

## **DECISIÓN DEL PANEL ADMINISTRATIVO**

Patronato de la Alhambra y el Generalife c. José Manuel Reche, Tour Alhambra Viajes / Sinisa Novakovic, City Tour Alhambra Viajes / Encarni Pérez, Movviendo Tourism Group, S.L.  
Caso No. D2023-4022

### **1. Las Partes**

El Demandante es el Patronato de la Alhambra y el Generalife, España, representada por Iberpatent S.L., España.

Los Demandados son José Manuel Reche, Tour Alhambra Viajes, España; Sinisa Novakovic, City Tour Alhambra Viajes, España; Encarni Pérez, Movviendo Tourism Group, S.L., España, (en adelante denominados conjuntamente e indistintamente como la “Demandada”), representada por Luis Rodríguez, España.

### **2. Los Nombres de Dominio y los Registrador**

La Demanda tiene como objeto los nombres de dominio en disputa <alhambraonline.com>, <alhambraonline.org>, y <granada-alhambra.com>.

El Agente Registrador de <alhambraonline.com> es Soluciones Corporativas IP, S.L.

El Agente Registrador de <alhambraonline.org> es eNom, Inc.

El Agente Registrador de <granada-alhambra.com> es Cronon GmbH.

### **3. Iter Procedimental**

La Demanda se presentó ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (el “Centro”) el 26 de septiembre de 2023. El 28 de septiembre de 2023 el Centro envió a los Agentes Registradores, vía correo electrónico una solicitud de verificación registral en relación con los nombres de dominio en disputa. El 28 y 29 de septiembre de 2023 el Centro recibió, vía correo electrónico, su respuesta develando el registrante y los datos de contacto de los nombres de dominio en disputa los cuales difieren del nombre de la Demandada y los datos de contacto señalados en la Demanda.

El Centro envió una comunicación electrónica al Demandante en fecha 3 de octubre de 2023 suministrando el registrante y los datos de contacto develados por el Registrador, e invitando al Demandante a realizar una enmienda a la Demanda. El Demandante presentó una Demanda enmendada en fecha 5 de octubre de 2023.

El Centro verificó que la Demanda junto con la Demanda enmendada cumplían los requisitos formales de la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (la "Política"), el Reglamento de la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (el "Reglamento"), y el Reglamento Adicional de la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (el "Reglamento Adicional").

De conformidad con los párrafos 2 y 4 del Reglamento, el Centro notificó formalmente la Demanda a los Demandados, dando comienzo al procedimiento el 9 de octubre de 2023. De conformidad con el párrafo 5 del Reglamento, el plazo para contestar la Demanda se fijó para el 2 de noviembre de 2023. El Escrito de Contestación a la Demanda fue presentado ante el Centro el 31 de octubre de 2023.

El Centro nombró a María Baylos Morales como miembro único del Grupo Administrativo de Expertos el día 10 de noviembre de 2023. La Experta considera que su nombramiento se ajusta a las normas del procedimiento. La Experta ha presentado la Declaración de Aceptación y de Imparcialidad e Independencia, tal y como solicitó el Centro de conformidad con el párrafo 7 del Reglamento.

#### **4. Antecedentes de Hecho**

El Demandante es el PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y EL GENERALIFE (en adelante el PAG), un organismo autónomo administrativo, creado por Ley 9/1985, de 28 de diciembre, con domicilio social en Granada. Según los Estatutos del PAG éste tiene encomendada la protección, administración y conservación del Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife, que fue declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 1984, para lo cual emprende continuamente nuevos proyectos y actividades para la difusión de este legado entre los visitantes y la humanidad.

El Demandante es titular de numerosas marcas nacionales españolas, actualmente en vigor, que se relacionan a continuación:

Marca nacional No. 2.843.317, ALHAMBRA, denominativa, solicitada el 12 de septiembre de 2008 y concedida el 6 de mayo de 2008, para distinguir productos y servicios de las clases 1, 4 a 6, 8, 10, 11, 17, 21 a 23, 26, 28 40 y 41.

Marca nacional No. 2.843.325 ALHAMBRA Patronato de la Alhambra y el Generalife, denominativa, solicitada el 12 de septiembre de 2008 y concedida el 6 de mayo de 2008, para distinguir productos y servicios de las clases 2, 3, 9, 12, 14, 16, 18, 19, 25, 29 a 31, 34 a 39 y 41 a 45.

