya que aparecen en mayúsculas, mientras que el término «cannabis» aparece representado en caracteres de color blanco, mucho más grandes que las otras dos palabras y sobresaliendo respecto a estas en el centro del signo. A la luz de estas consideraciones, procede declarar que la Sala de Recurso no cometió un error al considerar, en el apartado 20 de la resolución impugnada, que el elemento denominativo «cannabis» era dominante, tanto por lo que respecta al espacio que ocupaba como a su posición central en el signo al que se refiere la solicitud de marca. Por otra parte, este extremo no ha sido discutido.
- 37 A la luz de estas consideraciones procede examinar las dos partes invocadas por la recurrente en su segundo motivo.

Sobre la primera parte del segundo motivo, basado en errores cometidos por la Sala de Recurso al definir el público pertinente y en la percepción del signo de que se trata por dicho público

- 38 La recurrente alega que el signo controvertido consiste en una expresión inglesa que será percibida en todos los Estados miembros de la Unión y por el público pertinente, que conoce y comprende la lengua inglesa, como una referencia a una denominación que significa «tienda de cannabis (procedente de) Ámsterdam». Ahora bien, en su opinión, el término «cannabis» no se refiere a ninguna sustancia estupefaciente ilegal, sino simplemente al cáñamo en el lenguaje corriente, tanto en inglés como en italiano. En opinión de la recurrente, la Sala de Recurso tampoco dio la importancia adecuada a los otros dos términos ingleses «Amsterdam» y «store».

- 39 Además, la recurrente sostiene que la Sala de Recurso no se basó en los criterios de una persona razonable con una sensibilidad y tolerancia normales, normalmente informada y razonablemente atenta y perspicaz. Por consiguiente, en su opinión, la apreciación de la percepción del signo objeto de la solicitud de marca por ese público es errónea y no refleja la evolución de la concepción cultural y social en la Unión del cannabis y de su uso con fines industriales y lícitos, extremo que, en opinión de la recurrente, ya queda reflejado en la normativa de la Unión. Además, en su opinión, la Sala de Recurso no analizó el signo en cuestión en el contexto de su uso normal, a saber el de la venta o utilización lícitas, en las tiendas de la recurrente, de alimentos o bebidas a base de cáñamo.
- 40 En primer lugar, por lo que respecta al supuesto error cometido por la Sala de Recurso al definir el público pertinente y, como consecuencia de ello, por su apreciación errónea de cuál sería la percepción del mencionado público del signo objeto de la solicitud de marca, debe señalarse que la Sala de Recurso, si bien comparte el análisis del examinador según el cual el signo de que se trata contenía términos ingleses, atribuyó especial importancia a la presencia dominante del término «cannabis», derivado del latín, ampliamente utilizado y comprendido en numerosas lenguas de la Unión, además del inglés, por ejemplo, el danés, el alemán, el español, el francés, el italiano, el húngaro, el polaco, el portugués, el rumano y el sueco, de modo que esta circunstancia, reforzada por la presencia de hojas de cannabis estilizadas en el referido signo, permitía concluir que el público pertinente estaba constituido no solo por los consumidores anglófonos, sino también por el conjunto de consumidores de la Unión capaces de comprender el significado del término «cannabis» asociado con ese elemento figurativo.
- 41 Al preguntársele si, en la primera parte del segundo motivo, la recurrente pretendía definir al público pertinente como exclusivamente anglófono, esta respondió negativamente en la vista y admitió que dicho público debía ser entendido de forma más amplia. Así pues, indicó que, en su opinión, el público de referencia debía entenderse como el de toda la Unión con un buen conocimiento del inglés. A este respecto, habida cuenta de todas las características del signo al que se refiere la solicitud de marca, procede confirmar la apreciación realizada por la Sala de Recurso, ya que el mencionado signo contiene al menos dos palabras que pueden ser entendidas por un público mucho más amplio que el público anglófono, a saber, como señaló la Sala de Recurso, la palabra de origen latino «cannabis», pero también la palabra «Amsterdam», que se refiere a una ciudad neerlandesa conocida internacionalmente, y que el elemento figurativo presente en dicho signo puede, como señaló acertadamente la Sala de Recurso, ser reconocido como la representación mediática de la **marihuana**.
- 42 Por lo tanto, la legalidad del examen por parte de la Sala de Recurso del carácter contrario al orden público del signo objeto de la solicitud de registro debe controlarse no solo con respecto al público anglófono, sino de forma más general tomando en consideración el público de la Unión, si bien debe recordarse que, conforme a la jurisprudencia mencionada en el apartado 35 anterior, han de tenerse en cuenta tanto las circunstancias comunes al conjunto de los Estados miembros de la Unión como las circunstancias particulares de los Estados miembros individualmente considerados que puedan influir en la percepción del público pertinente situado en el territorio de dichos Estados.
- 43 En segundo lugar, es importante señalar que, mediante esta primera parte, la recurrente pretende referirse también a la composición del público pertinente y al nivel de atención de este. Cuando se le preguntó sobre este punto en la vista, aclaró que el público pertinente era mayoritariamente un público joven, de entre

