

Processo T-355/00

DaimlerChrysler AG

contra

Instituto de Harmonização do Mercado Interno

(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)

«Marca comunitária — Sintagma TELE AID — Motivos absolutos de recusa — Artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento (CE) n.º 40/94»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Segunda Secção Alargada) de
20 de Março de 2002 II-1943

Sumário do acórdão

1. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações podendo servir para designar as características de um produto — Objectivo — Imperativo de disponibilidade — Alcance do exame*
[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea c)]

2. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Pedido de registo de um sinal para todos os serviços pertencentes à mesma categoria — Apreciação do carácter descritivo do sinal relativo a todos os serviços [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea c)]*
3. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações podendo servir para designar as características de um produto — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Sintagma «TELE AID» [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.ºs 1, alíneas b) e c), e 2]*
4. *Marca comunitária — Definição e obtenção da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações podendo servir para designar as características de um produto — Apreciação do carácter descritivo de um sinal — Tomada em consideração apenas das categorias de produtos e/ou de serviços referidas no pedido de registo [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea c)]*

1. O artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, que impede que os sinais ou indicações nele referidos sejam reservados a uma única empresa com base no seu registo como marca, prossegue um fim de interesse geral, que exige que tais sinais ou indicações possam ser livremente utilizados por todos. A aplicação desta disposição não depende da existência de um imperativo de disponibilidade concreto, actual e sério, de tal modo que há unicamente que examinar, com base num dado significado do sinal em causa, se existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sinal e as categorias de produtos ou serviços para os quais o registo é pedido.
2. Quando é feito o pedido de registo de um sinal como marca comunitária sem distinção para uma categoria de serviços no seu conjunto e este sinal não é descritivo em relação a todos os serviços pertencentes a esta categoria, o motivo de recusa previsto no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 aplica-se no entanto a esse sinal relativamente a toda a categoria em causa.

(cf. n.º 34)

(cf. n.ºs 24, 27, 28)

3. Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, será recusado o registo «de marcas compostas exclusi-

vamente por sinais ou indicações que possam servir, no comércio, para designar a espécie, a qualidade, [...] o destino [...] do produto ou da prestação do serviço, ou outras características destes». Além disso, o artigo 7.º, n.º 2, do Regulamento n.º 40/94 determina que «o n.º 1 é aplicável mesmo que os motivos de recusa apenas existam numa parte da Comunidade».

Tratando-se, a este respeito, do pedido de registo do sintagma TELE AID para os «serviços de reparação de veículos automóveis; serviços de assistência em caso de avarias», « direcção de operações e coordenação de meios de socorro e assistência a sinistrados», «serviços de reboque, serviços de pronto-socorro», e «prestação de serviços de um centro informático, incluindo serviços de localização e determinação da posição de veículos» este sintagma, lido no seu conjunto, pode servir para designar tanto a espécie como a qualidade destes serviços, dado que os mesmos constituem formas específicas de ajuda. O facto de a ajuda ser prestada à distância deve ser, por outro lado, considerado uma qualidade desses serviços que é susceptível de entrar em linha de conta no momento da escolha pelo público-alvo e que, por esta razão, constitui uma característica essencial de tais serviços. Existe, assim, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sintagma TELA AID e os referidos serviços para que este último seja abrangido pela proibição prevista nas referidas disposições.

No que respeita ao pedido de registo deste mesmo sintagma para os «sistemas de chamada de emergência para automóveis», o destino destes produtos se confunde, em parte, com a descrição desta categoria, na medida em que se refere expressamente às chamadas de emergência, podendo os produtos que permitem chamadas de emergência servir para chamar os serviços de ajuda à distância. Nesta medida, a ajuda à distância constitui o destino destes produtos e existe, assim, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sintagma TELE AID e estes produtos para que este último seja igualmente abrangido pela proibição em causa.

Em contrapartida, no que se refere ao pedido do mesmo sintagma para «aparelhos eléctricos e electrónicos para a transmissão de voz e dados; aparelhos fixos e móveis de emissão, transmissão, relés e recepção; equipamentos de processamento de dados e respectivos componentes; aparelhos de navegação», bem como de serviços denominados «operação de uma rede de comunicações», e «recolha, armazenagem, tratamento e prestação de informações» não está demonstrado que este sintagma possa servir para designar o seu destino. Com efeito, a ajuda à distância, mesmo supondo que exija, ou implique, a utilização destes produtos e serviços, constituiria, quando muito, um dos múltiplos domínios de aplicação, mas não uma funcionalidade técnica, o que não é suficiente para

poder considerar que existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sintagma TELE AID e os produtos e serviços em causa. Por outro lado, no que diz respeito ao carácter distintivo, na aceção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, do sintagma TELE AID para estes produtos e serviços, a sua inexistência não foi demonstrada.

(cf. n.ºs 33, 35, 39, 55)

4. O carácter descritivo de um sinal nominativo, na aceção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, deve ser apreciado individualmente em relação a cada uma das categorias de produtos e/ou de serviços constantes do pedido de registo. Para a apreciação do

carácter descritivo de um sinal nominativo em relação a uma categoria determinada de produtos e/ou serviços é irrelevante a questão de saber se o requerente da marca em causa tem a intenção de aplicar ou aplica um determinado conceito de comercialização que implique, além dos produtos e/ou os serviços que pertencem a esta categoria, produtos e/ou serviços que pertencem a outras categorias. Por um lado, com efeito, a existência de um conceito de comercialização é um factor extrínseco ao direito conferido pela marca comunitária e, por outro, um conceito de comercialização, dependente apenas da escolha da empresa em causa, pode ser modificado posteriormente ao registo de um sinal como marca comunitária e não pode, portanto, ter qualquer incidência na apreciação do seu carácter registável.

(cf. n.º 42)