Marca nacional No. 3.023.892, WWW. ALHAMBRA-TICKETS, denominativa, solicitada el 26 de marzo de 2012 y concedida el 24 de julio de 2012, para distinguir servicios de las clases 35 y 38.

Marca nacional No. 3.023.893, TICKETSALHAMBRA, denominativa, solicitada el 26 de marzo de 2012 y concedida el 24 de julio de 2012, para distinguir servicios de las clases 35 y 38.

Marca nacional No. 3.023.894, ENTRADASALHAMBRA, denominativa, solicitada el 26 de marzo de 2012 y concedida el 1 de octubre de 2012, para distinguir servicios de las clases 35 y 38.

Marca nacional No. 3.023.902, ALHAMBRAENTRADAS, denominativa, solicitada el 26 de marzo de 2012 y concedida el 22 de agosto de 2012, para distinguir servicios de las clases 35 y 38.

Marca nacional No 3.024.561, MONUMENTO DE LA ALHAMBRA, denominativa, solicitada el 29 de julio de 2002, renovada y fusionada el 10 de abril de 2012 con los expedientes No. 2.493.453, No. 2.493.454, No. 2.493.455 y No. 2.493.456, para distinguir productos y servicios de las clases 1 a 14, 16 a 19, 21 a 23, 25 a 31 y 33 a 45.

Marca nacional No. 3.043.131, ALHAMBRA Y GENERALIFE, figurativa, solicitada el 29 de julio de 2002, renovada y fusionada el 3 de septiembre de 2012 con los expedientes No. 2.493.404 a No. 2.493.2.493.415, No. 2.493.417, No. 2.493.419 a No. 2.493.422, No. 2.493.424 a No. 2.493.426, No. 2.493.428 a No.2.493.434, No. 2.493.436 a No. 2.493.448, para distinguir productos y servicios de las clases 9, 16, 38 y 41.

Marca nacional No. 3.024.563, MUSEO DE ALHAMBRA, denominativa, solicitada el 29 de julio de 2002, renovada y fusionada el 11 de abril de 2012 con los expedientes No. 2.493.449 a No. 2.493.452, para distinguir productos y servicios de las clases 9, 16, 38 y 41.

Marca nacional No, 4.055.529, ALHAMBRA, figurativa, solicitada el 13 de febrero de 2020 y concedida el 25 de noviembre de 2020, para distinguir productos y servicios de las clases 1, 2, 4, 5, 6, 8 a 11, 16, 17, 21 a 23, 26, 28, 30, 39, 40, 41 y 45.

Además, el Demandante es titular del nombre de dominio <alhambra-patronato.es> registrado el 1 de agosto de 1998, donde se encuentra su página oficial, redactada en español, inglés y árabe y desde donde se ofrece información sobre las actividades y servicios del Conjunto Monumental, historia, visitas, horarios, audioguías, compra de entradas, exposiciones, tienda, etc. Asimismo, es titular de numerosos subdominios conectados con la página oficial del Demandante.

La Demandada es titular por transferencia de la empresa City Tour Alhambra Viajes S.L., del Nombre Comercial No. 0265912, ALHAMBRA VIAJES S.L., figurativo, solicitado el 23 de febrero de 2006 y concedido el 16 de noviembre de 2006, solicitada su transferencia el 5 de octubre de 2023, para distinguir servicios de la clase 39.

Los nombres de dominio en disputa son:

<alhambraonline.com> registrado el 13 de mayo de 2001 por MOVVIENDO TOURISM GROUP S.L. (en adelante MOVVIENDO). En el momento de redactar esta decisión, aloja una web en varios idiomas, que promociona visitas a la Alhambra en distintas posibilidades a elegir: entrada y audioguía, visita privada, visita guiada, entre otras. En la página de inicio existe un recuadro en el que se anuncia "Por qué elegir Alhambra on line" e informa de que "no es el sitio oficial de la Alhambra y el Generalife. Tampoco tiene relación alguna con aquellos organismos oficiales vinculados a ella. Este dominio es propiedad de Movviendo Tourism Group S.L. agencia de viajes autorizada por el Patronato de la Alhambra y el Generalife para la adquisición de entradas para el monumento y la realización de actividades vinculadas a éste". En el aviso legal, al momento de redactar la presente decisión, informa de la titularidad del sitio a favor de MOVVIENDO.