20 y 30 años de edad, que estaba sin duda al corriente de todos los conocimientos disponibles sobre el cannabis. La recurrente consideró que no procedía distinguir, dentro de ese público, al público situado en el territorio de los Estados miembros cuya legislación prohibía la sustancia psicotrópica derivada del cannabis del público situado en el territorio de Estados miembros con un enfoque menos estricto.

- 44 A este respecto, es pacífico entre las partes que los productos y servicios a que se refiere la solicitud de marca están destinados a los consumidores, de modo que el público pertinente es el público de la Unión en general. Pues bien, es evidente que este último no dispone necesariamente de conocimientos científicos o técnicos precisos sobre los estupefacientes en general, ni sobre los derivados del cannabis en particular, aunque esta situación puede variar en función de los Estados miembros en cuyo territorio se encuentre dicho público y, en particular, de los debates que hayan podido dar lugar a la adopción de una normativa o regulación que autorice o tolere el uso terapéutico o lúdico de productos con un contenido de THC suficiente para producir efectos psicotrópicos.
- 45 Además, dado que la recurrente, en la solicitud de marca, se refiere a productos y servicios de consumo corriente destinados al público en general sin distinción de edad, no hay ninguna razón válida para limitar, como alegó la recurrente en la vista, el público pertinente únicamente al público joven, de entre 20 y 30 años de edad. Igualmente, cabe añadir que, como destacó fundadamente la EUIPO, en el contexto concreto del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, el público pertinente no es únicamente el público al que se dirigen directamente los productos y servicios para los que se solicita el registro, sino también el compuesto por otras personas que, sin ser el objetivo de dichos productos y servicios se ven confrontadas con él de manera incidental en su vida diaria (véase el apartado 33 anterior), lo que lleva a excluir, también por ese motivo, la afirmación realizada por la recurrente en la vista según la cual el público pertinente es principalmente un público joven, compuesto por personas de 20 a 30 años de edad.
- 46 En tercer lugar, por lo que respecta al nivel de atención del público pertinente, si bien es cierto que la resolución impugnada no contiene precisiones expresas a este respecto, de ella resulta no obstante que la Sala de Recurso no cuestionó la definición del examinador según la cual, los productos de consumo corriente, como los recogidos en la solicitud de marca, estaban destinados principalmente al consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz (apartado 3 de la resolución impugnada), que corresponde, en esencia y *mutatis mutandis*, a un público compuesto por personas razonables con umbrales medios de sensibilidad y tolerancia, público este que debe tenerse en cuenta a efectos de la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, con arreglo a la jurisprudencia citada en el apartado 32 anterior. Por lo tanto, habida cuenta de los productos y servicios de que se trata, la definición del público pertinente y de su nivel de atención que la Sala de Recurso adoptó está exenta de errores.
- 47 En cuarto lugar, la recurrente alega asimismo que la Sala de Recurso no tuvo en cuenta la evolución de la concepción cultural y social del cannabis en la Unión y de su uso con fines lícitos, por lo que, en su opinión, no apreció adecuadamente la percepción del público pertinente (apartado 40 del escrito de recurso). Cita, a este respecto, dos Reglamentos en materia agrícola relativos al cultivo de cáñamo, a saber el Reglamento Delegado (UE) 2017/1155 de la Comisión, de 15 de febrero de 2017, que modifica el Reglamento Delegado (UE) n.º 639/2014 en

lo que respecta a las medidas de control relacionadas con el cultivo de cáñamo, determinadas disposiciones sobre el pago de ecologización, el pago para jóvenes agricultores que ejercen el control de una persona jurídica, el cálculo del importe por unidad dentro de la ayuda asociada voluntaria, las fracciones de los derechos de pago y algunos requisitos de notificación relacionados con el régimen de pago único por superficie y la ayuda asociada voluntaria, y que modifica el anexo X del Reglamento (UE) n.º 1307/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO 2017, L 167, p. 1), y el Reglamento (UE) n.º 1307/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen normas aplicables a los pagos directos a los agricultores en virtud de los regímenes de ayuda incluidos en el marco de la Política Agrícola Común y por el que se derogan los Reglamentos (CE) n.º 637/2008 y (CE) n.º 73/2009 del Consejo (DO 2013, L 347, p. 608).

