

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA
(Segunda Secção Alargada)
20 de Março de 2002 *

No processo T-355/00,

DaimlerChrysler AG, com sede em Estugarda (Alemanha), representada por
S. Völker, advogado,

recorrente,

contra

Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos)
(IHMI), representado por A. von Mühlendahl e D. Schennen, na qualidade de
agentes,

recorrido,

que tem por objecto um recurso da decisão da Terceira Câmara de Recurso do
Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) de
12 de Setembro de 2000 (processo R 142/2000-3) relativa ao registo do sintagma
TELE AID como marca comunitária,

* Língua do processo: alemão.

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA
DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (Segunda Secção Alargada),

composto por: R. M. Moura Ramos, presidente, V. Tiili e J. Pirrung, P. Mengozzi
e A. W. H. Meij, juízes,

secretário: H. Jung,

vista a petição apresentada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em
24 de Novembro de 2000,

vista a contestação apresentada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância
em 23 de Fevereiro de 2001,

após a audiência de 21 de Novembro de 2001,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

- 1 Em 18 de Fevereiro de 1997, a sociedade Mercedes-Benz AG apresentou um pedido de marca comunitária nominativa ao Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (a seguir «Instituto»), nos termos

do Regulamento (CE) n.º 40/94 do Conselho, de 20 de Dezembro de 1993, sobre a marca comunitária (JO 1994, L 11, p. 1), com as suas alterações posteriores.

- 2 A marca cujo registo foi pedido é o sintagma TELE AID.

- 3 Os produtos e serviços para os quais o registo da marca foi pedido pertencem às classes 9, 12, 37, 38, 39 e 42 na aceção do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional dos Produtos e Serviços para efeitos do registo de marcas, de 15 de Junho de 1957, tal como revisto e alterado, e correspondem, para cada uma destas classes, à seguinte descrição:
 - classe 9: «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; sistemas de chamada de emergência para automóveis»;

 - classe 12: «Veículos automóveis e respectivas peças»;

 - classe 37: «Serviços de reparação de veículos automóveis; serviços de assistência em caso de avarias»;

 - classe 38: «Operação de uma rede de comunicações; direcção de operações e coordenação de meios de socorro e assistência a sinistrados»;

— classe 39: «Serviços de reboque, serviços de pronto-socorro»;

— classe 42: «Prestação de serviços de um centro informático, incluindo serviços de localização e determinação da posição de veículos; recolha, armazenagem, tratamento e prestação de informações».

- 4 Em Janeiro de 1999, foi averbada no processo a transferência do pedido a favor da recorrente nos termos dos artigos 17.º e 24.º do Regulamento n.º 40/94 bem como da regra 31, n.º 8, do Regulamento (CE) n.º 2868/95 da Comissão, de 13 de Dezembro de 1995, relativo à execução do Regulamento n.º 40/94 (JO L 303, p. 1).
- 5 Por decisão de 9 de Dezembro de 1999, o examinador indeferiu o pedido ao abrigo do artigo 38.º do Regulamento n.º 40/94, com o fundamento de que o sintagma TELE AID era descritivo dos produtos e serviços em causa e era desprovido de qualquer carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alíneas c) e b), do Regulamento n.º 40/94.
- 6 Em 2 de Fevereiro de 2000, a recorrente interpôs recurso para o Instituto, nos termos do artigo 59.º do Regulamento n.º 40/94, da decisão do examinador.
- 7 Por decisão de 12 de Setembro de 2000 (a seguir «decisão impugnada»), a Terceira Câmara de Recurso, por um lado, anulou a decisão do examinador na parte em que indefere o pedido para os produtos que pertencem à classe 12 e, por outro, negou provimento ao recurso no que respeita às outras classes descritas no pedido, com o fundamento de que o sintagma em causa se insere na previsão do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento n.º 40/94.

Pedidos das partes

8 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal se digne:

— anular a decisão impugnada;

— condenar o Instituto nas despesas.

