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

No processo T-356/00,

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 477/1999-3) relativa ao registo do vocábulo CARCARD 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 15 de Fevereiro de 2001,

após a audiência de 21 de Novembro de 2001,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 Em 1 de Abril de 1996, 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 vocábulo CARCARD.

3 Os produtos e serviços para os quais o registo da marca foi pedido pertencem às classes 9, 36, 37, 38, 39 e 42 na acepção 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: «Suportes de dados de leitura mecânica providos de programas e/ou dados, nomeadamente dados relativos a veículos e/ou dados relativos a clientes e/ou dados relativos a reparações e/ou dados relativos a serviços de assistência técnica e/ou dados relativos a serviços de manutenção e/ou dados relativos a diagnósticos em veículos e/ou dados relativos a contratos e/ou códigos de segurança, em especial cartões magnéticos e/ou cartões com *chip* incorporado e/ou cartões de crédito; equipamentos de processamento de dados fixos ou móveis; programas registados em suportes de dados para o processamento de dados e/ou de texto e/ou de imagens»;

— classe 36: «*Leasing* de veículos automóveis com e/ou sem reboque e respectiva facturação; *leasing* de veículos automóveis com e/ou sem sobre-estrutura e respectiva facturação; *leasing* de veículos de substituição e respectiva facturação; mediação de seguros, incluindo seguros de assistência jurídica; serviços de cobrança de taxas, nomeadamente de portagens, de taxas de estacionamento e de taxas telefónicas; serviços de cobrança de pagamentos relativos ao transporte público de pessoas e mercadorias; serviços de financiamento e de crédito ao consumo e respectiva mediação; facturação do abastecimento de combustíveis; facturação de serviços de assistência técnica e de

garantia; *leasing* de veículos automóveis com e/ou sem reboque; facturação de veículos de substituição; emissão de cartões de crédito e/ou cartões magnéticos e/ou cartões com *chip* incorporado; emissão de cartões de identificação de acesso e/ou pagamento de mercadorias e serviços, tais como serviços de assistência técnica e/ou serviços de garantia e/ou sistemas de bonificações e/ou de incentivos e/ou de reciclagem»;

— classe 37: «Serviços de agência de abastecimento de combustíveis; mediação de serviços de assistência técnica e de garantia; manutenção de automóveis, em especial limpeza, conservação e reparação, incluindo a substituição de todas as peças necessárias à manutenção da sua funcionalidade»;

— classe 38: «Mediação de serviços de telecomunicações, nomeadamente chamadas telefónicas, serviços de gravação de voz, serviços de informação, bem como de navegação e localização, em especial localização de veículos, diagnóstico à distância, serviços de emergência, serviços de reparação, serviços de assistência técnica a clientes; prestação de serviços de telecomunicações, nomeadamente chamadas telefónicas, serviços de gravação de voz, serviços de informação, bem como de navegação e localização, em especial localização de veículos, diagnóstico à distância, serviços de emergência, serviços de reparação, serviços de assistência técnica a clientes»;

— classe 39: «Mediação e/ou aluguer de veículos automóveis com e/ou sem reboque e facturação destes serviços; mediação e/ou aluguer de veículos automóveis com e/ou sem sobreestrutura e facturação destes serviços; mediação e/ou aluguer de veículos de substituição e facturação destes serviços; indicação e arrendamento de lugares de estacionamento; serviços de transporte de passageiros e mercadorias; mediação de serviços na área da logística dos transportes, nomeadamente projecto de sistemas de transporte de pessoas e mercadorias; reboque de veículos automóveis»;

— classe 42: «Serviços de bases de dados, nomeadamente recolha, tratamento, arquivo, classificação, triagem, consulta, emissão, transmissão e actualização de informações constituindo registos em bases de dados, em especial de dados relativos a clientes, dados relativos a reparações, cadernetas de manutenção electrónicas, dados relativos a veículos, dados relativos a diagnósticos, dados relativos a serviços de assistência técnica, dados relativos a serviços de manutenção, dados relativos a contratos e códigos de segurança; mediação de serviços de bases de dados, nomeadamente dados relativos a clientes, dados relativos a reparações, cadernetas de manutenção electrónicas, dados relativos a veículos, incluindo a actualização de dados relativos a clientes, de dados relativos a reparações, de dados relativos a manutenção e de dados relativos a veículos; aluguer e/ou *leasing* de equipamento informático; concepção de programas de contabilidade e facturação; serviços de hotelaria; informações sobre e/ou reserva de alojamentos em hotéis ou pensões».

