

Processo C-133/20

Pedido de decisão prejudicial

Data de entrada:

11 de março de 2020

Órgão jurisdicional de reenvio:

Hoge Raad der Nederlanden (Supremo Tribunal, Países Baixos)

Data da decisão de reenvio:

6 de março de 2020

Recorrente:

European Pallet Association eV

Recorrido:

PHZ BV

[Omissis]

**HOG E RAAD DER NEDERLANDEN
[SUPREMO TRIBUNAL DOS PAÍSES BAIXOS]**

SECÇÃO CÍVEL

[Omissis]

6 de março de 2020

ACÓRDÃO

No processo:

EUROPEAN PALLET ASSOCIATION E.V., pessoa coletiva constituída ao abrigo do direito alemão, sediada em Münster, Alemanha,

RECORRENTE em sede de cassação,

a seguir «EPAL»,

[*Omissis*]

contra

PHZ B.V.,

sediada em Zoetermeer,

RECORRIDA em sede de cassação,

a seguir «PHZ»,

[*Omissis*]

1. Tramitação processual em sede de cassação

1.1 [*Omissis*]

1.2 [*Omissis*] [tramitação processual a nível nacional]

2. Antecedentes e matéria de facto

2.1 Em sede de cassação, dá-se como matéria assente o seguinte:

- (i) A EPAL é titular da marca nominativa/figurativa da União EPAL, com o número de registo 472415, inscrito em 22 de dezembro de 1998 para, designadamente, «paletes reutilizáveis» (classes 6 e 20). A marca foi apresentada como marca coletiva.
- (ii) Existe um sistema de direito privado para a estandardização das chamadas «paletes EUR/EPAL» (a seguir «sistema EPAL»). Este sistema implica que as paletes (a seguir «paletes Euro»), mesmo após a sua reparação, devem respeitar certas normas e especificações. Nos termos deste sistema, a produção e a reparação de paletes Euro, bem como a sua comercialização, estão reservadas a empresas que detêm uma licença de utilização concedida pela EPAL (a seguir «detentores de licença»).
- (iii) A EPAL é responsável pela gestão e controlo de qualidade das paletes Euro. Estas paletes são marcadas no bordo com as marcas EUR e/ou EPAL e são assim introduzidas no mercado. O objetivo da EPAL é criar e manter um sistema de *pool* aberto a nível mundial, em que a qualidade e as características das paletes sejam constantes, a fim de possibilitar a troca de paletes. Além disso, a EPAL também se dedica à prevenção da contrafação destas paletes.

- (iv) A PHZ não detém uma licença de utilização como a mencionada *supra* no ponto (ii). Em 2014, reparou e comercializou paletes Euro com a marca EPAL.

2.2.1 No presente processo, a EPAL pede, no que ora releva em sede de cassação:

- a declaração de direito de que a PHZ violou a marca e agiu ilicitamente ao reparar e comercializar paletes reparadas que foram originariamente introduzidas no mercado sob a marca EPAL;
- uma ordem de cessação da reparação e comercialização de paletes com a aposição da marca EPAL, sob pena de uma sanção pecuniária compulsória.

Para o efeito, a EPAL alega, resumidamente, que a PHZ não só reparou paletes Euro que tinham aposta a marca EPAL, como também as comercializou.

2.2.2 O Rechtbank Den Haag (Tribunal de Primeira Instância da Haia) julgou os pedidos procedentes na parte em que diziam respeito à comercialização das paletes Euro, mas negou provimento aos mesmos na parte em que diziam respeito à mera reparação das paletes Euro ¹.

2.2.3 O Gerechtshof Den Haag (Tribunal de Recurso da Haia) confirmou a sentença do Rechtbank Den Haag (Tribunal de Primeira Instância da Haia) na parte em que ordenava a PHZ a cessar, com efeitos imediatos a contar da notificação da sentença e com a cominação de uma sanção pecuniária compulsória, a comercialização das paletes com aposição da marca EPAL que foram reparadas pela PHZ e cujas reparações consistem em modificações ao estado das paletes que não são de importância secundária na aceção do Acórdão «Valeo» do Tribunal de Justiça do Benelux. Quanto ao restante, o Gerechtshof Den Haag anulou a sentença do Rechtbank Den Haag e negou provimento aos pedidos da EPAL ². Para o efeito, o Gerechtshof Den Haag considerou, no que ora releva em sede de cassação, o seguinte:

Não foi impugnada a proibição decretada pelo Rechtbank Den Haag quanto à comercialização de paletes que a própria PHZ reparou e quando as reparações consistem em «modificações ao estado das paletes que não são de importância secundária», na aceção do Acórdão «Valeo» do Tribunal de Justiça do Benelux (n.º 3.2).

