ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção)

24 de Outubro de 2002 *

No processo C-81/01,

que tem por objecto um pedido dirigido ao Tribunal de Justiça, nos termos do artigo 234.° CE, pela Cour de cassation (França), destinado a obter, no litígio pendente neste órgão jurisdicional entre

Borie Manoux SARL

e

Directeur de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI),

uma decisão a título prejudicial sobre a interpretação do artigo 40.° do Regulamento (CEE) n.° 2392/89 do Conselho, de 24 de Julho de 1989, que estabelece regras gerais para a designação e a apresentação dos vinhos e dos mostos de uvas (JO L 232, p. 13), na redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CEE) n.° 3897/91 do Conselho, de 16 de Dezembro de 1991 (JO L 368, p. 5),

* Língua do processo: francês.

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção),

composto por R. Schintgen, presidente de secção, V. Skouris e N. Colneric (relatora), juízes,

advogado-geral: L. A. Geelhoed,
secretário: R. Grass,

vistas as observações escritas apresentadas:

— em representação da República Francesa, por G. de Bergues e L. Bernheim, na qualidade de agentes,

— em representação da Comissão das Comunidades Europeias, por A. M. Alves Vieira e G. Berscheid, na qualidade de agentes,

visto o relatório da juíza-relatora,

ouvidas as conclusões do advogado-geral apresentadas na audiência de 14 de Março de 2002,

profere o presente

Acórdão

1 Por acórdão de 13 de Fevereiro de 2001, que deu entrada no Tribunal de Justiça em 16 de Fevereiro seguinte, a Cour de cassation (França) submeteu ao Tribunal de Justiça, nos termos do artigo 234.° CE, uma questão prejudicial relativa à interpretação do artigo 40.° do Regulamento (CEE) n.° 2392/89 do Conselho, de 24 de Julho de 1989, que estabelece regras gerais para a designação e a apresentação dos vinhos e dos mostos de uvas (JO L 232, p. 13), na redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CEE) n.° 3897/91 do Conselho, de 16 de Dezembro de 1991 (JO L 368, p. 5, a seguir «Regulamento n.° 2392/89»).

2 Esta questão foi suscitada num litígio que opõe a sociedade Borie Manoux SARL (a seguir «Borie Manoux»), com sede em Bordéus (França), ao directeur de l'Institut national de la propriété industrielle (a seguir «INPI»), a propósito do registo da marca «Les Cadets d'Aquitaine», destinada à comercialização de vinhos com denominação de origem provenientes do Bergeracois (Região de Bergerac).

Enquadramento legal

Direito comunitário

3 Nos termos do terceiro considerando do Regulamento n.° 2392/89, as regras gerais para a designação e a apresentação dos vinhos estabelecidas por este

regulamento têm por objectivo fornecer informações tão exactas e precisas quanto necessário para a apreciação dos produtos a que respeitam pelo comprador eventual e pelos organismos públicos encarregados da gestão e do controlo do comércio desses produtos.

4 O Regulamento n.º 2392/89 rege, nomeadamente, a designação e a apresentação dos vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas (a seguir «v.q.p.r.d.»), de que trata o Regulamento (CEE) n.º 823/87 do Conselho, de 16 de Março de 1987, que estabelece disposições especiais relativas aos vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas (JO L 84, p. 59), na redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CEE) n.º 2043/89 do Conselho, de 19 de Junho de 1989 (JO L 202, p. 1).

5 O artigo 11.º do Regulamento n.º 2392/89 prevê:

«1. Relativamente aos vqprd, a designação na rotulagem conterá a indicação:

a) Da região determinada de que provêm;

[...]

2. Para os vqprd, a designação na rotulagem pode ser completada pela indicação:

[...]

c) De uma marca, nas condições previstas no artigo 40.°;

[...]

l) Do nome de uma unidade geográfica mais restrita que a região determinada, nas condições previstas no artigo 13.°;

[...]»

6 O artigo 12.°, n.° 1, do Regulamento n.° 2392/89 precisa:

«As indicações referidas no artigo 11.° são as únicas admitidas para a designação de um vqprd na rotulagem.

Contudo:

[...]

— os Estados-Membros podem autorizar que a indicação do nome da região determinada referida no n.º 1, alínea a), do artigo 11.º seja acompanhada pela indicação do nome de uma unidade geográfica maior, da qual faça parte a região determinada em questão, tendo em vista precisar a sua localização, sob reserva de que sejam respeitadas as condições que regem tanto o emprego do nome da região determinada referida, como o do nome da dita unidade geográfica.»