- 48 A este respecto, es importante señalar que, en efecto, actualmente se está reflexionando tanto sobre el uso de productos derivados de cannabis cuyo contenido de THC no los convierte en estupefacientes como sobre su uso, cuando se trata de estupefacientes, con fines terapéuticos o incluso lúdicos. A este respecto, la legislación de algunos Estados miembros ya ha evolucionado o está en proceso de evolución.
- 49 Es cierto también, como señaló acertadamente la Sala de Recurso en el apartado 21 de la resolución impugnada, que, «en muchos países de la Unión Europea (a modo de ejemplo no exhaustivo): Bulgaria, Eslovaquia, Finlandia, Francia, Hungría, Irlanda, Polonia, el Reino Unido y Suecia)», los productos derivados del cannabis con un contenido de THC superior al 0,2 % se consideran estupefacientes ilegales.
- 50 El Derecho de la UE, por su parte, no regula el uso de productos derivados del cannabis cuando constituyen estupefacientes. En efecto, el artículo 168 TFUE, apartado 1, párrafo tercero, establece que la Unión complementará la acción de los Estados miembros dirigida a reducir los daños a la salud producidos por las drogas, incluidas la información y la prevención. Respecto al Reglamento n.º 1307/2013, establece, en su artículo 32, apartado 6, que las superficies dedicadas a la producción de cáñamo solo serán hectáreas admisibles si las variedades utilizadas tienen un contenido de THC no superior al 0,2 %. Mediante el Reglamento Delegado 2017/1155, la Comisión adoptó la normativa de aplicación de esa disposición.
- 51 De todo ello resulta que, en la actualidad, no existe en la Unión una tendencia unánimemente aceptada, ni siquiera predominante, en cuanto a la legalidad del uso o consumo de productos procedentes de cannabis con un contenido de THC superior al 0,2 %.
- 52 En estas circunstancias, por una parte, debe señalarse que, en el presente asunto, la Sala de Recurso ha tenido en cuenta la evolución descrita en los apartados 47 y 48 anteriores, tanto en el plano legislativo como en el social, haciendo hincapié en las posibilidades reconocidas de uso lícito del cannabis, aunque bajo condiciones particularmente estrictas, y recordando el marco normativo de la Unión que regula la materia (apartado 11, guiones 6 y 10 y apartado 25 de la resolución impugnada). Por otra parte, la Sala de Recurso tuvo en cuenta también acertadamente el hecho de que la legislación de muchos Estados miembros calificaba de ilegal el consumo de cannabis, cuando los productos derivados del mismo contengan THC en cantidades superiores al 0,2 %. En efecto, los signos que el público destinatario puede percibir como contrarios al

orden público o a las buenas costumbres no son los mismos en todos los Estados miembros debido, en particular, a razones lingüísticas, históricas, sociales o culturales (véase la sentencia de 15 de marzo de 2018, La Mafia SE SIENTA A LA MESA, T-1/17, EU:T:2018:146, apartado 28 y jurisprudencia citada). Por tanto, es conforme con la jurisprudencia que la Sala de Recurso hiciese referencia a la normativa de los Estados miembros, ya que, en el contexto del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, tales elementos fueron tomados en consideración no en atención a su valor normativo sino como indicios fácticos que permitían apreciar la percepción, por parte del público destinatario en los correspondientes Estados miembros, del signo controvertido (véase, en este sentido, la sentencia de 20 de septiembre de 2011, Representación del escudo soviético, T-232/10, EU:T:2011:498, apartado 37).