As paletes Euro em causa no presente processo foram introduzidas no mercado pelo titular da marca ou com o seu consentimento. Por conseguinte, atendendo ao artigo 13.º do Regulamento n.º 207/2009 do Conselho, de 26

¹ [Omissis]

² [Omissis]

de fevereiro de 2009 [sobre a marca comunitária] (a seguir «RMC») – ainda aplicável ao presente processo –, a EPAL apenas pode proibir a comercialização posterior se existirem motivos legítimos que justifiquem que ela se oponha à comercialização posterior, designadamente quando o estado das paletes seja modificado ou alterado após a sua colocação no mercado (n.º 3.6).

Em sede de recurso, a EPAL esclareceu que é a danificação das paletes antes da reparação – e não a reparação em si – que constitui a modificação na aceção do artigo 13.º, n.º 2, do RMC. Ou seja (já) não encara a reparação como a modificação do estado das paletes. Isto significa que o pedido de declaração de violação não pode ser julgado procedente com base na existência de modificações na aceção do artigo 13.º, n.º 2, do RMC, uma vez que não foi alegado nem comprovado que a PHZ comercializava paletes danificadas (n.ºs 4.2 e 4.3).

A EPAL considera que, não obstante, existe um motivo legítimo na aceção do artigo 13.º do RMC, uma vez que a função de indicação de proveniência e a função de garantia de qualidade da marca EPAL já não são asseguradas pelo facto de as reparações serem efetuadas por alguém que não é detentor de licença (n.ºs 4.4 e 4.7).

O titular da marca pode opor-se à comercialização posterior sempre que exista um motivo legítimo e que a comercialização posterior prejudique ou possa prejudicar as funções da marca (n.º 4.5).

A função de indicação de proveniência é prejudicada, designadamente, quando a marca é usada na publicidade do revendedor de tal modo que é criada a impressão de que existe uma ligação comercial entre o revendedor e o titular da marca (neste caso, a EPAL e/ou os seus membros), nomeadamente que a empresa do revendedor pertence à rede de distribuição do titular da marca ou que existe uma ligação especial entre as duas empresas. A PHZ faz uma comercialização posterior das paletes que comprou. Ou seja, vende produtos em segunda mão e presume-se que os seus clientes saibam disso. A PHZ também menciona isso no seu sítio Internet, onde figura uma paleta Euro com a marca EPAL. Estas circunstâncias não são de natureza a poder dizer-se que é criada a impressão de que existe um vínculo económico entre a PHZ e a EPAL ou os seus membros, ou que o sítio Internet da PHZ prejudica seriamente a reputação da marca (n.º 4.9).

A marca coletiva da EPAL tem a função de garantir que estes produtos são provenientes de um membro/detentor de licença da EPAL (ou seja, com proveniência originária), o que garante a sua qualidade no momento da primeira comercialização. A marca não tem por função garantir a qualidade ulterior e também não garante que terceiros não efetuem reparações *a posteriori*. Por conseguinte, não é possível exigir, através de uma marca

coletiva, que as paletes – depois de terem sido introduzidas no mercado com o consentimento do titular da marca – sejam reparadas exclusivamente por membros e detentores de licença do titular da marca segundo determinadas normas a fim de manter a qualidade após a primeira comercialização. Assim, contrariamente ao que a EPAL alega, a função de indicação de proveniência não está em causa quando alguém que não é detentor de licença efetua reparações e se a qualidade constante das paletes Euro não puder ser garantida na comercialização posterior (n.º 4.10).

Pelo mesmo motivo acima mencionado, a garantia de qualidade e a função de investimento também não são afetadas. Além disso, a posição da EPAL de que as reparações efetuadas pela PHZ não alteram o estado dos produtos implica que a comercialização posterior das paletes reparadas pela PHZ não prejudica essas funções da marca, porque (pelos vistos) as paletes não foram modificadas após a reparação e, portanto, não podem ser consideradas como sendo qualitativamente inferiores ao que eram antes, pelo que não podem ser consideradas prejudiciais à reputação da marca EPAL. (n.º 4.11)

Os argumentos subsidiários da EPAL de que qualquer reparação efetuada por alguém que não seja detentor de licença implica uma modificação que não é de importância secundária são contraditórios e incompreensíveis, e são destituídos de relevância à luz do acima exposto (n.º 4.13).

