# ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção)

16 de Setembro de 2004 *

No processo C-329/02 P,

que tem por objecto um recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância nos termos do artigo 56.° do Estatuto do Tribunal de Justiça,

entrado em 12 de Setembro de 2002,

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH**, com sede em Mogúncia (Alemanha), representada por R. Schneider, Rechtsanwalt, com domicílio escolhido no Luxemburgo,

recorrente,

sendo a outra parte no processo:

**Instituto de Harmonização do Mercado Interno (IHMI) (marcas, desenhos e modelos)**, representado por D. Schennen, na qualidade de agente, com domicílio escolhido no Luxemburgo,

recorrida em primeira instância,

* Língua do processo: alemão.

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção),

composto por: C. W. A. Timmermans, presidente de secção, J.-P. Puissochet (relator), R. Schintgen, F. Macken e N. Colneric, juízes,

advogado-geral: F. G. Jacobs,
secretário: H. von Holstein, secretário adjunto,

vistos os autos e após a audiência de 8 de Janeiro de 2004,

vistas as observações escritas apresentadas pelas partes,

ouvidas as conclusões do advogado-geral apresentadas na audiência de 11 de Março de 2004,

profere o presente

## Acórdão

1 No seu recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância, a sociedade SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH (a seguir «recorrente») pede a anulação do acórdão do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias de 2 de Julho de 2002, SAT.1/IHMI (SAT.2) (T-323/00, Colect., p. II-2839, a seguir «acórdão recorrido»), através do qual este Tribunal negou provimento ao seu recurso, na medida em que decidiu que a Segunda Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do

Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (a seguir «IHMI») não violou o artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.° 40/94 do Conselho, de 29 de Dezembro de 1993, sobre a marca comunitária (JO 1994, L 11, p. 1, a seguir «regulamento»), nem violou o princípio da igualdade de tratamento, ao recusar, na sua decisão de 2 de Agosto de 2000 (processo R 312/1999-2) (a seguir «decisão controvertida»), registar como marca comunitária o sintagma «SAT.2» para serviços que, no pedido de registo, estão relacionados com a difusão por satélite.

## Enquadramento jurídico

2 Nos termos do artigo 4.° do regulamento:

«Podem constituir marcas comunitárias todos os sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, algarismos, e a forma do produto ou do seu acondicionamento, desde que esses sinais sejam adequados para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.»

3 O artigo 7.° do regulamento dispõe:

«1. Será recusado o registo:

a) Dos sinais que não estejam em conformidade com o artigo 4°;

b) De marcas desprovidas de carácter distintivo;

c) 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;

[...]

2. O n.º 1 é aplicável mesmo que os motivos de recusa apenas existam numa parte da Comunidade.

3. As alíneas b), c) e d) do n.º 1 não são aplicáveis se, na sequência da utilização da marca, esta tiver adquirido um carácter distintivo para os produtos ou serviços para os quais foi pedido o registo.»

4 Nos termos do artigo 12.º do regulamento:

«O direito conferido pela marca comunitária não permite ao seu titular proibir a um terceiro a utilização, na vida comercial:

[...]

b) De indicações relativas à espécie, à quantidade, ao destino, ao valor, à proveniência geográfica, à época de fabrico do produto ou da prestação do serviço ou a outras características destes;

[...]

desde que essa utilização seja feita em conformidade com os usos honestos em matéria industrial ou comercial.»

5 O artigo 38.º, n.º 1, do regulamento prevê:

«Se a marca for excluída do registo por força do artigo 7.º em relação à totalidade ou a parte dos produtos ou serviços para os quais a marca comunitária tenha sido pedida, o pedido será recusado em relação a esses produtos ou serviços.»

**Matéria de facto na origem do litígio**

6 Em 15 de Abril de 1997, a recorrente pediu ao IHMI o registo como marca comunitária do sintagma «SAT.2» para diferentes produtos incluídos nas classes 3, 9, 14, 16, 18, 20, 25, 28, 29 e 30 do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional dos Produtos e dos Serviços para o registo de marcas, de 15 de Junho de 1957, tal como revisto e alterado, e para serviços incluídos nas classes 35, 38, 41 e 42 do mesmo acordo.

