PALCO23

CLUBES

# Adidas gana el pulso al Barça por el registro de una marca en Estados Unidos

Marc Menchén
3 mar 2017 - 05:00

Victoria de Adidas en la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (Uspto, por sus siglas en inglés). La marca ha conseguido que el FC Barcelona dé marcha atrás en su intención de registrar una composición de cuatro franjas verticales azules y otras tres granates para la confección de artículos deportivos, después de que presentara una reclamación ante este organismo por una excesiva similitud con sus diseños.

Ante esta circunstancia, el Barça ha optado finalmente por buscar un acuerdo con la multinacional alemana y ha retirado la solicitud presentada a principios de 2016, según ha podido saber *Palco23*. Pattishall, que es el bufete de abogados que representa al club, logró firmar una moción de mutuo acuerdo con el bufete Kilpatrick Townsend & Stockton, que representa a Adidas, y que ha permitido zanjar el asunto "sin perjuicios para las partes".

El diseño que intentaba registrar el Barça no afecta, en ningún caso, a la camiseta oficial.

La entente derivó en un escrito del comité de apelaciones de Uspto, en el que daba por terminado todo el proceso en el que la enseña germana tenía todos los números para



https://www.palco23.com/clubes/adidas-gana-el-pulso-al-barca-por-una-marca-en-eeuu

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

ganar. En su apelación a la solicitud de registro de los blaugranas, recordaban que el diseño de las tres barras, en múltiples formas, lo tenían registrado en la mayoría de casos desde la década de los noventa.

Por esta razón, denunciaban que la composición que el Barça quería tener a su nombre podía derivar en “probabilidad de confusión” y “dilución por desdibujamiento” de la marca. De ahí que, de entrada, exigieran que no pudiera utilizarse en un centenar de productos, y no únicamente textiles. La oposición iba desde camisetas, pijamas, ropa interior, corbatas, abrigos y todo tipo de prendas técnicas, hasta juegos de mesa, pelotas, decoraciones para árboles de Navidad o juegos de cartas.

El procedimiento que aún sigue abierto ante el organismo es el que hace referencia a la marca “Barça Fans“. A diferencia del pleito con Adidas, en este proceso no se trata de una denuncia de otra compañía contra el club blaugrana, sino que Uspto ha dado la opción de oponerse como potencial denunciante a la Cruz Roja Americana, debido a que el escudo del club incluye ese símbolo. En principio, esta solicitud no debería generar problemas, ya que "no hay sugerencia o sugerencia de semejanza entre la marca del solicitante y la cruz roja griega".

En cuanto a la influencia que pueden tener estas cuestiones, es difícil preverlo, ya que el club tampoco daba a entender para qué quería utilizar una composición que, por otro lado, jamás ha estampado en ninguna de sus prendas técnicas. Por ejemplo, la actual indumentaria, que rinde homenaje a la del equipo que ganó la Copa de Europa en 1992, se basa en dos líneas granas y tres azules.

Otra cuestión serían los habituales artículos de *merchandising*, cuya explotación recuperará el Barça el próximo año, una vez entre en vigor el nuevo contrato de patrocinio con Nike. Se trata de un negocio que, según estimaciones de la junta directiva, podría llegar a generar 50 millones de euros anuales si se incluye las ventas del resto de artículos oficiales, incluidos los de la multinacional estadounidense.

En el nuevo escenario, que se abrirá a partir de 2018-2019, la marca deportiva seguirá explotando el comercio electrónico de las prendas oficiales como ha hecho durante los últimos años. Sin embargo, el club podrá abrir un portal adicional en el que se incluyan todas aquellas referencias que no son prendas técnicas, como pijamas, camisetas de algodón, juguetes y demás. Y para ello podría tener un papel determinante Rakuten, el grupo japonés de *e-commerce* que se convertirá en el patrocinador principal a partir de julio, así como en su socio de innovación.



https://www.palco23.com/clubes/adidas-gana-el-pulso-al-barca-por-una-marca-en-eeuu

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.