



Imprensa e Informação

Tribunal Geral da União Europeia  
**COMUNICADO DE IMPRENSA n.º 12/19**

Luxemburgo, 8 de fevereiro de 2019

Acórdão no processo T-647/17  
Serendipity Srl e o./EUIPO

**O Tribunal Geral da UE anula a decisão do EUIPO que recusou o registo da marca figurativa «Chiara Ferragni» como marca da União Europeia.**

Em 2015, empresários italianos requereram ao Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia («EUIPO») o registo, nomeadamente para produtos pertencentes às classes 18 e 25 na aceção da Classificação Internacional<sup>1</sup>, da seguinte marca da União Europeia, por eles explorada:



Uma sociedade neerlandesa deduziu oposição ao registo desta marca figurativa, tendo invocado um risco de confusão com a marca nominativa anterior «Chiara» registada no Benelux em 2015 para produtos pertencentes, nomeadamente, à classe 25.

Na sequência desta oposição, o EUIPO, em 2017, recusou o registo da marca figurativa «Chiara Ferragni» como marca da União Europeia, nomeadamente para «Sacos; mochilas com uma alça; estojos para chaves; bolsas de couro» pertencentes à classe 18 bem como para todos os produtos pertencentes à classe 25, por considerar que existia um risco de confusão entre os sinais em causa.

Os empresários que exploram a marca «Chiara Ferragni» pediram ao Tribunal Geral da União Europeia que anulasse a decisão do EUIPO.

No seu acórdão hoje proferido, **o Tribunal Geral anula a decisão do EUIPO.**

O Tribunal Geral começa por observar que o consumidor médio apreende uma marca como um todo e que a marca cujo registo é pedido é uma marca complexa, composta simultaneamente por elementos nominativos e por elementos figurativos. É, com efeito, composta por dois elementos nominativos «chiara» e «ferragni», em maiúsculas pretas, sendo as letras «i» enfatizadas em negrito (*bold*), e por um elemento figurativo colocado por cima dos elementos nominativos, o qual é constituído por um desenho que representa um olho de cor azul celeste com pestanas pretas compridas. Estas pestanas compridas assemelham-se às letras «i» das palavras «chiara» e «ferragni». O Tribunal Geral sublinha que a natureza altamente estilizada, a cor, a posição e o tamanho do elemento figurativo serão suscetíveis de desviar a atenção do público do elemento nominativo, colocado na parte inferior da marca pedida. Em substância, o elemento figurativo da

<sup>1</sup> Classe 18: «Sacos; mochilas com uma alça; sacos de equipamento [com formato cilíndrico]; peles de animais; imitações de couro; malas de viagem; bolsas de couro; estojos para chaves [marroquinaria]; chapéus-de-chuva». Classe 25: «Vestuário; camisas; suéteres; calças; saias; calças de ganga; fatos de banho; camisolas interiores; T-shirts; calções [calças curtas]; vestuário de desporto; lingerie; chapelaria; calçado».

marca pedida é pelo menos tão distintivo como todos os elementos nominativos desta marca considerada no seu todo. Por conseguinte, o EUIPO cometeu um erro quando atribuiu mais importância ao elemento nominativo «chiara» do que ao elemento figurativo.

Em seguida, o Tribunal Geral analisa a semelhança das marcas em conflito do ponto de vista visual, fonético e conceptual.

No que respeita à semelhança visual, o Tribunal Geral salienta que, embora a marca nominativa anterior «chiara» esteja inteiramente retomada nos elementos nominativos da marca pedida «chiara ferragni», o elemento figurativo desta última tem um impacto significativo na impressão visual global. O Tribunal Geral conclui que **os dois sinais em conflito têm, quando muito, um reduzido grau de semelhança visual.**

Do ponto de vista fonético, o Tribunal Geral constata que o elemento de diferenciação «ferragni», atendendo ao seu comprimento, é foneticamente mais importante do que o elemento de semelhança «chiara», ainda que esteja colocado depois deste último. Por conseguinte, **os dois sinais em conflito apresentam um grau de semelhança fonético «médio», ou mesmo «reduzido».**

O Tribunal Geral afirma, além disso, que **os dois sinais em conflito são diferentes no plano conceptual**, uma vez que a marca pedida identifica uma pessoa específica, ao passo que a marca nominativa anterior remete apenas para um nome próprio sem identificar uma pessoa específica.

Em seguida, o Tribunal Geral procede à análise do risco de confusão entre as duas marcas e afirma que, não obstante a identidade ou a semelhança dos produtos em causa, **as diferenças entre os sinais em causa, nomeadamente no plano visual, constituem motivos suficientes para afastar a existência de um risco de confusão na perceção do público.**

Com efeito, sendo os produtos em questão geralmente vendidos em lojas de venda livre, nas quais a compra se baseia principalmente numa escolha visual, as diferenças entre as duas marcas excluem que os consumidores possam pensar que os produtos provêm da mesma empresa ou de empresas economicamente ligadas entre si quando os produtos ostentem as marcas em conflito. **O Tribunal conclui assim que o EUIPO cometeu um erro quando constatou que existe um risco de confusão.**

---

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

**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.

---

*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