7 Tendo esse pedido sido recusado por decisão de 9 de Abril de 1999 do examinador do IHMI, no que respeita aos serviços incluídos nas classes 35, 38, 41 e 42, a recorrente recorreu para o IHMI.

8 Através da decisão recorrida, a Segunda Câmara de Recurso do IHMI negou provimento a esse recurso, por as disposições do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do regulamento se oporem ao registo do sintagma «SAT.2» para os serviços incluídos nas referidas classes.

**Processo no Tribunal de Primeira Instância e o acórdão recorrido**

9 Através de petição apresentada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 16 de Outubro de 2000, a recorrente interpôs recurso com vista à anulação da decisão controvertida.

10 Através do acórdão recorrido, o Tribunal de Primeira Instância anulou parcialmente a decisão controvertida.

11 Por um lado, o Tribunal de Primeira Instância referiu que a Segunda Câmara de Recurso do IHMI não se pronunciou sobre os pedidos da recorrente relativos aos serviços constantes do pedido de registo e incluídos na classe 35. Na sequência, anulou a decisão controvertida nessa parte.

12 Por outro lado, no que respeita aos serviços incluídos nas classes 38, 41 e 42, o Tribunal de Primeira Instância anulou a decisão controvertida, mas apenas na medida em que recusou o registo do sintagma «SAT.2» para os serviços incluídos nas referidas classes tais como enumerados no n.º 42 do acórdão recorrido.

13 Para proceder a essa anulação, o Tribunal de Primeira Instância, antes de mais, considerou procedente o fundamento da recorrente baseado no facto de a decisão controvertida ter sido, erradamente, baseada no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do regulamento. Baseando-se no significado pertinente da marca, estabelecido não apenas a partir dos diversos elementos de que é composta, mas também a partir do seu significado de conjunto e tendo apenas em consideração as características dos produtos ou serviços susceptíveis de entrar em linha de conta no momento da escolha efectuada pelo público pertinente, o Tribunal de Primeira Instância considerou que o sintagma «SAT.2» não era descritivo para os serviços incluídos nas classes 38, 41 e 42, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do regulamento. Com efeito, este sintagma não diz respeito a nenhuma característica específica dos serviços em causa, susceptível de ser tomada em consideração no momento da escolha efectuada pelo público pertinente.

14 Contudo, o Tribunal de Primeira Instância considerou improcedente, no que respeita a uma parte dos serviços incluídos nas classes 38, 41 e 42, o fundamento da recorrente baseado no facto de que a decisão controvertida não podia recusar o registo do sintagma «SAT.2» com base no artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento. Com efeito, o Tribunal decidiu que o sintagma estava, tendo em conta os seus elementos constitutivos, desprovido de carácter distintivo na acepção desta disposição em relação aos serviços que, no pedido de registo, estão relacionados com a difusão por satélite, ou seja, os serviços mencionados no n.º 3 do acórdão recorrido que não constam da enumeração contida no n.º 42 do mesmo acórdão.

15 Por último, o Tribunal de Primeira Instância considerou improcedente o fundamento da recorrente baseado no facto de a recusa de registo do sintagma em causa ter ocorrido em violação do princípio da igualdade de tratamento, uma vez que os sinais, na sua opinião absolutamente semelhantes, foram objecto de decisões de registo como marcas comunitárias pelo IHMI.

## O recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância

16 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal de Justiça se digne anular o acórdão recorrido, na medida em que o Tribunal de Primeira Instância negou provimento aos restantes pedidos que lhe apresentou, e condenar o IHMI nas despesas.

17 O IHMI conclui pedindo que o Tribunal se digne negar provimento ao recurso e condenar a recorrente nas despesas.

*Argumentação das partes*

18 No âmbito do seu primeiro fundamento, a recorrente alega que a interpretação que o Tribunal de Primeira Instância faz do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento está viciada por erro de direito a dois títulos.