7 O artigo 13.º do Regulamento n.º 2392/89, para o qual remete o artigo 11.º, n.º 2, alínea l), do mesmo regulamento, dispõe, no seu n.º 2, que os Estados-Membros produtores podem atribuir aos v.q.p.r.d. o nome de uma unidade geográfica mais restrita que a região determinada em questão, na condição de que esta unidade geográfica seja bem delimitada e que todas as uvas a partir das quais estes vinhos foram obtidos provenham desta unidade.

8 Nos termos do artigo 40.º, n.ºs 1 e 2, do Regulamento n.º 2392/89:

«1. A designação e a apresentação dos produtos abrangidos pelo presente regulamento, bem como toda a publicidade relativa aos referidos produtos, não devem ser erróneas nem de natureza a criar confusões ou a induzir em erro as pessoas a quem se dirigem, nomeadamente no que diz respeito:

— às indicações previstas nos artigos [...] 11.º [...],

— às propriedades dos produtos, tais como, nomeadamente, [...] a origem ou a proveniência [...],

— [...]

O nome geográfico que designa uma região determinada deve ser suficientemente preciso e notoriamente ligado à área de produção para que, atendendo às situações existentes, as confusões possam ser evitadas.

2. Quando a designação, a apresentação e a publicidade referentes aos produtos que são objecto do presente regulamento forem completadas por marcas, estas não podem conter palavras, partes de palavras, sinais ou ilustrações:

a) Que sejam de natureza a criar confusões ou induzir em erro as pessoas a que se dirigem, na acepção do n.° 1; ou

b) Que sejam:

— susceptíveis de, no espírito das pessoas a que se destinam, ser confundidas com a totalidade ou parte da designação de um vinho de mesa, de um vqprd ou de um vinho importado cuja designação se reja por disposições

comunitárias ou com a designação de outro dos produtos referidos no n.º 1, primeiro parágrafo, do artigo 1.º, e no n.º 1, primeiro parágrafo, do artigo 36.º, ou

— idênticos à designação de tal produto, sem que os produtos utilizados para o fabrico dos produtos finais acima referidos tenham direito a tal designação ou apresentação.

Além disso, na designação de um vinho de mesa, de um vqprd ou de um vinho importado, não podem ser utilizadas na rotulagem marcas com palavras, partes de palavras, sinais ou ilustrações que:

[...]

b) No que diz respeito aos vinhos de mesa designados nos termos dos n.os 2 e 3 do artigo 72.º do Regulamento (CEE) n.º 822/87, aos vqprd ou aos vinhos importados, contenham falsas indicações, nomeadamente no tocante à origem geográfica, à casta de videira ou ao ano da colheita ou uma menção indicativa de uma qualidade superior;

[...]»

O direito nacional

9 Nos termos do artigo L. 711-3, alínea c), do Código da Propriedade Intelectual francês (JORF de 13 de Julho de 1992, p. 8801), «[n]ão pode ser adoptado como marca ou elemento de marca um sinal [...] [que é] susceptível de induzir em erro o público, nomeadamente, quanto à natureza, à qualidade ou à proveniência geográfica do produto ou do serviço». Nos termos do artigo L. 711-4, alínea h), do mesmo código, «[n]ão pode ser adoptado como marca um sinal que prejudique direitos anteriores, nomeadamente [...] o nome, a imagem ou a notoriedade duma colectividade territorial».

O litígio no processo principal

10 Em 6 de Janeiro de 1997, a Borie Manoux apresentou ao INPI um pedido de registo da marca «Les Cadets d'Aquitaine», destinada à comercialização de vinhos com denominação de origem provenientes do Bergeracois, região determinada que faz parte da Região Administrativa da Aquitânia (França).

11 Por decisão de 8 de Julho de 1997, o director do INPI indeferiu este pedido, baseando-se, por um lado, no artigo L. 711-3 do Código da Propriedade Intelectual e, por outro, nos artigos 11.° e 40.° do Regulamento n.° 2392/89.

12 A Borie Manoux recorreu desta decisão para a cour d'appel de Bordeaux (França). Por acórdão de 26 de Outubro de 1998, este órgão jurisdicional confirmou a decisão controvertida.

13 A Borie Manoux interpôs então recurso deste acórdão para a Cour de cassation, com o fundamento de que a cour d'appel de Bordeaux violara, nomeadamente, os artigos 11.° e 40.° do Regulamento n.° 2392/89, ao considerar por princípio que a indicação «Aquitaine» na marca «Les Cadets d'Aquitaine» era ilícita, uma vez que não constituía uma referência geográfica cujo uso estivesse previsto por uma lei nacional ou por um acto comunitário, sem sequer verificar ou precisar de que forma esta indicação era susceptível de criar um equívoco quanto à origem, à qualidade ou à natureza do produto ou um risco de confusão com uma designação comunitária ou nacional.