4 Em Janeiro de 1999, foi averbada no processo a transferência do pedido a favor da recorrente nos termos dos artigos 17.° e 24.° do Regulamento n.° 40/94, bem como da regra 31, n.° 8, do Regulamento (CE) n.° 2868/95 da Comissão, de 13 de Dezembro de 1995, relativo à execução do Regulamento n.° 40/94 (JO L 303, p. 1).

5 Por decisão de 9 de Junho de 1999, o examinador indeferiu o pedido ao abrigo do artigo 38.° do Regulamento n.° 40/94, com fundamento de que o vocábulo CARCARD era descritivo dos produtos e serviços em causa e era desprovido de carácter distintivo na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alíneas c) e b), do Regulamento n.° 40/94.

6 Em 6 de Agosto de 1999, a recorrente interpôs recurso para o Instituto, nos termos do artigo 59.° do Regulamento n.° 40/94, da decisão do examinador.

7 Por decisão de 12 de Setembro de 2000 (a seguir «decisão impugnada»), a Terceira Câmara de Recurso negou provimento ao recurso, com fundamento de que o vocábulo em causa se inseria na previsão do artigo 7.°, n.° 1, alíneas b) e c), do Regulamento n.° 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.°, n.° 1, alínea c), e do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 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 vocábulo CARCARD 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 «car», a recorrente afirma que, apesar de ser um termo corrente da língua inglesa, este elemento 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.

13 Além disso, sustenta que o elemento «car» não é directamente descritivo dos produtos e serviços em causa, na medida em que evoca, quando muito, a ideia de que estes têm uma relação com os veículos.

14 Quanto ao elemento «card», a recorrente afirma igualmente que este, por constituir um termo corrente da língua inglesa, 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.

15 Da mesma forma, sustenta que o elemento «card» não é directamente descritivo dos produtos e serviços em causa, na medida em que se limita a evocar, quando muito, a ideia de que se trata de um objecto plano rectangular em papel ou em plástico cuja função permanece, contudo, indeterminada.

16 No que respeita ao vocábulo CARCARD, 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 existe, enquanto tal, nem na linguagem corrente nem na linguagem técnica.

17 Acresce que, segundo a recorrente, o vocábulo em causa não tem um significado claro e determinado, mas evoca unicamente ideias vagas e abstractas que vão no sentido de um objecto plano e rectangular em papel, cartão ou plástico que tem uma relação com os veículos ou os meios de transporte. Neste contexto, a recorrente afirma que, se o consumidor médio, atento e normalmente informado, lhe atribui um significado concreto, é o de um cromo de colecção no qual está reproduzida a imagem de um veículo.

18 Quanto à relação existente entre o vocábulo CARCARD, lido no seu conjunto, e os produtos e serviços em causa, a recorrente sustenta que, contrariamente às considerações do ponto 23 e seguintes da decisão impugnada, este vocábulo 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, segundo a recorrente, 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 vocábulo em causa, dado que este não é utilizado para descrever os produtos e serviços em causa e que também não é necessário utilizá-lo para este fim. Segundo a recorrente, tal imperativo de disponibilidade não se pode basear unicamente em associações vagas evocadas por este vocábulo.

20 Acresce que a recorrente sustenta que, em caso de registo da marca CARCARD, a utilização dos elementos «car» e «card», isolados ou em outras combinações, não pode ser impedida pela recorrente, tendo em conta que uma marca apenas é protegida nos termos em que foi pedida.

21 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.

22 O Instituto recusa a argumentação da recorrente e considera que os produtos em causa pertencentes à classe 9 «descrevem directamente o objecto do referido 'CARCARD', que é o suporte de dados». Quanto aos serviços em causa, que pertencem às classes 36 a 39 e 42, o Instituto sustenta que «descrevem o domínio de utilização do referido 'CARCARD' utilizado como suporte de dados relativos ao veículo ou ao seu proprietário, bem como um meio de pagamento sem dinheiro líquido». A este respeito, o Instituto afirma que o carácter descritivo deve ser considerado no contexto da progressão dos cartões de crédito, dos cartões bancários, dos cartões telefónicos e de numerosos cartões magnéticos similares que permitem aceder a serviços e proceder a transacções sem dinheiro líquido. Assim, o Instituto considera que o vocábulo em causa não constitui um termo vago ou simplesmente alusivo, mas sim uma indicação imediata da qualidade e do destino, sem compreender elementos adicionais que iriam além desta simples indicação.