19 Por um lado, contrariamente ao que o Tribunal de Primeira Instância enuncia, no n.º 36 do acórdão recorrido, essa disposição não prossegue um fim de interesse geral, que exija que os sinais a que se refere possam ser livremente utilizados por todos. Na realidade, a sua finalidade é permitir ao consumidor ou ao utilizador final distinguir, sem confusão possível, a origem dos produtos ou dos serviços, nos termos da concepção que o legislador comunitário e o Tribunal de Justiça têm da função principal da marca. Assim, o Tribunal de Primeira Instância utilizou um critério que é pertinente, não no âmbito do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento, mas no da mesma disposição, alíneas c) e e), e, em seguida, não identificou precisamente em que é que o sintagma em causa era susceptível de preencher essa função da marca.

20 Por outro lado, a recorrente alega que, após ter recordado, com razão, que era necessário analisar a impressão de conjunto produzida pelo sintagma «SAT.2» nos consumidores pertinentes para apreciar o eventual carácter distintivo desse sinal, o Tribunal de Primeira Instância não aplicou correctamente esta regra de análise no caso vertente. Com efeito, decompôs o sintagma nos seus elementos constitutivos para fundamentar a sua recusa de registo. Ora, tal fraccionamento não corresponde ao modo como os consumidores apreciam e interpretam a marca quando a vêem. Além disso, o Tribunal de Primeira Instância baseou, erradamente, a inexistência de carácter distintivo na circunstância de o sintagma ser constituído por elementos comummente utilizados no comércio para apresentação dos serviços em causa, quando esse género de elementos só pode ser tomado em consideração para aplicação do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do regulamento.

21 O IHMI responde a esse fundamento afirmando que o artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do regulamento prossegue um objectivo de interesse geral que visa garantir a livre utilização dos sinais em questão. A jurisprudência do Tribunal de Justiça demonstra que os motivos de recusa enunciados no artigo 7.°, n.° 1, alíneas b) e c), do regulamento prosseguem efectivamente tal objectivo, uma vez que impedem sinais não distintivos de beneficiar da protecção que o registo como marca confere.

22 O IHMI compartilha da argumentação da recorrente segundo a qual o sintagma em causa deve ser apreciado no seu conjunto e que é necessário entender por carácter distintivo a aptidão de uma marca para identificar os produtos ou serviços que designa conforme a sua origem. No entanto, considera que o sintagma «SAT.2» está desprovido de carácter distintivo, uma vez que é composto por elementos não distintivos combinados de forma habitual, e que o Tribunal de Primeira Instância não violou o artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do regulamento na apreciação que fez neste sentido. Além disso, o acórdão recorrido não fez nenhuma confusão entre os âmbitos de aplicação respectivos dessa disposição e do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do mesmo regulamento. Também não está viciado de contradição, tendo o Tribunal de Primeira Instância podido afirmar, sem cometer qualquer erro de direito, que o sintagma não era descritivo na acepção das disposições da alínea c) e que não era igualmente, por esse facto, distintivo na acepção das disposições da alínea b).

*Apreciação do Tribunal de Justiça*

23 Em primeiro lugar, a função essencial da marca é garantir ao consumidor ou ao utilizador final a identidade de origem do produto ou do serviço designado pela marca, permitindo-lhe distinguir, sem confusão possível, este produto ou serviço de outros que tenham proveniência diversa (v., designadamente, acórdãos de 23 de Maio de 1978, Hoffmannn-La Roche, 102/77, Colect., p. 391, n.º 7, e de 18 de Junho de 2002, Philips, C-299/99, Colect., p. I-5475, n.º 30). O artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento visa, assim, impedir o registo de marcas desprovidas de carácter distintivo, uma vez que só esse carácter as torna aptas a cumprir essa função essencial.

24 Em segundo lugar, para determinar se um sinal apresenta um carácter que o torna susceptível de ser registado como marca, há que colocar-se na óptica do público relevante. Quando os produtos ou serviços sobre os quais incide o pedido de registo se destinam à totalidade dos consumidores, é necessário considerar que o público pertinente é constituído pelo consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado (acórdãos de 22 de Junho de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Colect., p. I-3819, n.º 26, e de 6 de Maio de 2003, Libertel, C-104/01, Colect., p. I-3793, n.º 46).

