Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Quinta Secção)

14 de julho de 2021 *

«Marca da União Europeia — Pedido de marca tridimensional da União Europeia — Forma de um batom oblongo, cónico e cilíndrico — Motivo absoluto de recusa — Caráter distintivo — Artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) 2017/1001»

No processo T-488/20,

Guerlain, com sede em Paris (França), representada por T. de Haan, advogada,

recorrente,

contra

Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), representado por S. Pétrequin, A. Folliard-Monguiral e V. Ruzek, na qualidade de agentes,

recorrido,

que tem por objeto um recurso da Decisão da Primeira Câmara de Recurso do EUIPO de 2 de junho de 2020 (processo R 2292/2019-1), relativa a um pedido de registo como marca da União Europeia de um sinal tridimensional constituído pela forma de um batom oblongo, cónico e cilíndrico,

O TRIBUNAL GERAL (Quinta Secção),

composto por: D. Spielmann, presidente, U. Öberg e O. Spineanu-Matei (relatora), juízes,

secretário: J. Pichon, administradora,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 5 de agosto de 2020,

vista a resposta apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 19 de outubro de 2020,

vista a questão escrita do Tribunal Geral às partes de 10 de fevereiro de 2021 para resposta na audiência,

após a audiência de 21 de abril de 2021,

profere o presente

* Língua do processo: francês.

Acórdão [1]

[omissis]

Pedidos das partes

9 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

– anular a decisão impugnada;

– condenar o EUIPO nas despesas, incluindo nas despesas efetuadas na Câmara de Recurso.

10 O EUIPO conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

– negar provimento ao recurso;

– condenar a recorrente nas despesas.

Questão de direito

[omissis]

42 Em segundo lugar, no que respeita ao argumento da recorrente relativo ao aspeto estético muito conseguido da forma em causa, há que salientar que segundo a jurisprudência, a circunstância de os produtos terem um *design* de qualidade não implica necessariamente que uma marca constituída pela forma tridimensional desses produtos permita *ab initio* distinguir os referidos produtos dos produtos de outras empresas, na aceção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento 2017/1001 (Acórdão de 5 de fevereiro de 2020, Forma de um atacador, T-573/18, EU:T:2020:32, n.º 65).

43 No entanto, não se pode excluir que o aspeto estético de uma marca que tenha a forma da embalagem de um produto, neste caso do seu recipiente, possa ser tomado em consideração, entre outros elementos, para marcar uma diferença em relação à norma e os hábitos de um setor, desde que esse aspeto estético seja compreendido no sentido de que remete para o efeito visual objetivo e inabitual que resulta do *design* específico da referida marca (Acórdão de 12 de dezembro de 2019, EUIPO/Wajos, C-783/18 P, não publicado, EU:C:2019:1073, n.º 32).

44 Por conseguinte, há que salientar que a tomada em consideração do aspeto estético da marca pedida não deve equivaler a uma avaliação da beleza ou de falta desta do produto em causa, a qual por definição seria subjetiva, antes visando verificar, em conformidade com a jurisprudência acima referida no n.º 43, se este produto pode gerar um efeito visual objetivo e inabitual aos olhos do público relevante.

[omissis]

[1] Apenas são reproduzidos os números do presente acórdão cuja publicação o Tribunal Geral considera útil.

48 Por outro lado, segundo a jurisprudência, a norma e os hábitos do setor não se podem reduzir apenas à forma estatisticamente mais difundida, antes compreendendo todas as formas com que o consumidor habitualmente se depara no mercado [Acórdão de 25 de novembro de 2020, Brasserie St Avold/EUIPO (Forma de uma garrafa escura), T-862/19, EU:T:2020:561, n.º 56].

49 Por conseguinte, atendendo às imagens que a Câmara de Recurso considerou constituírem a norma e os hábitos do setor em causa, há que constatar, à semelhança da recorrente, que a forma em causa é inabitual para um batom e difere de todas as outras formas que existem no mercado.

50 A Câmara de Recurso limitou-se a constatar que não existia divergência significativa relativamente às normas e aos hábitos do setor. Ora, embora seja certo, em conformidade com a jurisprudência acima referida no n.º 19, que o simples facto de uma forma ser uma «variante» de uma das formas habituais de um tipo de produtos não ser suficiente para permitir determinar que a referida forma não é desprovida de caráter distintivo, o facto de um setor se caracterizar por uma significativa variedade de formas de produtos não implica que uma eventual nova forma será necessariamente entendida como uma delas.

[omissis]

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL GERAL (Quinta Secção)

decide:

1) A Decisão da Primeira Câmara de Recurso do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO) de 2 de junho de 2020 (processo R 2292/2019-1) é anulada.

2) O EUIPO é condenado a suportar as despesas, incluindo as despesas indispensáveis efetuadas pela Guerlain para efeitos do processo na Câmara de Recurso do EUIPO.

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 14 de julho de 2021.

O Secretário
E. Coulon

O Presidente