<alhambraonline.org> registrado el 8 de febrero de 2013 por TOUR ALHAMBRA VIAJES S.L. y José Manuel Reche. Resuelve a una web semejante a la anterior en cuya página de inicio aparece destacada la información "ENTRADAS A LA ALHAMBRA DE GRANADA" y "COMPRA ENTRADA". En todas las páginas de esta web aparece en la esquina superior izquierda la expresión "Alhambra online" precedida de un dibujo, como si se tratase de una marca o logo. En el aviso legal, al momento de redactar la presente decisión, se informa de la titularidad del sitio a favor de MOVVIENDO, como en el caso anterior.

<granada-alhambra.com> registrada el 13 de mayo de 2009 por CITY TOUR ALHAMBRA VIAJES S.L. que redirecciona al nombre de dominio en disputa <alhambraonline.com> y, por tanto, con el mismo contenido de ésta.

## 5. Alegaciones de las Partes

### A. Demandante

El Demandante expone que es el PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y EL GENERALIFE (PAG), un organismo autónomo administrativo, creado por Ley 9/1985, de 28 de diciembre, con domicilio social en Granada. Incluida en el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el ejercicio 1986. Dicha Ley fue desarrollada por Decreto 107/2004, de 23 de marzo, por el que se declara bien de interés cultural, con la categoría de monumento, de la Alhambra y el Generalife de Granada. Según los Estatutos del PAG éste tiene encomendada la protección, administración y conservación del Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife, que fueron declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 1984, para lo cual emprende continuamente nuevos proyectos y actividades para la difusión de este legado entre los visitantes y la humanidad.

El Demandante es titular de una familia de marcas registradas y en vigor, entre las cuales cita la Demanda aquellas que han sido relacionadas en los Antecedente de hecho de esta decisión.

A continuación, el Demandante expone que al haberse registrado los nombres de dominio en disputa bajo la identificación “redacted for privacy” fue necesario que el Centro solicitara a los respectivos Agentes Registradores que develaran los nombres y circunstancias de cada titular de los nombres de dominio en disputa.

El Demandante, una vez conocidos estos datos, y al no ser los nombres de dominio en disputa titularidad de las mismas personas o entidades, procede a establecer la relación e interés común de todos ellos para tener la posibilidad de incluirlos en una misma Demanda.

El Demandante expone que D. José Manuel Reche, titular del nombre de dominio en disputa <alhambraonline.org> figura como CEO y Consejero delegado de la empresa MOVVIENDO y ésta comparte domicilio social con la sociedad City Tour Alhambra Viajes S.L. que es la titular del nombre de dominio en disputa <granada-alhambra.com> y respecto al nombre de dominio en disputa <alhambraonline.com> figura como registrante la empresa MOVVIENDO. A continuación, el Demandante reproduce la constitución de los órganos de administración de las tres empresas que aparecen, coincidiendo en todos el apellido Reche, lo cual -afirma el Demandante- significa que deben compartir una relación de parentesco e interés común y revela que los nombres de dominio en disputa deben estar bajo el mismo control de gestión. De todo ello, concluye que existe un conflicto común que permite la consolidación en un mismo procedimiento contra varios Demandados y nombres de dominio en disputa.

El Demandante afronta el primer requisito de la Política comenzando por aludir a la notoriedad de su gran familia de marcas, en las que destaca el vocablo “Alhambra” que ha sido reconocido como renombrado en numerosas decisiones de la Oficina española de Patentes y Marcas (OEPM). Respecto a la comparación entre los nombres de dominio en disputa y sus marcas argumenta que estos están formados por ese mismo vocablo “Alhambra” al que se han añadido términos descriptivos, como “online” o geográficos, como “Granada”, que no alteran la clara similitud con respecto a sus marcas, como tiene declarado la Sinopsis de las opiniones de los Grupos de Expertos de la OMPÍ sobre determinadas cuestiones relacionadas con la Política UDRP, tercera edición ([Sinopsis elaborada por la OMPÍ 3.0](#)) en su sección 1.8. De todo lo cual concluye que entre los nombres de dominio en disputa y sus marcas existe una semejanza que induce a riesgo de confusión.