Apreciação do Tribunal

23 Nos termos do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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.°, n.° 2, Regulamento n.° 40/94 determina que o «n.° 1 é aplicável mesmo que os motivos de recusa apenas existam numa parte da Comunidade».

24 O artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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.° 25).

25 Nesta perspectiva, os sinais e as indicações referidos no artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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.° 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.° 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.° 27]. Por outro lado, sendo o vocábulo 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 vocábulo em causa para designar os produtos e serviços referidos no pedido, importa ter em conta que, no n.° 35 do acórdão Windsurfing Chiemsee, já referido, o Tribunal de Justiça considerou que a aplicação do artigo 3.°, n.° 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.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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 vocábulo CARCARD é composto por um substantivo principal (card) e um substantivo qualificativo (car). Ora, este vocábulo 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 vocábulo CARCARD, resulta dos pontos 19 a 22 da decisão impugnada bem como das explicações que o Instituto forneceu na sua contestação que, para o Instituto, este vocábulo significa «cartão do veículo» ou «cartão para o veículo». A este respeito, não tem qualquer pertinência a alegação da recorrente segundo a qual o vocábulo 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.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 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 vocábulo CARCARD e os produtos e serviços em causa, a Câmara de Recurso considerou, nos pontos 23 e 24 da decisão impugnada, que o vocábulo designa a qualidade e o destino destes últimos.

32 No que respeita, em primeiro lugar, às categorias de produtos denominadas «suportes de dados de leitura mecânica providos de programas e/ou dados, nomeadamente dados relativos a veículos e/ou dados relativos a clientes e/ou dados relativos a reparações e/ou dados relativos a serviços de assistência técnica e/ou dados relativos a serviços de manutenção e/ou dados relativos a diagnósticos em veículos e/ou dados relativos a contratos e/ou códigos de segurança, em especial cartões magnéticos e/ou cartões com *chip* incorporado e/ou cartões de crédito», que pertencem à classe 9, há que considerar que o vocábulo CARCARD, lido no seu conjunto, pode servir para designar tanto a espécie como a qualidade. Com efeito, estes produtos constituem formas específicas de cartões. Além disso, o facto de estar ligado a um veículo deve ser considerado uma qualidade desses produtos que é susceptível de entrar em linha de conta no momento da escolha pelo público-alvo e, assim, uma característica essencial desses produtos. Nestes termos, existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o vocábulo CARCARD e estes produtos.

33 Da mesma forma, para as categorias de serviços denominadas «emissão de cartões de crédito e/ou cartões magnéticos e/ou cartões com *chip* incorporado; emissão de cartões de identificação de acesso e/ou pagamento de mercadorias e

serviços, tais como serviços de assistência técnica e/ou serviços de garantia e/ou sistemas de bonificações e/ou de incentivos e/ou de reciclagem», que pertencem à classe 36, o vocábulo CARCARD pode servir para designar a qualidade desses serviços. Com efeito, estes serviços estão ligados à comercialização de cartões. Além disso, se estes serviços podem igualmente estar relacionados com cartões que não estão ligados a um veículo e se o vocábulo CARCARD não é, portanto, descritivo de todos os serviços pertencentes a estas categorias, há que ter em conta que a recorrente pediu o registo do vocábulo em causa para todas estas categorias no seu conjunto sem fazer distinções. 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.° 33).

