

Processo T-128/00

Procter & Gamble Company
contra
Instituto de Harmonização do Mercado Interno
(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)

«Marca comunitária — Forma de um produto para máquina de lavar roupa ou louça — Marca tridimensional — Motivo absoluto de recusa — Artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 40/94»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Segunda Secção) de 19 de Setembro de 2001 II-2789

Sumário do acórdão

1. *Marca comunitária — Processo de recurso — Recurso para o juiz comunitário — Recurso de anulação — Interesse em agir (Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 63.º)*

2. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Sinais susceptíveis de constituir uma marca — Formas — Condição — Carácter distintivo*
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigos 4.º e 7.º, n.º 1, alínea b)]
3. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Marcas tridimensionais constituídas pela forma e pelo desenho do produto — Carácter distintivo — Critérios de apreciação*
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea b)]
4. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Elementos de apresentação de uma marca tridimensional evocando determinadas qualidades do produto sem no entanto serem descritivos — Incidência na apreciação do carácter distintivo*
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c)]
5. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Marca tridimensional — Pastilha quadrada com um rebordo canelado e cantos biselados, mosqueada e com uma incrustação quadrada, para produtos de limpeza*
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea b)]

1. Um recurso interposto ao abrigo do artigo 63.º do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária só é admissível se o recorrente tiver interesse na anulação do acto em causa. Este interesse pressupõe que a anulação desse acto seja susceptível, por si só, de produzir efeitos jurídicos.

que a forma do produto se conta entre os sinais susceptíveis de constituir uma marca comunitária. A aptidão geral de uma categoria de sinais para constituir uma marca não implica no entanto que os sinais dessa categoria possuam necessariamente um carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 em relação a um produto ou a um serviço determinado.

(cf. n.º 12)

(cf. n.º 47)

2. Resulta do artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária

3. O artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca

comunitária não distingue entre as diferentes categorias de marcas. Os critérios de apreciação do carácter distintivo das marcas tridimensionais compostas pela forma do próprio produto não são diferentes dos aplicáveis às outras categorias de marcas.

Há, no entanto, que ter em conta, no quadro da aplicação destes critérios, o facto de a percepção do público visado não ser necessariamente a mesma no caso de uma marca tridimensional constituída pela forma e pelo desenho do próprio produto e no caso de uma marca verbal, figurativa ou tridimensional que não seja constituída pela forma do produto. Com efeito, se é certo que o público está habituado a apreender imediatamente estas últimas marcas como sinais identificadores do produto, já o mesmo não acontece necessariamente quando o sinal se confunde com o aspecto do próprio produto.

(cf. n.ºs 50-51)

lidades do produto, sem poderem, por isso, ser considerados uma indicação descritiva na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, que conferem necessariamente um carácter distintivo à marca. Com efeito, esse carácter não existe quando o público visado é levado a apreender a presença dos referidos elementos como a evocação de certas qualidades do produto, e não como a indicação da sua origem.

(cf. n.º 58)

5. Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, será recusado o registo «de marcas desprovidas de carácter distintivo». Tratando-se, aqui, do registo pedido para produtos de limpeza de uma marca tridimensional apresentando-se sob a forma de uma pastilha quadrada com um rebordo canelado e cantos biselados, mosqueada e com uma depressão quadrada escura no centro, não sendo reivindicada nenhuma cor, a mesma não tem carácter distintivo.

4. Não se pode deduzir dos elementos de apresentação de uma marca tridimensional que evocam determinadas qua-

Com efeito, atendendo à impressão de conjunto que sobressai da forma e do desenho da pastilha em causa, a marca

pedida, que faz parte das variantes na apresentação do produto em causa que vêm naturalmente à mente, não permite, ao público visado, na falta de qualquer elemento de apresentação suplementar susceptível de influenciar a percepção do consumidor, distinguir esses produtos dos que têm outra

origem comercial, quando efectua a sua escolha no acto da compra.

(cf. n.ºs 60, 63, 68)