En cuanto a la falta de derechos o intereses legítimos de la Demandada, alega que los nombres de dominio en disputa son posteriores a la fecha de creación del PAG en 1985 así como aquella en la que el Complejo Monumental de La Alhambra y el Generalife fuera declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO, e incluso, en algunos casos, los nombres de dominio en disputa son de fecha posterior a sus marcas.

El Demandante añade que todos los que figuran como titulares de los nombres de dominio en disputa tienen su domicilio en Granada y, por tanto, no podían desconocer la existencia del PAG y sus marcas en el momento del registro de los nombres de dominio en disputa, ninguno de los cuales coincide con su razón social. Afirma que ninguna de las personas que figuran como registrantes son titulares de marcas que contengan el vocable “Alhambra” <sup>1</sup>

El Demandante argumenta que la única finalidad de registrar los nombres de dominio en disputa fue la de atraer a los consumidores a sus respectivas páginas y obtener un prestigio indebido a costa del conocimiento y renombre de las marcas del PAG.

Finalmente, para sostener la falta de derechos o intereses legítimos, el Demandante se refiere también a que en las webs citadas, entre otros servicios, se da al usuario la posibilidad de comprar entradas para el Complejo Monumental de la Alhambra y el Generalife, lo que supone una infracción de la normativa reguladora de la adquisición de entradas en la que se sustituye el sistema de reparto de entradas a través de agentes autorizados por un procedimiento de compra directa bajo el sistema integral del PAG.

Respecto a la mala fe en el registro y el uso de los nombres de dominio en disputa, el Demandante comienza por reiterar el conocimiento previo que tenía la Demandada de la existencia del PAG, creado en 1985, del renombre adquirido por el Complejo Monumental y sus marcas -muchas de ellas anteriores a la fecha de registro de los nombres de dominio en disputa- así como del domicilio en la misma localidad que el Demandante. Argumenta, también, que los nombres de dominio en disputa incluyen el vocable “Alhambra”. Todo lo cual es ya prueba de mala fe en el registro y uso de los mismos puesto que inducen a confusión en los usuarios respecto al origen empresarial, aprovechándose así de la notoriedad y prestigio del PAG, obteniendo un beneficio económico y un aprovechamiento indebido de la fama del PAG y sus marcas.

El Demandante alega que la mercantil Global 3D Virtual Stories, S.L.<sup>2</sup> no es agente autorizado del PAG y, por este motivo, no está legitimada para el registro, mantenimiento y uso de los nombres de dominio en disputa, ofreciendo en sus páginas, al consumidor la posibilidad de conocer datos, visitar de manera virtual el Conjunto Monumental y adquirir entradas para visitarlo, sin estar permitido por la normativa, lo cual hará altamente probable que el consumidor piense que se encuentra ante una página web gestionada, afiliada o patrocinada de alguna forma por el PAG, circunstancia que no se ajusta a la realidad y perturba la actividad comercial del PAG.

El Demandante manifiesta, también, que el aviso legal de una página web, generalmente, resulta imperceptible para los visitantes que no se ven claramente informados de que no se trata de la página oficial del Demandante, como manifiesta la sección 3.7 de la [“Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0”](#)

El Demandante termina solicitando que los nombres de dominio en disputa le sean transferidos.

---

<sup>1</sup> El Demandante se refiere en numerosas ocasiones en este apartado a la empresa Global 3D Virtual Stories S.L. por figurar, en el aviso legal de los tres nombres de dominio en disputa, como titular y responsable de los mismos, cuando se redactó la Demanda. Sin embargo, la Experta no va a referirse a estas alegaciones ya que, al momento de redactarse esta decisión, el aviso legal ha sido modificado, figurando ahora como titular y responsable de los tres nombres de dominio en disputa, la Demandada, MOVVIENDO TOURISM GROUP, S.L.

<sup>2</sup> En el momento de redactar esta decisión, ha de entenderse referido a la empresa MOVVIENDO TOURISM GROUP S.L.

## B. Demandado

<sup>3</sup>La Demandada se presenta como MOVVIENDO TOURISM GROUP S.L., que ha absorbido por fusión a las empresas CITY TOUR ALHAMBRA VIAJES S.L., y GLOBAL 3D VIRTUAL STORIES, S.L., a las que indica que sucede en todos sus derechos y obligaciones y afirma ser, por tanto, titular de los tres nombres de dominio en disputa.

