



The Body Shop não pode registar «SPA WISDOM» como marca comunitária

O termo «spa» não é um termo genérico para produtos cosméticos

Em 2010, The Body Shop International, com sede em Littlehampton (Reino Unido), apresentou um pedido de registo de marca comunitária ao Instituto de Harmonização do Mercado Interno (IHMI) ¹. Tratava-se do sinal nominativo SPA WISDOM. O registo tinha por objeto, nomeadamente, os produtos cosméticos.

A Spa Monopole, Compagnie fermière de Spa, com sede em Spa (Bélgica), deduziu oposição a esse registo. A sua oposição baseou-se em várias marcas anteriores registadas no Benelux, que utilizam o termo «spa», entre as quais a marca nominativa SPA, que visa nomeadamente as águas minerais e gasosas.

Em janeiro de 2014, o IHMI considerou procedente a oposição e indeferiu, na íntegra, o pedido de registo da marca SPA WISDOM. Considerou que existia um risco de que a utilização da mesma beneficiasse indevidamente do carácter distintivo ou do prestígio da marca anterior da Spa. Em 26 de março de 2014, The Body Shop interpôs recurso para o Tribunal Geral da União Europeia a fim de obter a anulação da decisão do IHMI.

No seu acórdão de hoje, o Tribunal Geral nega provimento ao recurso interposto por The Body Shop.

Confirma, assim, a sua jurisprudência anterior ², declarando que o termo «spa» pode, eventualmente, constituir um termo genérico e descritivo dos espaços dedicados à hidroterapia, como os hammams ou as saunas, mas não dos produtos cosméticos, pelo facto de o nexo entre os produtos cosméticos e os centros de hidroterapia não ser de tal ordem que permita alargar àqueles o carácter genérico ou descritivo dessa palavra.

O Tribunal Geral precisa que os produtos visados pela marca nominativa SPA, a saber, as águas minerais, podem ser utilizados como ingredientes para os produtos cosméticos. Assim, existe entre estes dois tipos de produtos uma certa proximidade, reforçada pelo facto de as empresas exploradoras de águas minerais venderem, por vezes, produtos cosméticos compostos por águas minerais.

Consequentemente, tendo em conta o público-alvo dos sinais em conflito, a saber, o grande público dos países do Benelux, o grau de semelhança médio entre os referidos sinais, a proximidade dos produtos designados pelos sinais em conflito e o grande renome da marca SPA, o IHMI não cometeu um erro ao considerar que o público pertinente poderia estabelecer um nexo entre os sinais em conflito.

Além disso, o Tribunal Geral salienta que a imagem da marca SPA e a mensagem que a mesma veicula remetem para a saúde, a beleza, a pureza e a riqueza em minerais. O mesmo se aplica

¹ Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca comunitária (JO L 78, p. 1).

² Acórdãos de 25 de março de 2009, L'Oréal/IHMI – Spa Monopole (SPALINE) (processo [T-21/07](#)), e L'Oréal/IHMI – Spa Monopole (SPA THERAPY) (processo [T-109/07](#)).

aos produtos cosméticos. Com efeito, estes visam preservar, tratar e purificar a pele e prosseguem um objetivo de beleza.

O Tribunal Geral conclui, assim, que o IHMI teve razão em considerar que havia o risco de a utilização de SPA WISDOM beneficiar indevidamente do renome da marca SPA e da imagem veiculada pela mesma, pelo que a comercialização dos produtos visados pela marca requerida por The Body Shop seria facilitada pela sua associação à marca anterior.

NOTA: Da decisão do Tribunal Geral pode ser interposto recurso, limitado às questões de direito, para o Tribunal de Justiça, no prazo de dois meses a contar da sua notificação.

NOTA: O recurso de anulação destina-se a obter a anulação dos atos das instituições da União contrários ao direito da União. Os Estados-Membros, as instituições e os particulares podem, sob certas condições, interpor no Tribunal de Justiça ou no Tribunal Geral um recurso de anulação. Se o recurso for julgado procedente, o ato é anulado. A instituição em causa deve providenciar no sentido de colmatar o eventual vazio jurídico criado pela anulação do ato.

NOTA: A marca comunitária é válida em todo o território da União Europeia e coexiste com as marcas nacionais. Os pedidos de registo de uma marca comunitária são dirigidos ao IHMI. Pode ser interposto recurso das decisões do IHMI para o Tribunal Geral.

Documento não oficial, para uso exclusivo dos órgãos de informação, que não envolve a responsabilidade do Tribunal Geral

O [texto integral](#) do acórdão é publicado no sítio CURIA no dia da prolação

Contacto Imprensa: Cristina López Roca ☎ (+352) 4303 3667