

Processos apensos T-324/01 e T-110/02

Axions SA e Christian Belce
contra
Instituto de Harmonização do Mercado Interno
(marcas, desenhos e modelos) (IHMI)

«Marca comunitária — Marcas tridimensionais — Forma de cigarro de cor castanha e forma de lingote de ouro — Motivos absolutos de recusa — Carácter distintivo — Artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 40/94»

Acórdão do Tribunal de Primeira Instância (Quarta Secção) de 30 de Abril de 2003 II-1900

Sumário do acórdão

1. *Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Apreciação do carácter distintivo de um sinal — Tomada em consideração de circunstâncias que não são objecto do registo — Exclusão [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea b)]*

2. *Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Marca tridimensional — Formas de um cigarro de cor castanha e de um lingote de ouro [Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea b)]*

1. Não podem ser tidas em conta na apreciação do carácter distintivo de uma marca, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, circunstâncias que não são objecto de registo como o preço do produto em causa ou a orientação espacial específica do produto, cuja forma constitui a marca, se esse produto se apresentar habitualmente com essa orientação.

ter qualquer incidência na apreciação da viabilidade do seu registo.

(cf. n.ºs 36, 40)

Com efeito, para a apreciação da viabilidade de registo de um sinal 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, dado que, por um lado, a existência de um conceito de comercialização é um factor extrínseco ao direito conferido pela marca e, por outro, um conceito de comercialização que depende apenas da escolha da empresa em causa pode ser modificado posteriormente ao registo da marca e não pode, portanto,

2. São desprovidas de carácter distintivo, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, as marcas cujo registo é pedido sob forma tridimensional representando, por um lado, um cigarro de cor castanha e, por outro, um lingote de ouro para, respectivamente, «Chocolate, produtos de chocolate; pastelaria e confeitaria» (classe 30 do Acordo de Nice) e «Chocolate, produtos de chocolate» (classe 30); «embalagens de cartão para chocolate e produtos de chocolate [sob a forma de um lingote de ouro]» (classe 16), na medida em que estas marcas não se distinguem, em termos substanciais, de certas formas de base dos produtos em causa que são comumente utilizadas no comércio, apresentando-se antes como uma variante destas formas, constituindo este facto um indício

concreto que permite concluir que são susceptíveis de ser comumente utilizadas, no comércio, para a apresentação dos produtos visados, e em que estas marcas não podem, assim, tal como são apreendidas por um consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, indi-

vidualizar os produtos em causa e distingui-los dos que têm outra origem comercial.

(cf. n.ºs 44, 45)