9 O Instituto conclui pedindo que o Tribunal se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

Questão de direito

10 A recorrente invoca dois fundamentos baseados na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), e do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

Quanto ao fundamento baseado na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94

Argumentos das partes

- 11 A recorrente sublinha que, para a apreciação dos motivos absolutos de recusa, importa examinar uma marca como um conjunto, tal como foi pedida. Contudo, no caso em apreço, mesmo a decomposição do sintagma TELE AID nos seus dois elementos não faz surgir, segundo a recorrente, qualquer indicação descritiva dos produtos ou serviços em causa.

- 12 No que se refere ao elemento «tele», a recorrente afirma que este não constitui uma palavra independente nem uma abreviatura, mas sim uma sílaba dupla utilizada na linguagem comum como elemento constitutivo de numerosas palavras. Em todas as suas combinações, o elemento «tele» não tem, segundo a recorrente, o mesmo significado, nem mesmo um sentido aproximadamente parecido. A este respeito, a recorrente refere palavras nas quais o significado do elemento «tele» remete para o conceito de distância, como «telefone» ou «telescópio», palavras nas quais o significado do elemento «tele» se refere ao conceito de objectivo ou fim («telos» em grego), como «teologia», bem como palavras em que nenhum destes significados está presente, como o nome de um compositor de música (Telemann) e de uma paisagem norueguesa (Telemark).

- 13 Acresce que a recorrente afirma que o elemento «tele» é frequentemente utilizado nas combinações mais diversas, como elemento de uma marca, de forma que o público está habituado à presença de marcas contendo este elemento. A este respeito, refere, entre outras, as marcas TELE-ATLAS, TELE-PAGE e TELE-CARD. Assim, sustenta que o elemento «tele» não é directamente descritivo dos produtos e serviços em causa.

- 14 Quanto ao elemento «aid», a recorrente afirma que este é frequentemente utilizado, nas combinações mais diversas, como elemento de uma marca, de forma que o público está habituado à presença de marcas contendo este elemento. A este respeito, a recorrente refere as marcas alemãs AID e BIKEAID, bem como as marcas comunitárias MICROAID e FIRST AID.
- 15 Da mesma forma, sustenta que o elemento «aid» não é concreta e imediatamente descritivo dos produtos e serviços em causa, na medida em que se limita a evocar, quando muito, a ideia vaga, incerta e equívoca de que qualquer coisa ou alguém ajuda, assiste ou apoia ou é ajudado ou assistido.
- 16 No que respeita ao sintagma TELE AID, lido no seu conjunto, a recorrente afirma que este constitui um neologismo que não se encontra nos dicionários correntes das línguas da Comunidade, incluindo o inglês, e não é utilizado, enquanto tal, nem na linguagem corrente nem na linguagem técnica.
- 17 Acresce que, segundo a recorrente, o sintagma em causa não tem um significado claro e determinado, mas evoca unicamente ideias vagas e abstractas que vão no sentido de uma ajuda, de uma assistência, de um assistente ou de um meio de ajuda operando ou funcionando «ao longe» ou à distância ou ainda graças a um procedimento que permite ultrapassar a distância.
- 18 Quanto à relação existente entre o sintagma TELE AID, lido no seu conjunto, e os produtos e serviços em causa, a recorrente sustenta que, contrariamente às considerações do ponto 20 e seguintes da decisão impugnada, este sintagma não constitui uma indicação descritiva suficientemente concreta do destino ou da qualidade destes produtos e serviços.

- 19 A recorrente alega que um imperativo de disponibilidade de um sinal constitui uma limitação imanente dos motivos absolutos de recusa. Por conseguinte, mesmo os sinais descritivos apenas são excluídos do registo na medida em que o seu monopólio se oponha às necessidades legítimas de terceiros, em particular dos concorrentes, de os poderem utilizar livremente. No caso em apreço, não existe imperativo de disponibilidade em relação ao sintagma em causa, dado que este não é utilizado para descrever os produtos e serviços em causa e que também não é necessário ou indispensável utilizá-lo para este fim. Segundo a recorrente, tal imperativo de disponibilidade não se pode basear unicamente em associações vagas evocadas pelo referido sintagma.
- 20 Por último, a recorrente alega que o registo da marca controvertida corresponde à prática decisória seguida pelas câmaras de recurso. A este respeito, invoca as decisões das câmaras de recurso admitindo a possibilidade de registar as marcas nominativas NETMEETING, CareService, Schülerhilfe, GLOBAL CARE, MEGATOURS, SAFETYTECH, STEAM TERMINAL, ProBank, FIXIT, TOP-LOK, helpLine, HYPERLITE, Tensiontech, SAFEJAW, SURESEAL, FOIL-GUARD, OMNICARE, ZONEMESSAGE, BIDWATCH, Oilgear e TELESCAN.
- 21 O Instituto recusa a argumentação da recorrente e considera que o sintagma em causa é descritivo do conjunto dos produtos e serviços em causa.
- 22 Mais concretamente, o Instituto declarou na audiência que o carácter descritivo do sintagma TELE AID deve ser apreciado, em relação ao conjunto das categorias de produtos e de serviços referidos no pedido de registo, à luz do conceito de comercialização previsto, ou mesmo já aplicado, pela recorrente.