Uma vez que nenhuma das funções da marca EPAL pode ser prejudicada pela comercialização posterior por parte da PHZ, não existem motivos legítimos na aceção do artigo 13.º, n.º 2, do RMC. (n.º 4.14) Por conseguinte, o direito à marca da EPAL encontra-se exaurido no que diz respeito às paletes Euro em causa no caso em apreço (n.º 5.1).

A EPAL baseou os seus pedidos, a título subsidiário, na existência de um ato ilícito. A EPAL fundamentou o pedido com o facto de que a PHZ, ao comercializar paletes da marca EPAL que não respeitam as normas do sistema EPAL, viola tal sistema. Assim, o pedido baseado no ato ilícito tem como fundamento, em substância, na alegação de que a PHZ utiliza a marca EPAL, pelo que estes motivos – tal como os pedidos baseados no direito à marca – devem ser igualmente rejeitados (n.º 5.3).

3. Apreciação do fundamento

3.1.1 A parte 1 do fundamento tem por objeto o argumento da EPAL de que tem um motivo legítimo para se opor a uma comercialização posterior das paletes pelo facto de o estado dessas paletes ter sido modificado ou alterado.

Nas partes 1.1.1 e 1.1.2 alega-se que o *Gerechthof Den Haag* (Tribunal de Recurso da Haia, a seguir «*Gerechthof*») (no n.º 4.2) errou ao não tomar em consideração que a EPAL sustentou ter um motivo legítimo, que consiste na manutenção do sistema EPAL, no seu controlo e na prevenção da sua

violação. Nestas partes do fundamento alega-se ainda que o *Gerechthof* errou ao não tomar em consideração que a EPAL sustentou que qualquer reparação por parte da PHZ (ou de outra entidade que não seja detentora da licença) deve ser considerada uma modificação que não é de importância secundária. Nos termos destas partes do fundamento, o facto de a EPAL ter alegado que o produto é modificado quando as paletes são danificadas antes de serem reparadas não impede que qualquer reparação efetuada pela PHZ deva ser considerada uma modificação que não é de importância secundária.

Na parte 1.1.3, é contestada a declaração do *Gerechthof* no n.º 4.3, alegando-se (resumidamente) que também pode existir uma modificação no caso de o produto não ter sido danificado.

Na parte 1.1.4 alega-se que o *Gerechthof*, no n.º 4.3, errou ao não tomar em consideração que a EPAL sustentou que o facto de as paletes terem sido reparadas pela PHZ não altera o facto de as paletes terem sido modificadas pela danificação.

Na parte 1.1.5 argumenta-se que o *Gerechthof*, no n.º 4.13, errou ao não tomar em consideração que resulta de jurisprudência constante que os argumentos invocados por uma parte a título subsidiário não podem ser rejeitados pelo mero facto de serem contraditórios como invocado a título principal.

3.1.2 Na parte 2 do fundamento sustenta-se que o *Gerechthof* (no n.º 4.5) cometeu um erro de direito, por ter seguido o critério de que um titular de marca apenas se pode opor à comercialização posterior se (i) existir um motivo legítimo e (ii) se a comercialização posterior puder prejudicar as funções da marca. Se o titular da marca tiver um motivo legítimo para se opor à comercialização posterior dos produtos, essa comercialização também prejudicará as funções da marca. Por conseguinte, de acordo com esta parte do fundamento, não se trata de dois critérios a preencher separadamente.