La Demandada argumenta que su actividad no consiste en la venta de entradas de la Alhambra, sino en la organización de visitas guiadas donde se ofrece al visitante la posibilidad de que sea el guía quien adquiera las entradas en su nombre.

En cuanto a la comparación entre los nombres de dominio en disputa y las marcas del Demandante, alega que el hecho de que el Demandante sea titular de marcas que contienen la denominación “Alhambra” no significa que ésta pueda usar de manera exclusiva y excluyente dicha denominación. Por el contrario, la Demandada afirma ser titular de la Marca nacional española No. 2.875.103, I LOVE ALHAMBRA, del Nombre Comercial No. 0.265.912, ALHAMBRA VIAJES y del Nombre Comercial No. 0.207353, CITY TOUR ALHAMBRA VIAJES S.L, registros que manifiesta le han sido cedidos. Por ello, argumenta, el Demandante carece de legitimidad para reivindicar los nombres de dominios en disputa.

Para reforzar la falta de legitimación del Demandante para reivindicar los nombres de dominio en disputa, apunta la existencia de numerosas marcas registradas que utilizan la denominación ALHAMBRA.

La Demandada se refiere a dos decisiones de la OMPI que desestimaron la Demanda interpuesta por la propia Demandante. Se trata del caso *Patronato de la Alhambra y el Generalife c. Alhambra Valparaíso Ocio y Cultura, S.L.*, Caso OMPI No. [D2015-0329](#) y *Patronato de la Alhambra y el Generalife c. Asociación Pedagógica y Cultural Alhambra*, Caso OMPI No. [D2015-0345](#).

La Demandada afirma que tiene derecho e interés legítimo en los nombres de dominio en disputa porque es una agencia de viajes que organiza visitas guiadas en el Conjunto Monumental de la Alhambra y, además, es titular de tres marcas (sic) con la denominación ALHAMBRA.

La Demandada niega que en los avisos legales de sus respectivas páginas web no trata de hacerse pasar por la web oficial del Demandante, sino, por el contrario, aclara que no lo es y que no vende solo entradas sino que lleva a cabo visitas guiadas, como ente privado ajeno al PAG.

La Demandada alega que los nombres de dominio en disputa no fueron registrados ni se usan de mala fe ya que tiene derechos de marca sobre el elemento denominativo de estos y realiza una actividad lícita que no incluye la reventa de entradas ni una comisión por dicha venta.

La Demandada termina solicitando que se dicte una resolución por la que se considere que los nombres de dominio en disputa siguen siendo de su propiedad y tiene derecho a utilizarlos.

---

<sup>3</sup> La Experta cree necesario poner de manifiesto que la Demandada, al comienzo de su Contestación, en lugar de referirse a la Política, el Reglamento y el Reglamento Adicional se refiere a la Política de Oposición de los Titulares de Marcas en el Período Inicial de Registro de un Nombre (la Política STOP) aprobada por la ICANN el 11 de mayo de 2001, el Reglamento de la Política de Oposición de los Titulares de Marcas en el Período Inicial de Registro de un Nombre aprobado por la ICANN el 11 de mayo de 2001 (el Reglamento de la Política STOP) y el Reglamento Adicional de la OMPI relativo a la Política de Oposición de los Titulares de Marcas en el Período Inicial de Registro de un Nombre (el Reglamento Adicional de la OMPI relativo a la Política STOP) que, como es sabido, sólo es aplicable a los nombres de dominio de nivel genérico superior .biz. Sin embargo, en aras a dar mayor agilidad al presente procedimiento, la Experta ha decidido proceder a examinar dicha Contestación al ser semejantes los requisitos exigidos.

## **6. Debate y conclusiones**

### **A. Idioma del procedimiento**

De acuerdo con el párrafo 11 del Reglamento, a menos que las Partes acuerden lo contrario o se especifique otra cosa en el Acuerdo de Registro, el idioma del procedimiento será el idioma del Acuerdo de Registro, sujeto a la autoridad de la Experta para determinar lo contrario. En efecto, el párrafo 10 de dicho Reglamento, con objeto de llevar a cabo el procedimiento con la debida celeridad, confiere al Experto la autoridad de tramitar el procedimiento de la forma que considere apropiada, garantizando que las Partes sean tratadas con igualdad y otorgando a cada Parte una oportunidad justa para presentar su caso.