Apreciação do Tribunal

- 23 Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, será recusado o registo «de marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações que possam servir, no comércio, para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de fabrico 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».
- 24 O artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 impede que os sinais ou indicações nele referidos sejam reservados a uma única empresa com base no seu registo como marca. Esta disposição prossegue, assim, um fim de interesse geral, que exige que tais sinais ou indicações possam ser livremente utilizados por todos (v., por analogia, acórdão do Tribunal de Justiça de 4 de Maio de 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 e C-109/97, Colect., p. I-2779, n.º 25).
- 25 Nesta perspectiva, os sinais e as indicações referidos no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 são os que podem servir, numa utilização normal do ponto de vista do público-alvo, para designar, seja directamente seja por referência a uma das suas características essenciais, o produto ou o serviço para o qual é pedido o registo [acórdão do Tribunal de Justiça de 20 de Setembro de 2001, Procter & Gamble/IHMI, C-383/99 P, Colect., p. I-6251, n.º 39]. Assim, a apreciação do carácter descritivo de um sinal só pode ser feita, por um lado, em relação aos produtos ou aos serviços em causa e, por outro, em relação à compreensão que dele tem um público-alvo determinado.
- 26 No caso em apreço, a Câmara de Recurso considerou, no ponto 26 da decisão impugnada, que os produtos e os serviços em causa visam, de maneira geral, o consumidor médio, o que a recorrente não contestou. Ora, há que considerar que

é suposto os consumidores médios estarem normalmente informados e razoavelmente atentos e avisados [v., neste sentido, o acórdão do Tribunal de Justiça de 22 de Junho de 1999, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, Colect., p. I-3819, n.º 26, e acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 7 de Junho de 2001, *DKV/IHMI (EuroHealth)*, T-359/99, Colect., p. II-1645, n.º 27]. Por outro lado, sendo o sintagma em causa composto por elementos da língua inglesa, o público-alvo pertinente é um público anglófono.

- 27 Quanto ao argumento da recorrente segundo o qual terceiros, particularmente os seus concorrentes, não têm necessidade de utilizar o sintagma em causa para designar os produtos e serviços referidos no pedido, importa ter em conta que, no n.º 35 do acórdão *Windsurfing Chiemsee*, já referido, o Tribunal de Justiça considerou que a aplicação do artigo 3.º, n.º 1, alínea c), da Directiva 89/104/CEE do Conselho, de 21 de Dezembro de 1998, que harmoniza as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas (JO L 40, p. 1), cujo teor é substancialmente idêntico ao do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, não depende da existência de um imperativo de disponibilidade concreto, actual e sério.
- 28 Assim, como o Instituto correctamente referiu, para efeitos da aplicação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, há unicamente que examinar, com base num dado significado do sinal nominativo 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.
- 29 A título liminar, importa sublinhar que o sintagma *TELE AID* é composto por um substantivo (*aid*) e um prefixo (*tele*). Ora, este sintagma não é inabitual na sua estrutura. Com efeito, não se afasta das regra lexicais da língua inglesa, sendo constituído de acordo com estas.
- 30 No que respeita ao significado do sintagma *TELE AID*, resulta do ponto 19 da decisão impugnada bem como das explicações que o Instituto forneceu na sua

contestação que, para o Instituto, este sintagma significa «ajuda à distância». A este respeito, não tem qualquer pertinência a alegação da recorrente segundo a qual o sintagma em causa não tem significado claro e determinado. Com efeito, tendo em conta os produtos e serviços para os quais o registo é pedido, o significado atribuído pela Câmara de Recurso está correcto. Ora, importa recordar que, para cair sob a alçada do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, basta que um sinal nominativo, pelo menos num dos seus significados potenciais, designe uma característica dos produtos ou serviços em causa.

