DESPACHO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Quinta Secção)

28 de Junho de 2004 *

No processo C-445/02 P

Glaverbel SA, com sede em Bruxelas (Bélgica), representada por S. Möbus, Rechtsanwältin, com domicílio escolhido no Luxemburgo,

recorrente,

que tem por objecto um recurso do acórdão do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias (Segunda Secção) de 9 de Outubro de 2002, Glaverbel/ /IHMI (superfície de uma placa de vidro) (T-36/01, Colect., p. II-3887), em que se pede a anulação deste acórdão na parte em que o Tribunal de Primeira Instância considerou que a Primeira Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) não violou o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), 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), ao adoptar a sua decisão de 30 de Novembro de 2000 que recusou o registo de marca comunitária para um desenho aplicado na superfície de produtos em vidro (processo R 137/2000-1),

* Língua do processo: inglês.

sendo a outra parte no processo:

Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI), representado por G. Schneider e R.Thewlis, na qualidade de agentes,

recorrido em primeira instância,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Quinta Secção),

composto por: C. Gulmann (relator), presidente de secção, R. Silva de Lapuerta e J. Makarczyk, juízes,

advogado-geral: F. G. Jacobs,
secretario: R. Grass,

ouvido o advogado-geral,

profere o presente

Despacho

1 Por petição apresentada na Secretaria do Tribunal de Justiça em 9 de Dezembro de 2002, a Glaverbel SA (a seguir «Glaverbel») interpôs, nos termos do artigos 49.º do Estatuto (CE) do Tribunal de Justiça, recurso do acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 9 de Outubro de 2002, Glaverbel/IHMI (superfície de uma placa de vidro) (T- 36/01, Colect., p. II-3887, a seguir «acórdão recorrido»), em que se pede a anulação deste acórdão na parte em que o Tribunal de Primeira Instância considerou que a Primeira Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (a seguir «IHMI») não violou o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), 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), ao adoptar a sua decisão de 30 de Novembro de 2000 que recusou o registo de marca comunitária para um desenho aplicado na superfície de produtos em vidro (processo R 137/2000-1) (a seguir «decisão controvertida»).

Enquadramento jurídico

2 O artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94 determina:

«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 Os n.os 1 e 3 do artigo 7.º do mesmo regulamento dispõem:

«1. Será recusado o registo:

[...]

b) De marcas desprovidas de carácter distintivo,

[...]

3. [A alínea c)] do n.º 1 não [é] aplicáve[l] 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.»

Factos do processo

4 Em 24 de Abril de 1998, a Glaverbel requereu ao IHMI o registo de marca comunitária de um «desenho aplicado na superfície dos produtos» para os produtos abrangidos, na acepção 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, pelas classes 11, 19 e 21, a saber, essencialmente, produtos em vidro destinados à construção e ao fabrico de instalações sanitárias.

5 A marca cujo registo foi pedido apresentava-se como um desenho abstracto destinado a ser aplicado na superfície de um produto em vidro.

6 Por decisão de 24 de Janeiro de 2000, o examinador indeferiu o pedido de registo em virtude de, designadamente, o sinal submetido a registo não ter um carácter distintivo, na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94.

7 Em 4 de Fevereiro de 2000, a recorrente interpôs recurso dessa decisão.

8 A decisão controvertida negou provimento ao recurso, com o fundamento de, nomeadamente, o sinal submetido a registo não possuir carácter distintivo e, ser assim, inadequado para indicar a origem comercial dos produtos em causa.

O acórdão recorrido

9 Por petição apresentada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 19 de Fevereiro de 2001, a Glaverbel interpôs recurso de anulação da decisão controvertida.

10 O acórdão recorrido deu provimento a esse recurso.

11 Ainda que tenha rejeitado o fundamento invocado pela recorrente relativo a uma violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, o Tribunal de Primeira Instância julgou procedente o fundamento baseado em violação do direito de audição relativamente ao fundamento apoiado no artigo 7.º, n.º 3, do mesmo regulamento, que também tinha suscitado. Consequentemente, o acórdão recorrido anulou a decisão controvertida.