En este caso, tanto el Demandante como la Demandada tienen su domicilio en Granada, (España), han presentado sus escritos en español y han solicitado que sea esta lengua la del procedimiento. Por otra parte, los documentos presentados por las Partes están redactados en lengua española así como los textos de las respectivas páginas web.

Por tanto, la Experta considera que, a pesar de que algún Agente registrador de los nombres de dominio en disputa establece el inglés como lengua del acuerdo de registro, se cumple lo dispuesto en los párrafos 10 y 11 del Reglamento, permitiendo que el idioma del procedimiento sea el español.

### **B. Consolidación en un solo procedimiento de varios demandados y nombres de dominio en disputa**

Al tratarse en este caso de varios nombres de dominio en disputa y varios titulares nominales de los mismos, el Demandante ha tenido que razonar la conexión e interés común de todos ellos. Por su parte, la Demandada manifiesta en su Contestación que acepta unificar en un solo procedimiento la presente reclamación al ser los tres nombres de dominio en disputa titularidad de MOVVIENDO.

La Experta considera que el Demandante ha probado la estrecha relación que existe entre las personas y empresas que aparecen como registrantes y la Demandada, aceptando dicha relación, se erige como única titular de los nombres de dominio en disputa. Por tanto, la Experta entiende que se cumple lo dispuesto en el párrafo 3(c) del Reglamento.

### **C. Identidad o similitud confusa**

El párrafo 15(a) del Reglamento encomienda a la Experta que examine la Demanda sobre la base de las manifestaciones y documentos aportados por las Partes, lo dispuesto en la Política y el propio Reglamento así como cualquier norma y principios de Derecho que considere aplicables.

Han de examinarse, a continuación, si concurren los tres requisitos cumulativos que el párrafo 4(a) de la Política exige para que la Demanda pueda ser estimada:

- (i) Que los nombres de dominio en disputa registrados por la Demandada sean idénticos o confusamente similares a una marca de productos o servicios sobre la que el Demandante tenga derechos.
- (ii) Que la Demandada carezca de derechos o intereses legítimos en relación con los nombres de dominio en disputa.
- (iii) Que los nombres de dominio en disputa hayan sido registrados y usado de mala fe.

El Demandante fundamenta su Demanda en su creación por Ley 9/1985, de 28 de diciembre que tiene encomendada en sus Estatutos, la protección, administración y conservación del Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife que fue declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 1984. Asimismo, apoya su reclamación en sus numerosas marcas registradas y en vigor que contienen el elemento denominativo "alhambra".

La Demandada opone la existencia de una marca y dos Nombres Comerciales que contienen el término “alhambra”, sobre el cual el Demandante no puede tener derecho exclusivo, existiendo, además, numerosos registros de marca a favor de terceros que contienen ese mismo vocablo.

La Experta entiende que no es éste el lugar indicado para juzgar circunstancias de los registros que se alegan por la Demandada que son ajenas a este primer elemento, por lo que se abordarán en el lugar correspondiente.

El hecho de que las marcas del Demandante sean posteriores al registro de uno de los nombres de dominio en disputa, no afecta al examen de la concurrencia del primer requisito exigido por la Política, como tienen declarado numerosas decisiones adoptadas en el marco de la Política y establece la sección 1.1.3. de la [“Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0”](#)

El nombre de dominio en disputa <alhambraonline.org> está formado por el vocablo “alhambra”, unido a la expresión “online” que en nada afecta a la conclusión sobre similitud confusa, en tanto que la marca relevante es reconocible dentro del nombre de dominio en disputa, como se recoge en la sección 1.8 de la [“Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0”](#).

Además, siguiendo las orientaciones de la [“Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0”](#), sección 1.7, cuando un nombre de dominio en disputa incorpora en su totalidad una marca registrada, o cuando al menos un elemento dominante de la marca es reconocible en el nombre de dominio en disputa se podrá considerar que éste es idéntico o confusamente similar a esa marca.