34 Em segundo lugar, importa examinar se o vocábulo CARCARD é descritivo em relação às seguintes categorias de serviços:

— «*leasing* de veículos automóveis com e/ou sem reboque e respectiva facturação; *leasing* de veículos automóveis com e/ou sem sobreestrutura e respectiva facturação; *leasing* de veículos de substituição e respectiva facturação; mediação de seguros, incluindo seguros de assistência jurídica; serviços de cobrança de taxas, nomeadamente de portagens, de taxas de estacionamento; serviços de cobrança de pagamentos relativos ao transporte público de pessoas e mercadorias; facturação do abastecimento de combustíveis; *leasing* de veículos automóveis com e/ou sem reboque; facturação de veículos de substituição», que pertencem à classe 36;

— «serviços de agência de abastecimento de combustíveis; manutenção de automóveis, em especial limpeza, conservação e reparação, incluindo a substituição de todas as peças necessárias à manutenção da sua funcionalidade», que pertencem à classe 37;

— «mediação de serviços de telecomunicações, nomeadamente navegação e localização, em especial localização de veículos, diagnóstico à distância,

serviços de emergência, serviços de reparação, serviços de assistência técnica a clientes; prestação de serviços de telecomunicações, nomeadamente navegação e localização, em especial localização de veículos, diagnóstico à distância, serviços de emergência, serviços de reparação, serviços de assistência técnica a clientes», que pertencem à classe 38;

— «mediação e/ou aluguer de veículos automóveis com e/ou sem reboque e facturação destes serviços; mediação e/ou aluguer de veículos automóveis com e/ou sem sobreestrutura e facturação destes serviços; mediação e/ou aluguer de veículos de substituição e facturação destes serviços; indicação e arrendamento de lugares de estacionamento; serviços de transporte de passageiros e mercadorias; mediação de serviços na área da logística dos transportes, nomeadamente projecto de sistemas de transporte de pessoas e mercadorias; reboque de veículos automóveis», que pertencem à classe 39;

— «serviços de bases de dados, nomeadamente recolha, tratamento, arquivo, classificação, triagem, consulta, emissão, transmissão e actualização de informações constituindo registos em bases de dados, em especial de dados relativos a clientes, dados relativos a reparações, cadernetas de manutenção electrónicas, dados relativos a veículos, dados relativos a diagnósticos, dados relativos a serviços de assistência técnica, dados relativos a serviços de manutenção, dados relativos a contratos e códigos de segurança; mediação de serviços de bases de dados, nomeadamente dados relativos a clientes, dados relativos a reparações, cadernetas de manutenção electrónicas, dados relativos a veículos, incluindo a actualização de dados relativos a clientes, de dados relativos a reparações, de dados relativos a manutenção e de dados relativos a veículos», que pertencem à classe 42.

35 No que respeita aos serviços que pertencem às categorias mencionadas no número anterior, há que considerar que estes serviços apresentam uma ligação imediata com o funcionamento e a utilização de um veículo. Assim, o facto de serem acessíveis e pagos por intermédio de um cartão ligado a um veículo constitui uma qualidade destes serviços que é susceptível de entrar em linha de conta no momento da escolha pelo público-alvo.

36 Além disso, não se pode excluir que as categorias de serviços mencionadas no n.º 34, *supra* incluem igualmente serviços que não têm qualquer ligação com o funcionamento e a utilização de um veículo e/ou que são fornecidos em condições que não implicam a utilização de qualquer cartão e que, assim, o vocábulo CARCARD não é descritivo de todos os serviços que pertencem a estas categorias. A este respeito, importa considerar que a recorrente pediu o registo do vocábulo 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).

37 Assim, existe, do ponto de vista do público-alvo, uma relação suficientemente directa e concreta entre o vocábulo CARCARD e os serviços pertencentes às categorias mencionadas no n.º 34 *supra*.

38 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 uma decisão anterior podem constituir argumentos em apoio de 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 decisões referidas 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 nenhuma das marcas referidas nas decisões invocadas pela recorrente apresenta um elemento comum com o vocábulo CARCARD.

39 Daqui decorre que o vocábulo CARCARD 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 34 *supra*.

40 No que respeita, em terceiro lugar, aos produtos que pertencem às categorias denominadas «equipamentos de processamento de dados fixos ou móveis; programas registados em suportes de dados para o processamento de dados e/ou de texto e/ou de imagens», que pertencem à classe 9, não se afigura que o vocábulo CARCARD possa servir para designar uma qualidade destes. Além disso, mesmo admitindo que os produtos possam ser utilizados num contexto funcional que implique igualmente um cartão ligado a um veículo, este facto não é suficiente para concluir que o vocábulo CARCARD pode ser utilizado para designar o destino dos referidos produtos. Com efeito, tal utilização constituiria, quando muito, um dos múltiplos domínios de aplicação mas não uma funcionalidade técnica. Por último, não pode ser alegado que o vocábulo em causa possa servir para designar outra característica essencial de qualquer destes produtos.