25 Em terceiro lugar, há que recordar que cada um dos motivos de recusa de registo enumerados no artigo 7.º, n.º 1, do regulamento é independente dos outros e exige uma análise separada. Além disso, há que interpretar os referidos motivos de recusa à luz do interesse geral que está na base de cada um deles. O interesse geral tomado em consideração na análise de cada um desses motivos de recusa pode, ou mesmo deve, reflectir considerações diferentes, consoante o motivo de recusa em causa (acórdão de 29 de Abril de 2004, Henkel/IHMI, C-456/01 P e C-457/01 P, Colect., p. I-5089, n.ºs 45 e 46).

26 No que respeita ao registo como marca de uma cor, por si própria, sem delimitação no espaço, o Tribunal de Justiça já decidiu, no n.º 60 do acórdão Libertel, já referido, que o interesse geral subjacente ao artigo 3.º, n.º 1, alínea b), da Primeira Directiva 89/104/CEE do Conselho, de 21 de Dezembro de 1988, que harmoniza as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas (JO 1989, L 40, p. 1), disposição que é idêntica ao artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento, visa a necessidade de não restringir indevidamente a disponibilidade das cores para os restantes operadores que oferecem produtos ou serviços do tipo daqueles para os quais é pedido o registo.

27 Além disso, tendo em conta a extensão da protecção conferida a uma marca pelo regulamento, o interesse geral subjacente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento confunde-se, à evidência, com a função essencial da marca, recordada no n.º 23 do presente acórdão.

28 Por último, tratando-se de uma marca composta por palavras ou por uma palavra e um algarismo, como a marca que constitui objecto do litígio, um eventual carácter distintivo pode ser analisado, em parte, relativamente a cada um dos seus termos ou dos seus elementos, considerados separadamente, mas deve, em todo o caso, depender de uma análise do conjunto que eles compõem. Com efeito, a simples circunstância de cada um desses elementos, considerado separadamente, estar desprovido de carácter distintivo não exclui que a combinação que formam possa apresentar tal carácter (v., por analogia, acórdãos de 12 de Fevereiro de 2004, Campina Melkunie, C-265/00, Colect., p. I-1699, n.os 40 e 41, e Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Colect., p. I-1619, n.os 99 e 100).

29 Ora, no presente litígio, a aplicação que o Tribunal de Primeira Instância fez do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento testemunha uma interpretação incorrecta desta disposição.

30 Com efeito, em primeiro lugar, embora tenha referido, com razão, no n.º 39 do acórdão recorrido, que era necessário, para efeitos da apreciação do carácter distintivo de uma marca complexa, considerá-la na sua totalidade, o Tribunal de Primeira Instância não baseou, na realidade, a sua decisão em tal análise.

31 Antes de mais, o Tribunal de Primeira Instância considerou, no n.º 41 do acórdão recorrido, que o IHMI demonstrou de forma juridicamente bastante que, nas línguas alemã e inglesa, o elemento «SAT» constitui a abreviatura usual da palavra «satélite» e que esse termo não se afasta, enquanto abreviação, das regras lexicais destas línguas. No mesmo número deste acórdão, o Tribunal de Primeira Instância considerou, além disso, que este elemento designa uma característica da maior parte dos serviços em causa, que é susceptível de entrar em linha de conta no momento da escolha efectuada pelo público pertinente, a saber, a sua ligação com a difusão por satélite. A partir destas considerações, que não compete ao Tribunal de Justiça pôr em causa no âmbito de um recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância, excepto quando procederem de uma desvirtuação das peças processuais, o Tribunal de Primeira Instância concluiu que o elemento «SAT» está desprovido de carácter distintivo relativamente a esses serviços.

32 Seguidamente, o Tribunal de Primeira Instância indicou, nos n.$^{os}$ 46 e 47 do acórdão recorrido, através de apreciações que também não estão submetidas à fiscalização do Tribunal de Justiça no âmbito de um recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância, salvo desvirtuação, que o elemento «2» e o elemento «.» são comummente utilizados no comércio, ou susceptíveis de o ser, para apresentação dos serviços em causa e que esses elementos estão, por este facto, desprovidos de carácter distintivo.