31 Quanto à natureza da relação existente entre o sintagma TELE AID e os produtos e serviços em causa, a Câmara de Recurso considerou, no ponto 21 da decisão impugnada, que o sintagma designa a qualidade e o destino destes últimos.

32 Em primeiro lugar, importa examinar a questão de saber se o sintagma TELE AID é descritivo em relação às categorias de serviços denominados «serviços de reparação de veículos automóveis; serviços de assistência em caso de avarias», que pertencem à classe 37, «direcção de operações e coordenação de meios de socorro e assistência a sinistrados», que pertencem à classe 38, «serviços de reboque, serviços de pronto-socorro», que pertencem à classe 39, e «prestação de serviços de um centro informático, incluindo serviços de localização e determinação da posição de veículos», que pertencem à classe 42.

33 No que respeita aos serviços que pertencem às categorias mencionadas no número anterior, há que considerar que o sintagma TELE AID, lido no seu conjunto, pode servir para designar tanto a espécie como a qualidade. Com efeito, estes serviços constituem formas específicas de ajuda. Além disso, o facto de a ajuda ser prestada à distância deve ser considerado uma qualidade desses serviços que é susceptível de entrar em linha de conta no momento da escolha pelo público-alvo e, assim, uma característica essencial desses serviços. Assim, existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sintagma TELA AID e estes serviços.

- 34 Além disso, não se pode excluir que os serviços que pertencem às categorias mencionadas no n.º 32 podem igualmente ser prestados em condições que não implicam qualquer elemento de distância e que, assim, o sintagma TELE AID não é descritivo de todos os serviços pertencentes a estas categorias. A este respeito, importa considerar que a recorrente pediu o registo do sintagma em causa para todas estas categorias no seu conjunto sem fazer distinção. Assim, deve confirmar-se a apreciação da Câmara de Recurso na medida em que se refere ao conjunto destas categorias de serviços (v., neste sentido, acórdão EuroHealth, já referido, n.º 33).
- 35 No que respeita, em segundo lugar, à categoria de produtos denominada «sistemas de chamada de emergência para automóveis», que pertence à classe 9, há que considerar que o destino destes produtos se confunde em parte com a descrição desta categoria, na medida em que se refere expressamente às chamadas de emergência. Com efeito, os produtos que permitem chamadas de emergência podem servir para chamar os serviços de ajuda à distância. Nesta medida, a ajuda à distância constitui o destino destes produtos. Assim, existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o sintagma TELE AID e os produtos que pertencem às categoria acima mencionadas.
- 36 No que respeita ao argumento da recorrente relativo às decisões das Câmaras de Recurso que admitiram o carácter registável de outras marcas, importa observar que os fundamentos de facto ou de direito constantes de decisões anteriores das câmaras de recurso podem constituir argumentos de apoio a um fundamento baseado na violação de uma disposição do Regulamento n.º 40/94. Contudo, há que referir que, no caso em apreço, a recorrente não invocou a existência, nas referidas decisões relativas a outras marcas, de fundamentos que fossem susceptíveis de pôr em causa a apreciação acima feita. Além disso, o Instituto chama acertadamente a atenção para o facto de que a marca TELESCAN, que é a única marca que apresenta um elemento comum com o sintagma TELE AID, foi registada para serviços completamente diferentes dos que estão em causa no presente processo, a saber, investimentos e serviços financeiros.
- 37 Daqui decorre que o sintagma TELE AID pode servir para designar, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, do ponto de vista do

público-alvo, características essenciais dos produtos e serviços que pertencem às categorias referidas nos n.ºs 32 a 35 *supra*.