41 Em quarto lugar, importa examinar se o vocábulo CARCARD é descritivo em relação às seguintes categorias de serviços:

— «serviços de cobrança de taxas, nomeadamente de taxas telefónicas; serviços de financiamento e de crédito ao consumo e respectiva mediação; facturação de serviços de assistência técnica e de garantia;», que pertencem à classe 36;

— «mediação de serviços de assistência técnica e de garantia», que pertencem à classe 37;

— «mediação de serviços de telecomunicações, nomeadamente chamadas telefónicas, serviços de gravação de voz, serviços de informação», que pertencem à classe 38;

— «aluguer e/ou *leasing* de equipamento informático; concepção de programas de contabilidade e facturação; serviços de hotelaria; informações sobre e/ou reserva de alojamentos em hotéis ou pensões», que pertencem à classe 42.

42 Quanto a estes serviços, não se afigura que tenham uma ligação imediata com o funcionamento e a utilização de um veículo. Consequentemente, mesmo admitindo que o facto de serem acessíveis e poderem ser pagos por intermédio de um cartão constitui uma qualidade destes serviços susceptível de ser tida em conta no momento da escolha pelo público-alvo, o facto de este cartão estar ligado a um veículo não pode ser considerado um elemento suplementar para efeitos desta escolha. Ora, importa apreciar o carácter descritivo de um sinal composto por vários elementos tomando em consideração todos os elementos e não apenas um. Assim, o vocábulo CARCARD, tomando em consideração todos os seus elementos e lido no seu conjunto, não pode servir para designar uma qualidade destes serviços.

43 No que respeita, mais concretamente, às categorias de serviços denominadas «facturação de serviços e de garantia» e «mediação de serviços e de garantia», não se pode negar, obviamente, que estas categorias abrangem igualmente serviços que apresentam uma ligação com o funcionamento e a utilização de um veículo e que são oferecidos em condições que implicam a utilização de um cartão. Contudo, mesmo admitindo que, nesta hipótese, o vocábulo CARCARD seja descritivo em relação a uma parte dos serviços que pertencem a estas categorias, há que salientar que, atendendo à extensão destas categorias de serviços, trata-se, em todo o caso, de uma parte pouco importante. Assim, a jurisprudência referida no n.° 36 *supra* não pode ser aplicável a este caso concreto.

44 Por outro lado, também não se afigura que o vocábulo CARCARD possa servir para designar o destino ou outra qualquer característica essencial dos serviços que pertencem às categorias referidas no n.° 41 *supra*.

45 A este respeito, a Câmara de Recurso considerou, no ponto 24 da decisão impugnada, que os serviços que pertencem às classes 38 e 42, como as telecomunicações ou o alojamento temporário, constituem serviços cujo carácter anexo, relativamente àqueles que apresentam uma ligação imediata com o funcionamento e a utilização de um veículo, é evidente. Neste mesmo sentido, o Instituto desenvolveu, na contestação e na audiência, uma argumentação segundo a qual resulta das declarações feitas pela recorrente que esta comercializa ou tem intenção de comercializar os serviços referidos no n.º 41 *supra*, no quadro de um sistema complexo. No âmbito deste sistema, que implica a utilização de produtos que pertencem às categorias referidas no n.º 40 *supra*, o cartão, proposto aos compradores de veículos que a recorrente fabrica, dá acesso a um conjunto de serviços que compreende, além dos serviços referidos no n.º 41 *supra*, os referidos no n.º 34 *supra*. Deste facto, o Instituto deduz que o carácter descritivo do vocábulo CARCARD deve ser apreciado, em relação ao conjunto das categorias de produtos e de serviços constantes do pedido de registo, à luz do conceito de comercialização previsto, ou mesmo aplicado, pela recorrente.

46 Contudo, importa ter em conta que, contrariamente ao que pretende o Instituto, o carácter descritivo de um sinal 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 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 serviços que pertencem a esta categoria, produtos ou serviços pertencentes 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 do sinal como marca comunitária e não pode, portanto, ter qualquer incidência na apreciação do seu carácter registável.

47 Daqui decorre que o vocábulo CARCARD 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 pertencentes às categorias referidas nos n.ºs 40 e 41 *supra*.