- 53 En quinto y último lugar, tal como alega la EUIPO, la cuestión del contenido real de THC de los productos comercializados por la recurrente es irrelevante, ya que la evaluación que la Sala de Recurso estaba obligada a realizar a este respecto debía ser independiente del comportamiento de la recurrente y basarse únicamente en la percepción del público pertinente [véanse, en este sentido, las sentencias de 9 de abril de 2003, Durferrit/OAMI — Kolene (NU-TRIDE), T-224/01, EU:T:2003:107, apartado 76, y de 13 de septiembre de 2005, Sportwetten/OAMI — Intertops Sportwetten (INTERTOPS), T-140/02, EU:T:2005:312, apartado 28].
- 54 Por último, la cuestión de si el público pertinente percibe que el signo de que se trata hace referencia al uso lícito del cáñamo, tal como alega la recurrente, o, por el contrario, se refiere al cannabis como droga ilegal, tal como se expone en la resolución impugnada, es objeto de la segunda parte del segundo motivo y se examinará a continuación.
- 55 Todas estas consideraciones demuestran que la Sala de Recurso no cometió los errores que le imputa la recurrente.
- 56 Procede, por tanto, desestimar por infundada la primera parte del segundo motivo.

Sobre la segunda parte del segundo motivo, basada en que el signo cuyo registro se ha solicitado no es contrario al orden público

- 57 En primer lugar, según la recurrente, el signo cuyo registro se solicita no hace referencia a ninguna sustancia estupefaciente ilegal. Ni siquiera de ser así, en su opinión, esta circunstancia bastaría para justificar la denegación del registro de dicho signo como marca de la Unión. En efecto, según la recurrente, la mera referencia o indicación directa de un producto ilegal no basta para declarar que una solicitud de marca es contraria al orden público, ya que, en su opinión, es necesario además que el signo en cuestión conlleve incitación, banalización o aprobación del uso o consumo del producto estupefaciente ilegal. Sin embargo, en el presente asunto, según la recurrente, el signo objeto de la solicitud de marca no contiene ninguna denominación o significado que, en el contexto de su uso normal para los productos y servicios a que se refiere dicha solicitud, incite, banalice o apruebe el uso de un producto estupefaciente ilegal.
- 58 En segundo lugar, en opinión de la recurrente, el carácter infundado del motivo de denegación absoluto invocado por la Sala de Recurso contra la recurrente también resulta claramente de los modos de consumo de los productos y servicios a que se refiere la solicitud de marca, por una parte, y de los productos estupefacientes, como la **marihuana**, que normalmente se fuman, por otra. A este

respecto, la recurrente invoca la resolución de la División de Anulación de 20 de marzo de 2009 en el asunto 2665 C, relativa a la solicitud de registro como marca denominativa del signo COCAINE para productos de las clases 3, 25 y 32 y, en particular, para cervezas, en la que se señaló, en particular, que el modo de consumo de los productos en cuestión era pertinente a efectos de la aplicación del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001 y que el mero efecto perturbador o la imagen negativa que puede derivarse de la percepción de una marca no eran pertinentes para determinar su carácter contrario al orden público.

- 59 La EUIPO se opone a las alegaciones de la recurrente.
- 60 En primer lugar, debe examinarse si la Sala de Recurso llegó correctamente a la conclusión de que el signo cuyo registro se solicitó sería percibido en su conjunto por el público pertinente como referencia a una sustancia estupefaciente ilegal.
- 61 A este respecto, la Sala de Recurso recordó, en el apartado 23 de la resolución impugnada, que, con arreglo a la jurisprudencia del Tribunal General [sentencia de 19 de noviembre de 2009, *Torresan/OAMI — Klosterbrauerei Weissenhohe (CANNABIS)*, T-234/06, EU:T:2009:448, apartado 19], el término «cannabis» tenía tres posibles significados. En primer lugar, el término «cannabis» se refiere a una planta textil cuya organización común de mercado está regulada en la Unión y cuya producción está sujeta a una legislación muy estricta sobre el contenido de THC, que no puede superar el umbral del 0,2 %. En segundo lugar, el término «cannabis» se refiere a una sustancia estupefaciente prohibida en un gran número de Estados miembros, actualmente mayoritario. En tercer lugar, se refiere a una sustancia cuyo posible uso terapéutico está en discusión.
- 62 La Sala de Recurso dedujo de ello, en el apartado 24 de la resolución impugnada, que, en línea con la opinión de la recurrente, este término no debía entenderse automáticamente como una referencia al estupefaciente, salvo que existan «otros indicios» en ese sentido. Por tanto, la Sala de Recurso integró perfectamente que la sustancia ilegal solo correspondía a uno de los significados del término «cannabis» y la recurrente no puede por ello alegar fundadamente que la EUIPO ignoró, a este respecto, la existencia del «hecho notorio» de que el THC, es decir, la sustancia psicotrópica, era solamente uno de los cannabinoides presentes en el cannabis y que esta sustancia solo es ilegal por encima de un determinado umbral.
- 63 Por ello, para responder a la primera alegación de la recurrente, es preciso determinar si la Sala de Recurso cometió un error de apreciación al considerar que existían «otros indicios» que demostraran que el público pertinente asociaría el signo solicitado con la droga ilegal —extremo que la recurrente niega—, a saber, los términos «Amsterdam» y «store» así como la representación estilizada de la hoja de cannabis.
- 64 La Sala de Recurso consideró acertadamente que era necesario, en particular, definir cuál sería la percepción del público pertinente a la vista del conjunto de elementos que componen el signo objeto de la solicitud de marca (apartados 26 y 27 de la resolución impugnada). Consideró que la combinación de la presencia, en el signo en cuestión, de la representación estilizada de la hoja de cannabis, símbolo mediático de la **marihuana**, y de la palabra «Amsterdam», que hace referencia al hecho de que la ciudad de Ámsterdam incluye numerosos puntos de venta de la droga derivada del cannabis, por estar tolerada, en determinadas condiciones, la comercialización de esta última en los Países Bajos, hacía muy probable que el consumidor interpretara, en las circunstancias del caso, que el

