

Processo T-91/01

BioID AG

contra

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

«Marca comunitária — Marca figurativa com o acrónimo BioID —
Motivos absolutos 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 5 de
Dezembro de 2002 II-5161

Sumário do acórdão

1. *Marca comunitária — Definição e aquisição da marca comunitária — Motivos absolutos de recusa — Marcas desprovidas de carácter distintivo — Exame no caso de uma marca complexa — Necessidade de examinar cada um dos elementos independentemente do seu peso relativo*
[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 — Acrónimo figurativo «BioID»*

[Regulamento n.º 40/94 do Conselho, artigo 7.º, n.º 1, alínea b)]

1. A falta de carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, de uma marca complexa, ou seja, uma marca composta por vários elementos, não pode ser determinada em função do peso relativo de certos elementos da marca em relação a outros cuja falta de carácter distintivo esteja comprovada. Com efeito, uma marca complexa não pode caber na previsão da referida disposição quando um dos elementos que a compõem é distintivo em relação aos produtos ou serviços em causa. Pode ser esse o caso, ainda que o único elemento distintivo da marca complexa não seja dominante em relação aos outros que a compõem.
2. Segundo dispõe o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 sobre a marca comunitária, deve ser recusado o registo «[d]e marcas desprovidas de carácter distintivo». Quanto ao registo da marca figurativa contendo o acrónimo «BioID», pedido para certos produtos e serviços das classes 9, 38 e 42 na acepção do Acordo de Nice nomeadamente produtos cuja utilização é necessária para a identificação biométrica de seres vivos e serviços efectuados através de tal identificação, o mesmo é desprovido de carácter distintivo, na medida em que é constituído por uma combinação de elementos que, sendo cada um deles susceptível de ser comumente utilizado, no comércio, para apresentação dos produtos e serviços visados, é desprovido de carácter distintivo em relação a estes produtos e serviços.

Assim, há que apreciar o carácter distintivo de uma marca complexa tendo em conta todos os elementos que a compõem.

(cf. n.º 36)

(cf. n.ºs 22, 30, 31, 41)