Pedidos das partes

12 A Glaverbel conclui pedindo que o Tribunal de Justiça se digne:

— anular o acórdão recorrido na parte em que o Tribunal de Primeira Instância considerou que a Primeira Câmara de Recurso do IHMI não violou o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94;

— anular a decisão controvertida na parte em que recusou o registo do sinal em causa com base nesta última disposição;

— condenar o IHMI nas despesas de primeira instância e do presente recurso.

13 O IHMI conclui pedindo que o Tribunal de Justiça se digne negar provimento ao recurso e condenar a Glaverbel nas despesas.

Quanto ao recurso da decisão do Tribunal de Primeira Instância

14 Por força do artigo 119.º do Regulamento de Processo, quando o recurso for manifestamente inadmissível ou improcedente, o Tribunal de Justiça pode, a todo o tempo, com base no relatório do juiz-relator e ouvido o advogado-geral, rejeitá-lo total ou parcialmente por despacho fundamentado.

15 A Glaverbel acusa o Tribunal de Primeira Instância de ter feito uma interpretação errada do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 ao decidir que o desenho sobre o vidro relativamente ao qual foi pedido o registo de marca comunitária não tinha carácter distintivo.

16 O seu fundamento subdivide-se em quatro partes.

Quanto à primeira parte

Argumentação das partes

17 A Glaverbel alega que não se pode estabelecer qualquer distinção entre os diferentes sinais susceptíveis de representação gráfica, na acepção do artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94. Em particular, a condição de «que esses sinais sejam adequados para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas» deve ser aplicada da mesma maneira a cada um deles. Consequentemente, são-lhes aplicáveis as mesmas condições, critérios e interpretações.

18 A Glaverbel critica o Tribunal de Primeira Instância por ter afirmado, no n.º 23 do acórdão recorrido, que a percepção do público relevante não é necessariamente a mesma no caso de um sinal constituído por um desenho aplicado na superfície de um produto ou no caso de uma marca nominativa ou figurativa. Esta afirmação não é correcta. Em particular, não se pode afirmar que isso conduz a uma apreciação diferente do carácter distintivo. Entende que o Tribunal de Primeira Instância afirmou erradamente que o público está habituado a apreender imediatamente as marcas nominativas ou figurativas como sinais identificadores da origem comercial do produto. Esta posição estabelece uma diferença entre as marcas nominativas ou figurativas e os outros tipos de marcas, como a do caso em apreço. Isso teria como consequência que o carácter distintivo das marcas nominativas ou figurativas seria em geral mais importante do que o dos outros tipos de marcas. Uma tal interpretação não tem suporte legal.

19 O IHMI considera que esta parte do fundamento não é admissível na medida em que é uma crítica à apreciação dos factos levada a cabo pelo Tribunal de Primeira Instância.

Apreciação do Tribunal de Justiça

20 No n.º 22 do acórdão recorrido, o Tribunal de Primeira Instância, ao interpretar o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, recordou correctamente que o carácter distintivo de um sinal só pode ser apreciado, por um lado, relativamente aos produtos ou aos serviços para os quais é pedido o registo e, por outro, relativamente à percepção que dele têm os meios a que respeita [v., a propósito da disposição idêntica do 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), acórdãos de 18 de Junho de 2002, Philips, C-299/99, Colect., p. I-5475, n.^{os} 59 e 63, e de 12 de Fevereiro de 2004, Henkel, C-218/01, Colect., p. I-0000, n.º 50].

21 Afirmou também acertadamente, no n.º 23 do acórdão recorrido, que o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 não faz distinção entre os sinais de natureza diferente [v., também a respeito do artigo 3.º, n.º 1, alínea b), da Directiva 89/104, acórdão de 8 de Abril de 2003, Linde e o., C-53/01 a C-55/01, Colect., p. I-3161, n.º 42].