término «cannabis» se refería a la sustancia estupefaciente, ilegal en «muchos países de la Unión Europea» (véase el apartado 49 anterior).

- 65 Debe corroborarse esta interpretación, máxime habida cuenta de la mención hecha en el signo objeto de la solicitud de marca al término «store», que significa habitualmente «tienda», de modo que dicho signo, cuyo elemento dominante es el término «cannabis» (véase el apartado 36 anterior), será entendido por el público pertinente anglófono como «tienda de cannabis en Ámsterdam» y por el público pertinente no anglófono como «cannabis en Ámsterdam», lo que, en ambos casos, reforzado por la imagen de las hojas de cannabis, símbolo mediático de la **marihuana**, constituye una alusión clara y unívoca al producto estupefaciente que allí se comercializa. Por lo tanto, dicho público podría esperar que los productos y servicios comercializados por la recurrente coincidieran con los ofrecidos por ese tipo de tienda.
- 66 Las explicaciones de la recurrente, basadas en el hecho de que el término «Amsterdam» se refiere al origen del cannabis que utiliza en la fabricación de sus productos y al estilo de vida y ambiente que caracteriza a la ciudad de Ámsterdam, no desvirtúa este análisis. En efecto, esta no será la percepción inicial del público pertinente cuando encuentre los términos «Amsterdam» y «cannabis» asociados con el símbolo mediático de la **marihuana**, cuando los Países Bajos, y esta ciudad en particular, son conocidos por haber adoptado una normativa que tolera, bajo ciertas condiciones, el uso de esta droga.
- 67 Tampoco resultan convincentes los argumentos basados en que el motivo estilizado que representa la hoja de cannabis también se utiliza en todos los sectores industriales, incluidos los sectores textil y farmacéutico, que hacen uso del cannabis. En efecto, la Sala de Recurso no basó su conclusión en la percepción por parte del público pertinente del motivo estilizado que representa la hoja de cannabis, tomado de forma aislada, sino en la combinación de los distintos elementos que componen el signo de que se trata, lo que lleva a la conclusión, recordada por la Sala de Recurso en el apartado 29 de la resolución impugnada, de que la recurrente centró la atención, aunque fuera de forma involuntaria, en el concepto de cannabis como producto estupefaciente.
- 68 Si bien la recurrente alega, no obstante, que los productos y servicios a que se refiere la solicitud de marca no tienen nada que ver con los establecimientos tipo «coffee shop» de Ámsterdam (apartado 31 del escrito de recurso) y que las formas de consumo de los productos que comercializa difieren de las de los estupefacientes, que normalmente se fuman (apartado 53 del escrito de recurso), debe recordarse una vez más que de una lectura conjunta de los diferentes puntos del artículo 7, apartado 1, del Reglamento 2017/1001 se desprende que estos se refieren a las cualidades intrínsecas del signo objeto de la solicitud de marca y no a circunstancias relativas al comportamiento de la persona del solicitante de la marca (sentencias de 9 de abril de 2003, NU-TRIDE, T-224/01, EU:T:2003:107, apartado 76; de 13 de septiembre de 2005, INTERTOPS, T-140/02, EU:T:2005:312, apartado 28, y de 15 de marzo de 2018, La Mafia SE SIENTA A LA MESA, T-1/17, EU:T:2018:146, apartado 40). En cualquier caso, las partes no discuten que el cannabis, como estupefaciente, también puede ser ingerido, a través de bebidas o alimentos, por ejemplo en tartas, lo que corresponde a algunos de los productos cubiertos por la solicitud de marca.
- 69 De lo anterior se desprende que la Sala de Recurso consideró acertadamente que el público pertinente percibirá que el signo controvertido en su conjunto se

