

Processo T-387/03

Proteome Inc.

contra

**Instituto de Harmonização do Mercado Interno
(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)**

«Marca comunitária — Marca nominativa BIOKNOWLEDGE — Motivos absolutos de recusa — Artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento (CE) n.º 40/94 — Sinal descritivo»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Terceira Secção) de 19 de Janeiro de 2005 II - 193

Sumário do acórdão

Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações que podem servir para designar as características de um produto — Sinal nominativo «BIOKNOWLEDGE» [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea c)]

Pode servir para designar, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, do ponto de vista do público especializado dos sectores médico, farmacêutico ou de outras ciências de vida, bem como do sector dos cuidados, as características essenciais dos produtos e serviços visados no pedido da marca o vocábulo BIOKNOWELEDGE cujo registo é pedido para determinados produtos e serviços que contenham ou permitam aceder a informações sobre os organismos e abrangidos pelas classes 9, 16 e 42 na acepção do Acordo de Nice.

do vocábulo BIOKNOWLEDGE, a saber, uma ou várias informações específicas sobre os organismos vivos, ou seja, informações que lhes são próprias, por um lado, e os produtos e serviços em causa, por outro, não é demasiado vago e indeterminado, pelo que existe, do ponto de vista deste público, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sentido desse vocábulo e as características dos referidos produtos e serviços. Além disso, a estrutura do vocábulo BIOKNOWLEDGE não pode ser entendida como invulgar pelos consumidores em causa, pois é conforme com as regras inglesas de composição das palavras.

Com efeito, na medida em que o público pertinente é constituído por especialistas das ciências da vida e do sector dos cuidados, o nexo existente entre o significado potencial

(cf. n.ºs 28, 32, 34, 35, 41, 42)