14 No acórdão de reenvio, a Cour de cassation reconhece que, segundo o artigo 11.°, n.° 2, do Regulamento n.° 2392/89, a designação sobre a rotulagem pode ser completada pela indicação de certas informações, nomeadamente duma marca, nas condições previstas no artigo 40.° deste regulamento. Reconhece também que, nos termos do artigo 40.°, n.° 2, do referido regulamento, quando a designação, a apresentação e a publicidade referentes aos produtos que são objecto do presente regulamento forem completadas por marcas, estas não podem conter palavras, partes de palavras, sinais ou ilustrações que sejam de natureza a criar confusões ou a induzir em erro as pessoas a que se dirigem, na acepção do n.° 1 dessa disposição, quer dizer, no que diz respeito às indicações previstas, nomeadamente, no referido artigo 11.° e às propriedades dos produtos, tais como, nomeadamente, a natureza, a origem ou a proveniência.

15 A Cour de cassation acrescenta que, nos termos do artigo 12.°, n.° 1, do Regulamento n.° 2392/89, as indicações referidas no artigo 11.° do mesmo regulamento são as únicas admitidas para a designação de um v.q.p.r.d. na rotulagem e que a cour d'appel de Bordeaux reconheceu que a marca cujo registo foi pedido para os vinhos da Região da Aquitânia contém o nome geográfico «Aquitaine», indicação cujo uso não está previsto nos termos das disposições do referido artigo 11.°

16 Nestas condições, a Cour de cassation decidiu suspender a instância e submeter ao Tribunal de Justiça a seguinte questão:

«O artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 deve ser interpretado no sentido de que é proibido registar como marca, para os produtos referidos no regulamento, uma menção geográfica cuja utilização não é prevista pelo artigo 11.°, mesmo quando o registo dessa marca não é susceptível de induzir em erro o consumidor quanto à proveniência do vinho e não suscita qualquer confusão com uma denominação geográfica registada, na medida em que tal registo podia deixar pressupor que a menção geográfica em causa, relativa à região onde esse vinho é efectivamente produzido, mas que abrange outras denominações de origem, é objecto de uma protecção?»

Quanto à questão prejudicial

17 Através da sua única questão, o órgão jurisdicional de reenvio pergunta essencialmente se o artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 se opõe ao registo de uma marca, destinada a comercializar vinho, que contém uma indicação geográfica cuja utilização não está prevista pelo artigo 11.° do mesmo regulamento, quando o registo, mesmo que não seja susceptível de induzir o consumidor em erro quanto à proveniência do vinho ou de suscitar uma confusão com uma denominação geográfica registada, pode erradamente deixar pressupor que a menção geográfica em questão é objecto de protecção.

18 Há que recordar liminarmente que os artigos 11.° e 12.° do Regulamento n.° 2392/89 demonstram a vontade do legislador comunitário de adoptar, neste regulamento, um código detalhado e completo que regulamente a designação e a apresentação dos vinhos (v. acórdão de 5 de Julho de 1995, Voisine, C-46/94, Colect., p. I-1859, n.° 22). A utilização duma indicação geográfica na rotulagem só é, por isso, lícita se for autorizada pelo referido regulamento.

19 Independentemente do artigo 12.° do Regulamento n.° 2392/89, só são admitidas na rotulagem, para a designação dos v.q.p.r.d., as indicações referidas no artigo 11.° desse regulamento.

20 Nos termos do artigo 11.°, n.° 2, alínea l), do Regulamento n.° 2392/89, conjugado com o artigo 13.°, n.° 2, do mesmo regulamento, é admitido o acréscimo do nome de uma unidade geográfica mais restrita e, segundo o artigo 12.°, n.° 1, segundo parágrafo, terceiro travessão, do mesmo regulamento, o do nome de uma unidade geográfica maior.

21 Ora, é forçoso reconhecer que, nos dois casos, o uso de tais nomes deve ser previsto explicitamente pelos Estados-Membros. Tal como resulta das observações do Governo francês, não contestadas pela Borie Manoux, não é esse o caso no que respeita ao nome «Aquitaine».

22 Segundo o artigo 11.°, n.° 2, alínea c), do Regulamento n.° 2392/89, a designação na rotulagem pode também ser completada pela indicação de uma marca, nas condições previstas no artigo 40.° do mesmo regulamento. Entre estas condições constam, nomeadamente, a de que a marca não seja susceptível de induzir o consumidor em erro quanto à proveniência do vinho e a de que não suscite qualquer confusão com uma designação protegida.

23 Verifica-se que o órgão jurisdicional de reenvio, a quem compete apreciar as circunstâncias do caso concreto, parte do reconhecimento de que o uso da marca em questão no processo principal satisfaz as duas condições acima mencionadas. Interroga-se, todavia, sobre se o facto de o registo de uma marca que contém uma menção geográfica poder deixar supor que essa menção é objecto de protecção como região determinada será suficiente para deduzir do artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 uma proibição de registo da referida marca.