refiere a una sustancia estupefaciente prohibida en un gran número de Estados miembros.

- 70 En segundo lugar, debe examinarse si el signo cuyo registro se solicita es contrario al orden público en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, en relación con su artículo 7, apartado 2, debiendo precisarse que la Sala de Recurso decidió que concurría este motivo de denegación absoluto.
- 71 A este respecto, cabe señalar que el Reglamento 2017/1001 no contiene una definición del concepto de «orden público». En tales circunstancias, y habida cuenta del estado actual del Derecho de la Unión, descrito en el apartado 50 anterior, y de la redacción del artículo 7, apartado 2, de dicho Reglamento, según el cual el apartado 1 de ese mismo artículo es aplicable aunque los motivos de denegación solo existan en una parte de la Unión, debe concluirse que el Derecho de la Unión no impone una escala uniforme de valores y reconoce que las exigencias del orden público pueden variar de un país a otro y de una época a otra, y, esencialmente, los Estados miembros siguen siendo libres para determinar el contenido de estas exigencias de conformidad con sus necesidades nacionales. Así, las exigencias de orden público, si bien no comprenden los intereses económicos ni la mera prevención de la perturbación del orden social que constituye cualquier infracción de la ley, pueden abarcar la protección de diversos intereses que el Estado miembro de que se trate considere fundamentales según su propio sistema de valores [véanse, por analogía, las conclusiones del Abogado General Saugmandsgaard Øe presentadas en los asuntos acumulados K. y H. (Derecho de residencia y alegaciones de crímenes de guerra), C-331/16 y C-366/16, EU:C:2017:973, puntos 60 y 63 y jurisprudencia citada].
- 72 Por lo que se refiere, en particular, a la interpretación de este concepto en el contexto del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, el Abogado General Bobek, en el punto 76 de sus conclusiones en el asunto Constantin Film Produktion/EUIPO (C-240/18 P, EU:C:2019:553), destacó que el orden público expresaba una visión normativa de valores y objetivos definidos por la autoridad pública pertinente que debían ser observados en el presente y en el futuro, es decir, con carácter prospectivo. De ello se deducía, prosiguió, que el orden público era expresión de la voluntad del legislador sobre las normas que había de respetar la sociedad.
- 73 A la vista de lo anterior, la recurrente puede alegar fundadamente, en esencia, que cualquier infracción de la ley no constituye necesariamente un acto contrario al orden público en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, en relación con el artículo 7, apartado 2, de dicho Reglamento. Es necesario, además que el carácter contrario al orden público del signo afecte a un interés que el Estado miembro o los Estados miembros afectados consideren fundamental de acuerdo con sus propios sistemas de valores.
- 74 En el presente asunto, cabe señalar que, en los Estados miembros en los que el consumo y el uso de la sustancia estupefaciente derivada del cannabis siguen estando prohibidos, la lucha contra su propagación es especialmente delicada, lo que se ajusta a un objetivo de salud pública destinado a combatir los efectos nocivos de dicha sustancia. Así pues, esta prohibición tiene por objeto proteger un interés que estos Estados miembros consideran fundamental conforme a sus propios sistemas de valores, de modo que el régimen aplicable al consumo y al uso de la mencionada sustancia está comprendido en el concepto de «orden

público» en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, en relación con el artículo 7, apartado 2, de dicho Reglamento.