3.1.3 Na parte 3.1 alega-se, em primeiro lugar, que o *Gerechthof* (no n.º 4.9) não tomou em consideração que a pessoa que comercializa os produtos restaurados deve, em princípio, fazer tudo o que estiver razoavelmente ao seu alcance para esclarecer que se trata de produtos restaurados. Além disso, o *Gerechthof* não teve em conta que a impressão da existência de uma relação comercial entre a PHZ, por um lado, e a EPAL ou os seus membros, por outro, pode ser criada não apenas através da publicidade dos produtos em questão, mas também através da comercialização desses produtos e de qualquer utilização de um sinal igual ou semelhante à marca. Pode ser relevante saber, por exemplo, se a criação da impressão errada de uma relação económica entre o titular da marca e o terceiro é evitada por meio de rotulagem. Neste contexto, referem-se, nesta parte do fundamento, o

Acórdão Valeo do Tribunal de Justiça do Benelux ³, o Acórdão Viking Gas/Kosan Gas do Tribunal de Justiça da União Europeia ⁴ e o Acórdão Kool/Primagaz do Supremo Tribunal dos Países Baixos ⁵.

3.1.4 A parte 3.2 é dirigida contra a conclusão do *Gerechtshof* (n.º 4.10) de que a marca não tem a função de garantir a qualidade após a primeira comercialização, que também não garante que terceiros não efetuem reparações e que não é possível exigir, através de uma marca coletiva, que as paletes – depois de terem sido introduzidas no mercado com o consentimento do titular da marca – sejam reparadas exclusivamente por certas pessoas coletivas (que são os seus membros e detentores da licença) segundo determinadas normas, a fim de manter a qualidade após a primeira comercialização.

Na parte 3.2.1 alega-se que o *Gerechtshof* errou ao não reconhecer que, no que diz respeito às funções da marca EPAL, não se trata apenas da qualidade no momento da primeira comercialização, mas sobretudo depois disso. Isso tem que ver com a natureza dos produtos, que podem ser trocados entre si, são reutilizáveis (inúmeras vezes) e são frequentemente carregadas com muito peso. Por conseguinte, a produção e a reparação das paletes devem ser sujeitas a normas elevadas e os utilizadores devem poder confiar que as paletes satisfazem essas normas.

Na parte 3.2.2 sustenta-se que o *Gerechtshof*, com a última frase do n.º 4.10, não reconheceu que a EPAL alegou que apenas a comercialização posterior das paletes reparadas pela PHZ que contém a sua marca constitui uma violação ao seu direito de marca. Com efeito, a EPAL defendeu que a PHZ, se quiser reparar as paletes Euro mas não quiser ser associada à EPAL deve remover as marcas EPAL ou pintá-las, de modo a dar a conhecer ao público que se trata de paletes restauradas. De acordo com esta parte do fundamento, é possível remover a marca coletiva da EPAL sem afetar a utilidade e/ou a aparência do produto.

Na parte 3.2.3 avança-se que o *Gerechtshof* (no n.º 4.10) errou ao não tomar em consideração a natureza da marca coletiva nem os aspetos que lhe são inerentes. O regulamento aplicável à marca coletiva EPAL estabelece requisitos quer para os membros da EPAL quer para a utilização da marca por parte dos membros da EPAL. Por conseguinte, a marca tem realmente a função de garantir a qualidade após a primeira comercialização. Na parte 3.2.4 alega-se que o *Gerechtshof* cometeu um erro de direito em

³ Acórdão do Tribunal do Benelux de 6 de novembro de 1992 [*Omissis*] [processos A 89/1 e A 91/1]

⁴ Acórdão do TJUE de 14 de julho de 2011, processo C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485

⁵ Acórdão do Supremo Tribunal dos Países Baixos de 5 de janeiro de 2018, ECLI:NL:HR:2018:10

relação à função de indicação de proveniência ao aceitar que esta função apenas poderá estar em causa no momento da primeira comercialização, mas não a seguir. Com efeito, nos casos mencionados no artigo 13.º, n.º 2, do RMC trata-se, por definição, da comercialização posterior dos produtos, depois de estes terem sido colocados no mercado.

3.1.5 A parte 4 do fundamento dirige-se contra a declaração do *Gerechtshof* (no n.º 5.3) de que os pedidos da EPAL, na parte em que se baseiam num ato ilícito, têm o seu fundamento, a última análise, na alegação de que a PHZ utiliza a marca EPAL e, por esse motivo, devem ser rejeitados, tal como os pedidos baseados no direito à marca. De acordo com a parte 4.1, o *Gerechtshof* não teve em conta que a EPAL alegou que a PHZ não efetua as reparações em conformidade com as exigentes normas e especificações de qualidade e não cumpre as restantes obrigações que os membros da EPAL devem cumprir, mas que ainda assim a PHZ comercializa as paletes como sendo paletes Euro. Desta forma, a PHZ beneficia, em detrimento da EPAL e dos seus membros, do sistema EPAL, fazendo concorrência desleal e prejudicando a associação EPAL e o respetivo sistema. Nesta parte alega-se que o *Gerechtshof* errou ao não investigar se esta atuação é ilícita em relação à EPAL enquanto titular da marca coletiva.