24 A este propósito, deve recordar-se que a finalidade do artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 é principalmente proibir a utilização enganosa das marcas (v. acórdão de 29 de Junho de 1995, Langguth, C-456/93, Colect., p. I-1737, n.° 29). Tal como o Tribunal de Justiça reconheceu, relativamente ao Regulamento (CEE) n.° 355/79 do Conselho, de 5 de Fevereiro de 1979, que estabelece as regras gerais para a designação e a apresentação dos vinhos e dos mostos (JO L 54, p. 99; EE 03 F16 p. 3), revogado e substituído pelo Regulamento n.° 2392/89, é necessário eliminar, na comercialização dos vinhos, todas as práticas susceptíveis de criar falsas aparências (acórdão de 25 de Fevereiro de 1981, Weigand, 56/80, Recueil, p. 583, n.° 18).

25 Resulta de jurisprudência assente que, para se poder considerar que a utilização de uma marca é susceptível de criar confusões ou de induzir em erro as pessoas a quem se dirige, tem de se provar, com referência às concepções e aos hábitos dos consumidores visados, a existência de um risco real de que o seu comportamento económico seja afectado (v., nomeadamente, acórdão de 28 de Janeiro de 1999, Sektkellerei Kessler, C-303/97, Colect., p. I-513, n.° 33).

26 Tal como o Tribunal de Justiça decidiu diversas vezes, incumbe ao órgão jurisdicional nacional apreciar o carácter eventualmente enganoso de uma marca. Para o efeito, deve ter em consideração a presumível expectativa de um consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e advertido (v., nomeadamente, acórdão Sektkellerei Kessler, já referido, n.° 36).

27 Por conseguinte, para que a proibição estabelecida pelo artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 seja aplicável, não basta verificar que a utilização de uma marca que contém uma designação geográfica é, em si mesma, susceptível de fazer crer que se trata de uma indicação geográfica objecto duma protecção de que, na realidade, não goza. É necessário, além disso, provar a existência de um risco real de que o comportamento económico dos consumidores interessados seja afectado pela utilização dessa marca.

28 Todavia, deve sublinhar-se que o artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 não rege as condições exigidas para se obter o registo de uma marca em direito nacional, mas diz respeito à designação e à apresentação dos produtos visados por esse regulamento e à forma como uma marca pode ser utilizada a fim de completar a referida designação. Não compete ao Tribunal de Justiça decidir se a proibição de utilização de uma marca para a designação de vinhos resultante do direito comunitário é susceptível de implicar a proibição de registo dessa marca nos termos do direito nacional.

29 Por conseguinte, deve responder-se à questão prejudicial que o artigo 40.° do Regulamento n.° 2392/89 deve ser interpretado no sentido de que não obsta à utilização de uma marca que contenha uma indicação geográfica e destinada a comercializar vinho, que seja susceptível de deixar supor erradamente que a referida indicação geográfica é objecto de protecção, salvo se existir um risco real de que a utilização de tal marca induza em erro os consumidores interessados e, por conseguinte, afecte o seu comportamento económico. Compete ao órgão jurisdicional nacional apreciar se é este o caso.

Quanto às despesas

30 As despesas efectuadas pelo Governo francês e pela Comissão das Comunidades Europeias, que apresentaram observações ao Tribunal de Justiça, não são reembolsáveis. Revestindo o processo, quanto às partes na causa principal, a natureza de incidente suscitado perante o órgão jurisdicional nacional, compete a este decidir quanto às despesas.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Segunda Secção),

pronunciando-se sobre a questão submetida pela Cour de cassation, por acórdão de 13 de Fevereiro de 2001, declara:

O artigo 40.° do Regulamento (CEE) n.° 2392/89 do Conselho, de 24 de Julho de 1989, que estabelece regras gerais para a designação e a apresentação dos vinhos e dos mostos de uvas, na redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CEE) n.° 3897/91 do Conselho, de 16 de Dezembro de 1991, deve ser interpretado no sentido de que não obsta à utilização de uma marca que contenha uma indicação geográfica e destinada a comercializar vinho, que seja susceptível de deixar supor erradamente que a referida indicação geográfica é objecto de protecção, salvo se existir um risco real de que a utilização de tal marca induza em erro os consumidores interessados e, por conseguinte, afecte o seu comportamento económico. Compete ao órgão jurisdicional nacional apreciar se é este o caso.

Schintgen Skouris Colneric

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 24 de Outubro de 2002.

O secretário

R. Grass

O presidente da Segunda Secção

R. Schintgen