- 75 Por otra parte, la importancia de proteger este interés fundamental queda subrayada por el artículo 83 TFUE, conforme al cual el tráfico ilegal de drogas es uno de los ámbitos delictivos de especial gravedad con una dimensión transfronteriza, en el que está prevista la intervención del legislador de la Unión, y por el artículo 168 TFUE, apartado 1, párrafo tercero, según el cual la Unión complementará la acción de los Estados miembros dirigida a reducir los daños a la salud producidos por las drogas, incluidas la información y la prevención.
- 76 Por ello, la Sala de Recurso consideró acertadamente, al examinar el carácter contrario al orden público del signo controvertido al orden público respecto a todos los consumidores de la Unión que pueden comprender su significado, y dado que la percepción de los consumidores se inscribe necesariamente en el contexto mencionado en los apartados 74 y 75 anteriores, que el signo controvertido, percibido por el público pertinente como una indicación de que los alimentos y bebidas cubiertos por la recurrente en la solicitud de marca, así como los servicios relacionados con los mismos, contenían sustancias estupefacientes ilegales en varios Estados miembros, que eran contrarios al orden público en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, en relación con su artículo 7, apartado 2.
- 77 La recurrente no puede desvirtuar esta conclusión alegando que la Sala de Recurso no examinó si, además, el signo controvertido inducía, banalizaba o expresaba la aprobación de la utilización de un producto estupefaciente ilegal. En efecto, el hecho de que el público pertinente perciba este signo como una indicación de que los alimentos y bebidas a que se refiere la recurrente en la solicitud de marca, así como los servicios relacionados con ellos, contienen sustancias estupefacientes ilegales en varios Estados miembros basta para concluir que es contrario al orden público en el sentido del artículo 7, apartado 1, letra f), del Reglamento 2017/1001, en relación con su artículo 7, apartado 2, tal como consideró acertadamente la Sala de Recurso, habida cuenta del interés fundamental destacado en los apartados 74 y 75 anteriores. En todo caso, dado que una de las funciones de la marca consiste en identificar el origen comercial de un producto o servicio, para permitir al consumidor que adquiere el producto o el servicio que la marca designa repetir la experiencia, si resulta positiva, o evitarla, si resulta negativa, en una adquisición posterior [véase la sentencia de 5 de marzo de 2003, Alcon/OHMI — Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), T-237/01, EU:T:2003:54, apartado 48 y la jurisprudencia citada], dicho signo, en la medida en que sea percibido de la forma antes descrita, induce implícita pero necesariamente a la compra de tales productos y servicios o, al menos, banaliza su consumo.
- 78 Por último, la recurrente tampoco puede desvirtuar esta conclusión alegando que existen marcas de la Unión que contienen términos como «cannabis» o «cocaína».
- 79 A este respecto, la recurrente invoca la Resolución de la División de Anulación de 20 de marzo de 2009 relativa a la solicitud de registro como marca denominativa del signo COCAINE (véase el apartado 58 anterior) y en la vista se refirió también a su solicitud de marca CANNABIS STORE AMSTERDAM ORIGINAL AMSTERDAM, respecto a la cual, según la recurrente, el examinador había retirado recientemente sus objeciones. No obstante, de la jurisprudencia se desprende que las referencias hechas a las resoluciones adoptadas en primera

instancia por la EUIPO no pueden vincular ni a las Salas de Recurso ni, *a fortiori*, al juez de la Unión [sentencia de 25 de enero de 2018, Brunner/EUIPO — CBM (H HOLY HAFERL HAFERL SHOE COUTURE), T-367/16, no publicada, EU:T:2018:28, apartado 103]. En particular, sería contrario a la función de supervisión de la Sala de Recurso, tal como se define en el considerando 30 y en los artículos 66 a 71 del Reglamento 2017/1001, que su competencia se redujera al cumplimiento de las resoluciones de los órganos de primera instancia de la EUIPO [véase la sentencia de 8 de mayo de 2019, Battelle Memorial Institute/EUIPO (HEATCOAT), T-469/18, no publicada, EU:T:2019:302, apartado 52 y jurisprudencia citada), de modo que la recurrente no puede alegar eficazmente tales resoluciones.

- 80 De lo anterior se desprende que la Sala de Recurso no infringió el artículo 7, apartado 1, letra f), en relación con el artículo 7, apartado 2, del Reglamento 2017/1001. Por todo ello, procede desestimar el segundo motivo y, por tanto, el recurso en su conjunto.

Costas

- 81 A tenor del artículo 134, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, la parte que haya visto desestimadas sus pretensiones será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Por haber sido desestimadas las pretensiones de la recurrente, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la EUIPO.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Séptima)

decide:

- 1) **Desestimar el recurso.**
- 2) **Condenar en costas a Santa Conte.**

Tomljenović

Marcoulli

Kornezov

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 12 de diciembre de 2019.

Firmas