3.2.1 Todas as partes do fundamento, salvo a parte 4, têm por objeto objeções relativamente à questão de saber se a EPAL pode, invocando a sua marca coletiva e ao abrigo do artigo 13.º, n.º 2, do RMC (ainda aplicável ao presente processo) (ou seja, a versão de 2009), opor-se à comercialização posterior sob a marca EPAL por parte da PHZ, que não é membro nem detentor de licença da EPAL, de paletes introduzidas no mercado pela EPAL sob aquela marca, na medida em que tais paletes tenham sido reparadas pela PHZ.

3.2.2 Nos termos do artigo 13.º, n.º 2, em conjugação com o artigo 13.º, n.º 1, do RMC, essa oposição apenas é possível se a EPAL tiver motivos legítimos para tal, o que, de acordo com a letra da referida disposição, sucede nomeadamente sempre que o estado dos produtos seja modificado ou alterado após a sua colocação no mercado.

3.2.3 O Tribunal de Justiça da União Europeia ainda não se pronunciou quanto à questão de saber se (e, em caso afirmativo, em que condições) a comercialização posterior de produtos de marca reparados por quem não seja detentor de licença pode constituir um motivo legítimo para o titular da marca de se opor à comercialização posterior de produtos sob a sua marca.

3.2.4 A primeira questão que se levanta nesta questão central é a de saber se a «teoria das funções» introduzida pelo Tribunal de Justiça no âmbito da interpretação (em especial) do artigo 5.º, n.º 1, alínea a), da Diretiva 89/104 em matéria de marcas quanto ao âmbito de proteção da marca – as funções de indicação de proveniência e de garantia da qualidade, bem como as de

comunicação, de investimento e de publicidade ⁶ – também desempenha um papel na aplicação do artigo 13.º, n.º 2, do RMC e, em caso afirmativo, se se trata da interpretação do conceito de «motivos legítimos» ou de um requisito adicional que deve ser preenchido para que o titular da marca se possa opor com êxito à comercialização posterior. Levanta-se ainda a questão de saber se se pode falar de «motivos legítimos» em circunstâncias em que uma ou mais das funções possam ser prejudicadas em razão da comercialização posterior.

3.2.5 É concebível que, para a possibilidade de o titular da marca se opor à comercialização posterior de produtos reparados, seja relevante saber se (a) se trata de produtos cuja reparação, por exemplo para efeitos da sua segurança, deve ser sujeita a importantes requisitos de ordem técnica e (b) se, em caso de reparação, se trata ou não de uma modificação do produto de importância secundária (como se exigia na jurisprudência do Tribunal de Justiça do Benelux de acordo com a legislação do Benelux então em vigor ⁷). Ou seja, trata-se da questão de saber se a natureza dos produtos em causa ou da reparação efetuada é relevante para a questão relativa aos motivos legítimos.

3.2.6 Nisto, levanta-se igualmente a questão de saber se determinadas circunstâncias extraordinárias, como as do caso em apreço, referidas *supra* no n.º 2.1, pontos (ii) e (iii), podem ser relevantes na apreciação da existência de um motivo legítimo.

3.2.7 Atendendo ao que foi decidido pelo Tribunal de Justiça da União Europeia no seu Acórdão no processo Viking Gas/Kosan Gas ⁸ é possível que se deva concluir que existem motivos legítimos sempre que a marca seja utilizada de forma a poder criar a impressão de que existe uma ligação económica entre o titular da marca (ou os respetivos detentores de licença) e a pessoa que realiza a comercialização posterior dos produtos – especificamente a impressão de que ela pertence à rede de distribuição do titular da marca ou que existe uma ligação especial entre ambos. Por outro lado, é possível que, à luz do referido acórdão, se deva concluir que não existem motivos legítimos quando após a reparação ficar esclarecido que a reparação das paletes não foi efetuada pelo titular da marca ou por um detentor da licença. Isso pode ser feito através de rotulagem, eventualmente em combinação com a remoção da marca. Possivelmente é relevante saber se a marca pode ser facilmente removida sem comprometer a qualidade técnica ou a utilidade prática das paletes.