Por otra parte, el sufijo “.org” se refiere a la identificación técnica en el sistema de los nombres de dominio y no suele considerarse como relevante a la hora de juzgar la existencia del primer requisito. En definitiva, el nombre de dominio en disputa reproduce íntegramente el término “alhambra”, que se encuentra comprendido en todas las marcas del Demandante.

Al nombre de dominio en disputa <alhambraonline.com> le son aplicables los mismos razonamientos que acaban de exponerse en el primer caso. Y tampoco el sufijo “.com” es relevante en la comparación entre el nombre de dominio en disputa y las marcas del Demandante ya que, al igual que “.org”, se trata de la identificación técnica en el sistema de los nombres de dominio.

Y el nombre de dominio en disputa <granada-alhambra.com> está formado por ese mismo término “alhambra” precedido de un término geográfico como es “granada” que, además, coincide con la sede del Demandante y de la propia Demandada y donde se encuentra el Complejo Monumental. Se reitera lo que indica la sección 1.8 de la [“Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0”](#).

Por tanto, la Experta concluye que los nombres de dominio en disputa son confusamente similares a las marcas del Demandante, cumpliéndose el primer requisito establecido en el párrafo 4(a)(i) de la Política.

#### **D. Derechos o intereses legítimos**

Para la concurrencia de este segundo elemento se requiere que el Demandante acredite la inexistencia de derechos o intereses legítimos en la Demandada con respecto a los nombres de dominio en disputa. Sin embargo, ante la dificultad de una prueba negativa, constituye un principio ya consolidado, que basta con que el Demandante pruebe *prima facie* la inexistencia de tales derechos o intereses legítimos, puesto que la Demandada tendrá ocasión de presentar alegaciones y documentos que prueben lo contrario en su Contestación a la Demanda.

El Demandante alega que los nombres de dominio en disputa son posteriores a la fecha de creación del PAG en 1985 así como aquella en la que el Complejo Monumental de La Alhambra y el Generalife fuera declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 1984, habiendo adquirido, desde entonces una innegable notoriedad por lo que la Demandada no podía desconocer la existencia del PAG. Añade que estos no coinciden con la razón social de la Demandada y que ninguna de las personas que figuran como

registrantes son titulares de marcas que contengan el vocablo “Alhambra”. Por ello, argumenta que la única finalidad de registrar los nombres de dominio en disputa fue la de atraer a los consumidores a sus respectivas páginas y obtener un prestigio indebido a costa del conocimiento y renombre del PAG y sus marcas. Además, atribuye a la Demandada una infracción de la normativa reguladora de la adquisición de entradas para el Complejo Monumental, al ofrecer entradas para su venta.

La Demandada niega legitimación al Demandante para impugnar los nombres de dominio en disputa debido a que afirma ser titular de tres marcas que contienen el término “alhambra”.

Respecto a esta afirmación, la Experta ha de hacer notar que no se trata de tres marcas sino de (i) una marca española que distingue productos de la clase 18 (productos de cuero, baúles, marroquinería, etc) y de la clase 25 (vestidos, calzados y sombrerería) que nada tienen que ver con las visitas turísticas, organización de actividades culturales o servicios de audioguía y otros que se desarrollan a través de sus páginas web. El titular de esta marca que, además, fue solicitada en el año 2009, es Javier Reche que no es ninguno de los registrantes y no ha sido transferida a la Demandada MOVVIENDO que dice ser la titular. No ha de olvidarse que la cesión y transferencia de derechos ha de figurar en los Registros públicos oficiales (en este caso en la OEPM) para que surta efectos frente a terceros, (ii) un Nombre Comercial denominado “Alhambra Viajes”, solicitado en 2006, para organización de viajes, transporte y almacenaje de mercancías, que fue transferida a MOVVIENDO el 5 de octubre de 2023, y (iii) un Nombre Comercial denominado “City Tour Alhambra Viajes S.L.”, solicitado en 1996 para servicios propios de una agencia de viajes, que tampoco está transferido a MOVVIENDO. Por tanto, la Demandada es titular del Nombre Comercial “Alhambra Viajes” que, aunque no fue transferido a la Demandada hasta 2023, tiene sus efectos desde la fecha de su solicitud en 2006. La existencia de este registro a nombre de la Demandada, unido al desarrollo continuado de la actividad apuntarían a la posibilidad de que se hubieran generado unos derechos o intereses legítimos a favor de la Demandada a los efectos de la Política, no obstante, la Experta nota que el Demandante alega la infracción e incumplimiento de la Orden de 29 de mayo de 2023 por la que se actualiza la Normativa de Visita, Comercialización y Otros Usos Públicos del Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife (publicada en el B.O.J.A. núm. 121, de 27 de junio de 2023, la “Orden”). Tal y como señala la [Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0](#), en su sección 2.11, el segundo elemento hace referencia a un análisis de la conducta del demandado en el momento presente (es decir, al momento de la presentación de la Demanda). La Experta considera que el foro adecuado para analizar si la conducta de un demandado es o no contraria a dicha Orden no debería ser un procedimiento bajo la Política, siendo una cuestión cuya resolución correspondería a los tribunales competentes.