48 Resulta de todas as considerações precedentes que o fundamento baseado na violação do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 40/94 deve ser acolhido no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas nos n.os 40 e 41 *supra*, e improcedente no que respeita às outras categorias de produtos e serviços referidas nos n.os 32 a 34 *supra*.

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

Argumentos das partes

49 A recorrente sustenta que resulta da expressão «desprovidas de carácter distintivo», constante do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 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.

50 No que respeita ao vocábulo 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. A este respeito, a recorrente observa que o carácter original e a fantasia do vocábulo em causa resultam igualmente da assonância dos elementos «car» e «card», que leva, ao pronunciar o vocábulo, a uma duplicação fonética inabitual e fácil de memorizar da sílaba «CAR».

51 Além disso, a recorrente expõe que, uma vez que a palavra «carcard» até à data apenas foi utilizada para designar, quando muito, um cromo de colecção no qual está reproduzida a imagem de um veículo, a transposição desta palavra para um contexto diferente será considerada, pelos meios interessados, como inabitual e apresentando um elemento de fantasia.

52 Além disso, a recorrente invoca as decisões das câmaras de recurso admitindo o carácter registável de outras marcas (v. *supra*, n.° 21).

53 O Instituto alega que o vocábulo CARCARD, sendo composto exclusivamente por indicações descritivas dos produtos e serviços em causa, com exclusão de qualquer outro elemento susceptível de tornar o vocábulo 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 vocábulo em causa não como uma referência a uma empresa determinada, mas unicamente como uma referência geral a um cartão de veículo (ou para um veículo), com certas funções que permitem o acesso a serviços.

Apreciação do Tribunal

54 Nos termos do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, é recusado o registo «de marcas desprovidas de carácter distintivo». Além disso, o artigo 7.°, n.° 2, do Regulamento n.° 40/94 determina que o «n.° 1 é aplicável mesmo que os motivos de recusa apenas existam numa parte da Comunidade».

55 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 relevante.

56 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 39 *supra*, que o vocábulo CARCARD 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.

57 Em contrapartida, há que examinar o fundamento na parte em que a decisão impugnada respeita às categorias de produtos e de serviços referidas nos n.ºs 40 e 41 *supra*.

58 Como resulta do ponto 28 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 vocábulo CARCARD o seu carácter descritivo. Ora, foi decidido no n.º 47 *supra* que, no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas nos n.ºs 40 e 41 *supra*, o registo do vocábulo CARCARD 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.

59 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 vocábulo CARCARD para os produtos e serviços que pertencem às categorias referidas nos n.os 40 e 41 *supra*.

60 Daqui resulta que o fundamento baseado na violação do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94 deve ser acolhido no que se refere às categorias de produtos e de serviços referidas nos n.os 40 e 41 *supra*, e improcedente no que respeita às outras categorias de produtos e serviços referidas nos n.os 32 a 34 *supra*.

61 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 nos n.os 40 e 41 *supra*, e negar provimento ao recurso quanto ao mais.

Quanto às despesas

62 Por força do disposto no artigo 87.°, n.° 3, do Regulamento de Processo, se cada parte obtiver o vencimento parcial, o Tribunal pode determinar que as despesas sejam repartidas entre as partes se estas forem vencidas parcialmente. 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 477/1999-3) é anulada no que respeita às seguintes categorias de produtos e de serviços:

— «equipamentos de processamento de dados fixos ou móveis; programas registados em suportes de dados para o processamento de dados e/ou de texto e/ou de imagens», pertencentes à classe 9;

— «serviços de cobrança de taxas, nomeadamente de taxas telefónicas; serviços de financiamento e de crédito ao consumo e respectiva mediação; facturação de serviços de assistência técnica e de garantia», pertencentes à classe 36;

— «mediação de serviços de assistência técnica e de garantia», pertencentes à classe 37;

— «mediação de serviços de telecomunicações, nomeadamente chamadas telefónicas; serviços de gravação de voz, serviços de informação», pertencentes à classe 38;

— «aluguer e/ou *leasing* de equipamento informático; concepção de programas de contabilidade e facturação; serviços de hotelaria; informações sobre e/ou reserva de alojamentos em hotéis ou pensões», 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

H. Jung

O presidente

R. M. Moura Ramos