22 Referiu depois, no mesmo número do acórdão recorrido, que a percepção do público relevante não é necessariamente a mesma no caso de um sinal constituído por um desenho aplicado na superfície de um produto ou no caso de uma marca nominativa ou figurativa que consista num sinal independente do aspecto dos produtos que designa. Salientou que, se o público está habituado a apreender imediatamente as marcas nominativas ou figurativas como sinais identificadores da origem comercial do produto, não se passa necessariamente o mesmo quando o sinal se confunde com o aspecto exterior do produto para o qual é pedido o sinal.

23 A este respeito, há que observar desde logo que, na sua jurisprudência, o Tribunal de Justiça considerou que, ainda que os critérios de apreciação do carácter distintivo sejam os mesmos para as diferentes categorias de marcas, pode revelar-se, no âmbito da aplicação destes critérios, que a percepção do público relevante não é necessariamente a mesma para cada uma destas categorias e que, por isso, pode ser mais difícil estabelecer o carácter distintivo de determinadas marcas do que de outras (v. acórdão Henkel, já referido, n.º 52; acórdãos de 29 de Abril de 2004, Henkel/IHMI, C-456/01 P e C-457/01 P, Colect., p. I-0000, n.º 38; Procter & Gamble/IHMI, C-468/01 P a C-472/01 P, Colect., p. I-0000, n.º 36, e Procter & Gamble (IHMI, C-473/01 P e 474/01 P, Colect., p. I-0000, n.º 36).

24 Ora, as passagens criticadas do acórdão recorrido respeitam esta jurisprudência.

25 Desta forma, esta alegação é manifestamente improcedente.

26 Consequentemente, a primeira parte do fundamento deve ser rejeitada.

Quanto à segunda parte

Argumentação das partes

27 A Glaverbel acusa o Tribunal de Primeira Instância de ter afirmado, nos n.^{os} 26 a 30 do acórdão recorrido, que o desenho aplicado na superfície do produto:

— é entendido, antes de mais, como um meio técnico que garante a opacidade do vidro;

— não pode ser fácil e imediatamente memorizado pelo público relevante como sinal distintivo devido ao carácter complexo e fantasioso do desenho, o qual se apresenta mais como resultante de um acabamento estético ou decorativo;

— deixa uma impressão que não é estável.

28 Alega que existem milhares de desenhos possíveis e que qualquer um deles torna opaca uma placa de vidro. O consumidor escolhe a placa de vidro em função do desenho que mais lhe agrada. Não considera por isso o desenho como sendo, antes de mais, um meio técnico para tornar o vidro opaco. O carácter complexo e fantasioso de um sinal conduz, em geral, a afirmar o seu carácter distintivo. O consumidor médio bem informado que compra uma placa de vidro na superfície da qual o desenho em causa é aplicado reconhece imediatamente esta placa de vidro ao vê-la num outro local e pensará que ela é da mesma empresa, ainda que os pormenores do desenho sejam complexos.

29 Segundo a Glaverbel, o desenho aplicado na superfície do vidro é, antes de mais, claramente apreendido como um indicador da origem e não como uma característica técnica ou decorativa. Em qualquer caso, numerosas marcas não são apenas reconhecidas como um indicador da origem mas também como um elemento decorativo, porque os consumidores assim o desejam e porque os produtores têm que evitar que a marca, quer seja nominativa, figurativa ou de qualquer outro tipo, torne o produto pouco atractivo. Por fim, não é exigido que a impressão seja estável. Marcas nominativas ou figurativas podem elas próprias ser interpretadas de maneiras diferentes sem que com isso se possa concluir pela ausência de carácter distintivo.