A la vista de lo anterior, y considerando la conclusión de la Experta respecto del tercer elemento, teniendo en cuenta que los requisitos bajo el párrafo 4(a) de la Política son cumulativos, no le parece a la Experta necesario llegar a una conclusión sobre si la Demandada carece de derechos o intereses legítimos en los nombres de dominio en disputa o no.

#### **E. Registro y uso del nombre de dominio de mala fe**

La Experta considera que, como afirma el Demandante, la Demandada debía tener conocimiento previo de la existencia del PAG y del Complejo Monumental mucho antes del registro de los nombres de dominio en disputa, como es obvio por la actividad desempeñada por la Demandada y atendiendo a la composición de los nombres de dominio en disputa. La Experta nota que el Complejo Monumental fue considerado en 1984 como Patrimonio Mundial por la UNESCO y la propia creación del PAG en 1985, habiendo transcurrido un plazo de tiempo muy extendido desde entonces.

Ha de recordarse que el nombre de dominio <alhambra-patronato.es> donde se aloja la página oficial del Demandante fue registrado el 1 de agosto de 1998, teniendo fuerte presencia en Internet. Cabe la posibilidad de que estos elementos, junto con otros que en su caso pudiera aportar la Demandante, podrían resultar relevantes a los efectos de que un tribunal competente considere la existencia una marca notoria. Sin embargo, no es este el foro para decidir sobre la notoriedad de la marca no registrada del Demandante, especialmente cuando la marca ALHAMBRA se corresponde con el nombre del Complejo Monumental. En este sentido, el conocimiento de la Demandada del Complejo Monumental, o incluso de la existencia del

PAG, en el momento del registro de los nombres de dominio en disputa, no implicaría *per se* una conducta de mala fe, especialmente cuando los nombres de dominio en disputa podrían haber sido registrados por el valor que tienen como referencia al Complejo Monumental, y teniendo en cuenta su uso continuado en el tiempo en relación con actividades que involucran al Complejo Monumental. La entrada en vigor en el año 2023 de la Orden, que entre otros busca regular la actividad de reventa de entradas, no parece relevante a los efectos de valorar una conducta en el momento del registro de los nombres de dominio en disputa, que tuvo lugar con anterioridad a la entrada en vigor de la Orden.

En cuanto a la venta de entradas, la Experta ha comprobado que en la página “www.alhambraonline.com”, se anuncian diversas clases de visitas todas las cuales incluyen la entrada a la Alhambra. La audioguía que se ofrece no es más que una App que el usuario debe descargarse en el idioma que prefiera. Tal y como se hizo referencia en el análisis del segundo elemento, el enjuiciamiento de la actividad de la Demandada, especialmente a la vista de la Orden, resulta un tema complejo que excede del ámbito de la Política (que fue creada para casos claros de ciberocupación en los que se produce el registro y uso abusivo de un nombre de dominio), por lo que la consideración de si la Demandada está incurriendo o no en una actividad prohibida por dicha Orden, es una cuestión que corresponde en su caso a los tribunales o autoridades españolas.

En definitiva, en base a las circunstancias expuestas, la Experta considera no cumplido el tercer requisito establecido en el párrafo 4(a)(iii) de la Política.

## **7. Decisión**

Por las razones expuestas, en conformidad con los párrafos 4.i) de la Política y 15 del Reglamento, la Experta desestima la Demanda.

*/María Baylos Morales/*

**María Baylos Morales**

Experta Única

Fecha: 15 de diciembre de 2023