33 Deduziu dessas considerações, no n.º 49 do acórdão recorrido, que, «de maneira geral, [...] o facto de uma marca complexa [tal como'SAT.2'] só ser composta por elementos desprovidos de carácter distintivo permite concluir que esta marca, considerada no seu todo, é também susceptível de ser comummente utilizada, no comércio, para a apresentação dos produtos ou serviços em causa».

34 Por último, o Tribunal de Primeira Instância considerou, nos n.os 49 e 50 do acórdão recorrido, que tal conclusão só pode ser contrariada na hipótese de indícios concretos, tais como, designadamente, a maneira inabitual como os diferentes elementos são combinados, indicarem que a marca complexa representa mais que a soma dos elementos que a compõem. O Tribunal de Primeira Instância considerou que o sintagma «SAT.2» é composto de maneira habitual e que «carece de pertinência o argumento da recorrente segundo [o] qual a marca pedida, considerada no seu todo, é dotada de um elemento de fantasia».

35 Resulta dos n.os 31 a 34 do presente acórdão que o Tribunal de Primeira Instância apreciou a existência de carácter distintivo do sintagma «SAT.2» essencialmente por intermédio de uma análise separada de cada um dos seus elementos. Para este fim, baseou-se na presunção de que elementos desprovidos isoladamente de carácter distintivo não podem, uma vez combinados, apresentar tal carácter e não, como deveria fazer, na percepção global desse sintagma pelo consumidor médio. Só analisou a impressão de conjunto produzida pelo sintagma de forma subsidiária, negando toda e qualquer pertinência a dados, tais como a existência de um elemento de fantasia, que devem ser tomados em consideração nessa análise.

36 Em segundo lugar, o acórdão recorrido assenta na utilização de um critério por força do qual não podem ser registadas marcas susceptíveis de serem comummente utilizadas no comércio para apresentar os produtos ou os serviços em causa. Este critério é pertinente no âmbito do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do regulamento, mas não é o critério à luz do qual esta mesma disposição, alínea b), deve ser interpretada. Ao considerar, em especial no n.º 36 do acórdão recorrido, que esta última disposição prossegue um objectivo de interesse geral, que exige que os sinais que tem por objecto possam ser livremente utilizados por todos, o Tribunal de Primeira Instância afastou-se da tomada em consideração do critério do interesse público objecto dos n.os 25 a 27 do presente acórdão.

37 Nestas condições, a recorrente tem razão quando alega que o acórdão recorrido está viciado por erro de direito na interpretação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento.

38 Resulta do exposto, sem que seja necessário analisar o outro fundamento do recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância baseado em violação do princípio da igualdade de tratamento, que o acórdão recorrido deve ser anulado por o Tribunal de Primeira Instância ter decidido que a Segunda Câmara de Recurso do IHMI não violou o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento ao recusar, através da decisão controvertida, registar como marca comunitária o sintagma «SAT.2» para serviços que, no pedido de registo, estão relacionados com a difusão por satélite, ou seja, as categorias de serviços referidas no n.º 3 do acórdão recorrido que não foram objecto do n.º 42 desse acórdão do Tribunal de Primeira Instância.

39 Nos termos do artigo 61.º, primeiro parágrafo, segundo período, do Estatuto do Tribunal de Justiça, este último, em caso de anulação de decisão do Tribunal de Primeira Instância, pode decidir ele próprio o litígio, se este estiver em condições de ser julgado. Tal é o caso do presente processo.

40 Embora a forma como o sintagma «SAT.2» está composto não seja invulgar, designadamente na percepção que o consumidor médio pode ter dos serviços incluídos no sector da comunicação, e embora esta justaposição de um elemento verbal tal como «SAT» com um algarismo tal como «2», separados por um «.», não traduza um grau particularmente elevado de inventividade, estas circunstâncias não bastam para demonstrar que tal sintagma está desprovido de carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento.

41 Com efeito, o registo de um sinal como marca não está dependente da verificação de um determinado nível de criatividade ou de imaginação linguística ou artística por parte do titular da marca. Basta que a marca permita ao público pertinente identificar a origem dos produtos ou dos serviços protegidos pela marca e distingui-los dos de outras empresas.