30 O IHMI afirma que a alegação apoiada, em particular, no facto de o sinal ser principalmente entendido como uma técnica para tornar o vidro opaco e da sua complexidade tornar a sua memorização mais difícil é inadmissível porque é uma crítica à apreciação dos factos feita pelo Tribunal de Primeira Instância.

Apreciação do Tribunal de Justiça

31 Decorre dos artigos 225.º CE e 58.º do Estatuto do Tribunal de Justiça que o recurso para o Tribunal de Justiça está limitado às questões de direito. Por conseguinte, a

apreciação dos factos não constitui, excepto em caso de desvirtuação dos elementos de prova apresentados ao Tribunal de Primeira Instância, uma questão de direito sujeita, como tal, à fiscalização do Tribunal de Justiça (v., designadamente, acórdãos de 21 de Junho de 2001, Moccia Irme e o./Comissão, C-280/99 P a C-282/99 P, Colect., p. I-4717, n.º 78, e de 19 de Setembro de 2002, DKV/IHMI, C-104/00 P, Colect., p. I-7561, n.º 22).

32 Nos n.os 26 a 30 do acórdão recorrido, o Tribunal de Primeira Instância procedeu a uma análise concreta dos produtos de vidro em causa no caso em apreço.

33 O Tribunal de Primeira Instância considerou que o desenho, constituído por pequenos traços repetidos infinitamente qualquer que seja a superfície da placa, se confunde com o aspecto exterior do próprio produto, traduzindo as características evidentes do produto, pelo que faz com que seja entendido, antes de mais, como um meio técnico que garante a opacidade do vidro. Salientou, por outro lado, que o carácter complexo e fantasioso do desenho cujo registo foi pedido se apresenta mais como resultante de um acabamento estético ou decorativo. Entendeu que a complexidade global do desenho bem como a sua aplicação na superfície externa do produto não permitem fixar os pormenores especiais deste desenho nem apreendê-lo sem, ao mesmo tempo, apreender as características intrínsecas do produto. Por último, entendeu que a impressão que deixa o desenho não é estável, variando em função do ângulo de visão, da intensidade da luz ou da qualidade do vidro.

34 O Tribunal de Primeira Instância concluiu que o sinal não comportava a indicação da origem do produto para o público relevante, composto quer por profissionais da construção quer pelo público em geral.

35 As alegações da Claverbel têm como objectivo admitir que o desenho controvertido é imediata e manifestamente apreendido pelo consumidor como uma indicação da origem do produto.

36 Assim, visam apenas pôr em causa a apreciação dos factos feita pelo Tribunal de Primeira Instância sem demonstrarem a existência de uma desvirtuação.

37 Deste modo, a segunda parte do fundamento é inadmissível.

38 Deve portanto improceder.

Quanto à terceira parte

Argumentação das partes

39 A Glaverbel alega que há que ter em consideração o facto de muitas marcas serem registadas enquanto forma dos próprios produtos. Refere, por exemplo, que as embalagens de produtos ou de garrafas podem ser protegidas como marcas e registadas apesar de o seu objectivo inicial ser o de conter ou apresentar o produto. Ora, como no caso em apreço, a forma do produto é constituída pelo seu aspecto. Consequentemente, se as formas dos produtos podem ser registadas mesmo sem qualquer outra característica suplementar, as marcas, como a que está em causa no caso presente, também deveriam podê-lo ser, nomeadamente, porque os diferentes tipos de marcas devem ser tratados da mesma maneira.

40 O IHMI afirma que esta parte do fundamento é manifestamente improcedente dado que em momento algum o Tribunal de Primeira Instância rejeitou de forma genérica a possibilidade de ser registado um sinal que consista num desenho ornamental aplicado na superfície de um produto.

Apreciação do Tribunal de Justiça

41 Por força do artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94, a forma do produto ou do seu acondicionamento podem efectivamente constituir uma marca comunitária tal como um desenho ou qualquer outro sinal susceptível de representação gráfica. No entanto, nos termos desta disposição, a aptidão de qualquer um destes sinais para constituir uma marca está sujeita à condição de esse sinal ser adequado para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.