- 38 Em terceiro lugar, importa examinar a questão de saber se o sintagma TELE AID é descritivo em relação às categorias de produtos denominados «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», que pertencem à classe 9, bem como de serviços denominados «operação de uma rede de comunicações», que pertencem à classe 38, e «recolha, armazenagem, tratamento e prestação de informações», que pertencem à classe 42.
- 39 No que respeita aos produtos e serviços que pertencem às categorias referidas no número anterior, o Instituto não demonstrou suficientemente que o sintagma TELE AID possa servir para designar o seu destino. Com efeito, a ajuda à distancia, 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. Ora, isto 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 estes produtos e serviços.
- 40 A este respeito, importa sublinhar que é certo que o Tribunal de Primeira Instância considerou, no n.º 33 do acórdão EuroHealth, já referido, que o facto de um sinal nominativo ser descritivo em relação apenas a uma parte dos produtos ou serviços que pertencem a uma categoria referida enquanto tal no pedido de registo não impede que o registo do sinal nominativo seja recusado quando o requerente não limita o seu pedido de registo unicamente aos produtos ou serviços em relação aos quais o sinal nominativo não é descritivo. Contudo, a situação no presente processo é diferente da do processo que deu lugar ao acórdão EuroHealth, já referido. Com efeito, o sintagma TELE AID não é descritivo em relação a nenhuma parte das categorias de produtos ou de serviços referidas no n.º 38 *supra*.

- 41 Por outro lado, o Instituto desenvolveu na audiência uma argumentação segundo a qual resulta das declarações feitas pela recorrente que esta comercializa ou tem a intenção de comercializar os produtos e serviços referidos no n.º 38 *supra*, no quadro de um sistema de organização de ajuda à distancia proposto aos compradores dos veículos que a recorrente fabrica e que compreende, além destes últimos produtos e serviços, os produtos e serviços referidos nos n.ºs 32 e 35 *supra*. Deste facto, o Instituto deduz que o carácter descritivo do sintagma TELE AID deve ser apreciado, em relação ao conjunto das categorias de produtos e de serviços constantes do pedido de registo, à luz deste conceito de comercialização previsto, ou mesmo aplicado, pela recorrente.
- 42 A este respeito, importa ter em conta que, contrariamente ao que pretende o Instituto, o carácter descritivo de um sinal nominativo 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. Com efeito, a existência de um conceito de comercialização é um factor extrínseco ao direito conferido pela marca comunitária. Além disso, 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.
- 43 Por outro lado, também não se afigura que o sintagma TELE AID possa servir para designar a qualidade ou qualquer outra característica essencial dos produtos e serviços que pertencem às categorias referidas no n.º 38 *supra*.
- 44 Daqui decorre que o sintagma TELE AID não pode servir, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, do ponto de vista do público-alvo, para designar uma das características essenciais dos produtos e serviços que pertencem às categorias referidas no n.º 38 *supra*.

- 45 Resulta de todas as considerações precedentes que o fundamento baseado na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 deve ser acolhido no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas no n.º 38 *supra*, e improcedente no que respeita às outras categorias de produtos e de serviços referidas nos n.ºs 32 a 35 *supra*.

Quanto ao fundamento baseado na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94

Argumentos das partes

- 46 A recorrente sustenta que resulta da expressão «desprovidas de carácter distintivo», constante do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, que qualquer grau de carácter distintivo — por mais fraco que seja — basta para justificar o registo de um sinal como marca e que, por conseguinte, no momento da apreciação do carácter distintivo, uma abordagem demasiado estrita é interdita.
- 47 No que respeita ao sintagma em causa, a recorrente afirma que este, enquanto neologismo desprovido de significado claro, contém um elemento criativo bem como um mínimo de fantasia que lhe confere o mínimo de carácter distintivo exigido.
- 48 Além disso, a recorrente invoca as decisões das câmaras de recurso admitindo o carácter registável de outras marcas (v. *supra*, n.º 21).

- 49 O Instituto alega que o sintagma TELE AID, sendo composto exclusivamente por indicações descritivas dos produtos e serviços em causa com exclusão de qualquer outro elemento susceptível de tornar o sintagma globalmente apto a distinguir os produtos da recorrente dos de outras empresas, é desprovido de carácter distintivo. A este respeito, o Instituto sustenta que os consumidores alvo compreendem o sintagma em causa não como uma referência a uma empresa determinada, mas unicamente como uma referência geral pelo facto de lhes ser dada uma ajuda à distância.