42 No caso de uma marca que não choca com o motivo de recusa enunciado no artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do regulamento estar, no entanto, desprovida de carácter distintivo na acepção da mesma disposição, alínea b), o IHMI deve expor as razões pelas quais considera que essa marca está desprovida de carácter distintivo.

43 Ora, no caso vertente, o IHMI limitou-se a indicar na decisão controvertida que os elementos «SAT» e «2» são descritivos e correntemente utilizados no sector dos serviços relacionados com os *media*, sem indicar por que motivo o sintagma «SAT.2», tomado no seu conjunto, não é susceptível de distinguir os serviços da recorrente dos de outras empresas.

44 O frequente emprego de marcas compostas por um elemento verbal e por um elemento numérico no sector das comunicações indica que esse tipo de combinações não pode ser considerado desprovido, em princípio, de carácter distintivo.

45 Além disso, tal como alega a recorrente, o IHMI não invocou esse motivo de recusa de registo enunciado no artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do regulamento contra pedidos de registo de marcas comparáveis na sua estrutura ao sintagma «SAT.2», designadamente, pela utilização do elemento «SAT».

46 O facto de os elementos associados a «SAT» serem, no caso vertente, o algarismo 2 bem como um ponto, e não outro elemento verbal, não tem, contrariamente ao que este alega, incidência nessa análise. Além disso, o IHMI não fundamentou, em nenhum momento do processo, a diferença de tratamento do pedido da recorrente por um risco de confusão entre o sinal para o qual esta solicitava o registo e uma marca que tivesse sido anteriormente registada.

47 Resulta de todas as considerações expostas que os motivos pelos quais a Segunda Câmara de Recurso do IHMI considerou que o sintagma «SAT.2» está desprovido de carácter distintivo, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento, não são procedentes.

48 Nestas condições, a decisão controvertida deve ser anulada na medida em que a Segunda Câmara de Recurso do IHMI recusou, com base no artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do regulamento, o pedido de registo do sintagma «SAT.2» como marca comunitária. Tendo o Tribunal de Primeira Instância já decidido, no acórdão recorrido, por um lado, que esta decisão também não podia ser baseada no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo texto legal e, por outro, que a Segunda Câmara de Recurso do IHMI não se tinha pronunciado, na mesma decisão, sobre o recurso nela interposto no que respeita aos serviços incluídos na classe 35, a decisão controvertida deve ser anulada na totalidade.

**Quanto às despesas**

49 Nos termos do artigo 122.º do Regulamento de Processo do Tribunal de Justiça, quando o recurso for julgado procedente e o Tribunal de Justiça decidir definitivamente o litígio, decidirá igualmente sobre as despesas.

50 Nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 69.º do Regulamento de Processo do Tribunal de Justiça, aplicável aos recursos de decisão do Tribunal de Primeira Instância por força do seu artigo 118.º, a parte vencida deve ser condenada nas despesas, se a parte vencedora o tiver requerido. Tendo a recorrente pedido a condenação do IHMI nas despesas e tendo este sido vencido, há que condená-lo nas despesas de ambas as instâncias.

Pelos fundamentos expostos, o Tribunal de Justiça (Segunda Secção) decide:

1) **O acórdão do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias de 2 de Julho de 2002, SAT.1/IHMI (SAT.2) (T-323/00, Colect., p. II-2839), é anulado na medida em que o Tribunal de Primeira Instância decidiu que a Segunda Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (IHMI) (marcas, desenhos e modelos) não violou o artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento (CE) n° 40/94 do Conselho, de 29 de Dezembro de 1993, sobre a marca comunitária, ao recusar, através da sua decisão de 2 de Agosto de 2000 (processo R 312/1999-2), registar como marca comunitária o sintagma «SAT.2» para os serviços que, no pedido de registo, estão relacionados com a difusão por satélite, ou seja, as categorias de serviços mencionadas no n.° 3 do acórdão recorrido que não foram objecto do n.° 42 desse acórdão do Tribunal de Primeira Instância.**

2) **É anulada a decisão de 2 de Agosto de 2000 da Segunda Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos).**

3) **O Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) é condenado nas despesas das duas instâncias.**

Assinaturas.