⁶ V. Acórdão do TJUE de 19 de setembro de 2013, processo C-661/11, ECLI:EU:C:2013:577 (Martin Y Paz/Depuydt)

⁷ Acórdão do Tribunal do Benelux de 6 de novembro de 1992 [*Omissis*] [processos A 89/1 e A 91/1] (Automotive/Valeo)

⁸ Acórdão do TJUE de 14 de julho de 2011, processo C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485

3.2.8 Tendo em conta que, no caso em apreço, se trata de uma marca coletiva, levanta-se ainda a questão de saber se a resposta às questões acima expostas é igualmente aplicável, ainda que em menor medida, a uma marca coletiva. Para tal, é importante referir que o RMC (ou seja, a versão de 2009), contrariamente ao Regulamento 2017/1001 sobre a marca da União, não prevê a marca de certificação, pelo que o RMC pode ter de ser interpretado no sentido de que a marca coletiva, atendendo também ao previsto no artigo 67.º do RMC, confere uma garantia de qualidade que vai para além da garantia dada no momento da primeira comercialização (ou seja, a comercialização por parte do titular da marca ou dos seus membros).

3.2.9 Uma vez que o TJUE ainda não se pronunciou sobre estas questões de direito que são relevantes para a decisão da causa, o Hoge Raad submete ao TJUE as questões prejudiciais formuladas *infra*.

[*Omissis*] [suspensão da instância]

4. [*Omissis*]

[*Omissis*] [dados processuais]

5. Questões prejudiciais

1.

(a) Para que o artigo 13.º, n.º 2, do [Regulamento n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca comunitária (a seguir «RMC»)], possa ser validamente invocado, é necessário que a comercialização posterior dos produtos da marca em causa prejudique ou possa prejudicar as funções da marca referidas no n.º 3.2.4 da presente decisão?

(b) Em caso de resposta afirmativa à questão 1(a), trata-se de um requisito estabelecido para além do requisito da existência de «motivos legítimos»?

(c) Para que o artigo 13.º, n.º 2, do RMC possa ser validamente invocado, basta que sejam prejudicadas uma ou várias das funções da marca referidas na questão 1(a)?

2.

(a) Pode afirmar-se, em geral, que um titular de marca pode opor-se, ao abrigo do artigo 13.º, n.º 2, do RMC, à comercialização posterior de produtos sob a sua marca no caso de esses produtos terem sido reparados por terceiros que não sejam nem o titular da marca nem alguém que o titular tenha autorizado a efetuar reparações?

(b) Em caso de resposta negativa à questão 2(a), a existência de «motivos legítimos» na aceção do artigo 13.º, n.º 2, do RMC, após a reparação por um terceiro de produtos colocados no mercado pelo titular da marca ou com o seu consentimento, depende da natureza dos produtos ou da natureza da reparação efetuada (como exposto *supra* no n.º 3.2.5) ou depende ainda de outras circunstâncias, como as circunstâncias extraordinárias do caso em apreço, mencionadas *supra* nos pontos (ii) e (iii) do n.º 2.1 da presente decisão?

3.

(a) Está excluída a oposição do titular da marca, na aceção do artigo 13.º, n.º 2, do RMC, à comercialização posterior de produtos reparados por terceiros sempre que a marca seja utilizada de forma a não criar a impressão de que existe uma ligação económica entre o titular da marca (ou os respetivos detentores de licença) e aquele que comercializa posteriormente os produtos, por exemplo se, através da remoção da marca e/ou de rotulagem adicional, for evidente, após a reparação, que esta não foi efetuada pelo titular da marca ou com o seu consentimento, nem por um dos detentores da licença?

(b) É relevante a este respeito saber se a marca pode ser facilmente removida sem comprometer a qualidade técnica ou a utilidade prática das paletes?

4.

É relevante, para a resposta às questões anteriores, que se trate de uma marca coletiva nos termos do RMC e, em caso afirmativo, de que forma?

6. Decisão

[*Omissis*]

[*Omissis*] [O Hoge Raad submete as questões prejudiciais acima formuladas e suspende a instância]

[*Omissis*] [fórmula de cortesia]

Assinaturas

[*Omissis*]