Apreciação do Tribunal

- 50 Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, é recusado o registo «de marcas desprovidas de carácter distintivo». 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».
- 51 Por outro lado, o carácter distintivo de um sinal apenas pode ser apreciado, por um lado, em relação aos produtos e serviços para os quais o registo é pedido e, por outro, em relação à compreensão que dele tem o público-alvo relevante.
- 52 No caso em apreço, na medida em que a decisão impugnada respeita aos produtos e serviços em relação aos quais se decidiu no n.º 37 *supra* que o sintagma TELE AID é descritivo, importa recordar que, segundo jurisprudência constante, basta que um dos motivos absolutos de recusa se aplique para que o sinal não possa ser registado como marca comunitária [acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 26 de Outubro de 2000, Harbinger/IHMI (TRUSTELINK), T-345/99, Colect., p. II-3525, n.º 31; de 26 de Outubro de 2000, Community Concepts/IHMI (Investorworld), T-360/99, Colect., p. II-3545, n.º 26, e de 31 de Janeiro de 2001, Sunrider/IHMI (VITALITE), T-24/00, Colect., p. II-449, n.º 28]. Nesta medida, este fundamento é, assim, inoperante.

- 53 Em contrapartida, há que examinar o fundamento na parte em que a decisão impugnada respeita às categorias de produtos e de serviços referidas no n.º 38 *supra*.
- 54 Como resulta do n.º 25 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso considerou a marca nominativa em causa «desprovida do carácter distintivo mínimo exigido, uma vez que o público-alvo a conceberá unicamente como uma indicação do objecto dos serviços ou do destino dos produtos». A Câmara de Recurso deduziu, em substância, da ausência de carácter distintivo do sintagma TELE AID o seu carácter descritivo. Ora, foi decidido no n.º 44 *supra* que, no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas no n.º 38 *supra*, o registo do sintagma TELE AID não podia ser recusado com base no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94. Consequentemente, o raciocínio substancial desenvolvido pela Câmara de Recurso a respeito do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 deve ser afastado, na medida em que se baseia no erro acima declarado.
- 55 Além disso, há que reconhecer que nem a decisão impugnada, nem a contestação do Instituto, nem as explicações que este apresentou na audiência contêm elementos que permitam provar a ausência de carácter distintivo do sintagma TELE AID para os produtos e serviços que pertencem às categorias referidas no n.º 38 *supra*.
- 56 Daqui resulta que o fundamento baseado na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 deve ser acolhido no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas no n.º 38 *supra*, e improcedente no que respeita às outras categorias de produtos e serviços referidas nos n.ºs 32 a 35 *supra*.
- 57 De tudo o que precede resulta que há que julgar procedente o recurso no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas no n.º 38 *supra* e negar-lhe provimento quanto ao mais.

Quanto às despesas

- 58 Por força do disposto no artigo 87.º, n.º 3, do Regulamento de Processo, se cada parte obtiver vencimento parcial, o Tribunal pode determinar que as despesas sejam repartidas entre as partes. No caso vertente, tendo sido dado provimento ao pedido da recorrente apenas no que respeita a um número limitado de categorias de produtos e de serviços, há que condená-la nas suas próprias despesas e em metade das despesas do Instituto.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Segunda Secção Alargada)

decide:

- 1) A decisão da Terceira Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) de 12 de Setembro de 2000 (processo R 142/2000-3) é anulada no que respeita às seguintes categorias de produtos e de serviços:

— «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», pertencentes à classe 9;

— «operação de uma rede de comunicações», pertencentes à classe 38;

— «recolha, armazenagem, tratamento e prestação de informações», pertencentes à classe 42.

2) É negado provimento ao recurso quanto ao mais.

3) A recorrente é condenada nas suas próprias despesas e em metade das despesas da recorrida. Esta última suportará a outra metade das suas despesas.

Moura Ramos

Tiili

Pirrung

Mengozzi

Meij

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 20 de Março de 2002.

O secretário

O presidente

H. Jung

R. M. Moura Ramos