42 No n.º 19 do acórdão recorrido, o Tribunal de Primeira Instância considerou correctamente que um desenho aplicado na superfície de um produto é susceptível de constituir uma marca comunitária, na medida em que seja adequado para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outra empresa.

43 Não considerou portanto que um sinal que consista num desenho aplicado na superfície de um produto não pode ser registado.

44 Nestas condições, o argumento segundo o qual, se uma forma pode ser registada, uma marca como a que está em causa no caso em apreço também deve poder sê-lo assenta num pressuposto errado. Por este simples motivo, é manifestamente improcedente.

45 Face ao exposto, a terceira parte do fundamento deve ser julgada improcedente.

Quanto à quarta parte

Argumentação das partes

46 A Glaverbel acusa o Tribunal de Primeira Instância de ter ignorado declarações de consumidores que continham afirmações tais como «quando vejo um vidro com o desenho em questão sei que provém de um fabricante específico», em virtude de ter considerado, no n.º 32 do acórdão recorrido, que tais declarações constituíam uma apreciação relacionada com o carácter distintivo adquirido pelo uso. Alega que, apesar de estas declarações terem sido produzidas perante o IHMI no âmbito do seu pedido apresentado nos termos do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 40/94 com o objectivo de demonstrar que o sinal tinha adquirido carácter distintivo graças a um uso considerável, isso não implica que possam ser rejeitadas pelo Tribunal de Primeira Instância no decurso da análise do seu pedido baseado no artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do mesmo regulamento. Com efeito, o argumento decorrente da referida afirmação teria sido suscitado em apoio do pedido baseado nesta última disposição. Ora, esta afirmação não contém nenhum elemento que permita concluir que a pessoa que a proferiu conhecia o uso alargado das placas de vidro em causa. Pelo contrário, reflectiu apenas a opinião do consumidor segundo a qual as placas de vidro têm carácter distintivo.

47 O IHMI alega que:

— na sua opinião, apesar de não ter analisado nem comparado em pormenor as declarações invocadas pela Glaverbel, estes documentos que tinham sido

apresentados no momento do pedido de registo são inadmissíveis no âmbito do presente recurso em virtude de não terem sido juntos numa fase anterior do processo;

— em qualquer caso, o Tribunal de Primeira Instância teve em consideração as declarações dos especialistas contidas nos documentos em causa e concluiu que, na medida em que, por outro lado, os especialistas não podem ser considerados como as únicas pessoas que constituem o mercado relevante, tais declarações não podem alterar a sua apreciação da percepção geral que o consumidor tem do desenho aplicado no vidro.

Apreciação do Tribunal de Justiça

48 Contrariamente ao que alega o IHMI, as declarações invocadas pela Glaverbel, apresentadas no anexo A 12 ao seu recurso do acórdão da primeira instância, foram apresentadas no Tribunal de Primeira Instância. Foram-no no anexo A 7 da petição. Não pode pois proceder a alegação de inadmissibilidade de tais documentos.

49 Estes documentos incluem uma declaração de um empregado da Glaverbel e mais quinze declarações de profissionais do sector do vidro e de jornalistas especializados. Todas as declarações contêm a afirmação segundo a qual, no essencial, o declarante, ao ver o desenho controvertido, reconhece imediatamente um determinado modelo de vidro proveniente da Glaverbel. Todos os declarantes salientam o seu conhecimento dos produtos resultante do exercício da sua profissão. A maioria realça a longa duração da sua experiência prática e da comercialização do produto revestido do desenho controvertido.

50 Foi à luz destes elementos que, no n.º 32 do acórdão recorrido, o Tribunal de Primeira Instância:

— considerou que a sua conclusão relativa à ausência do carácter distintivo do sinal não era infirmada pela argumentação da Claverbel segundo a qual o consumidor pode identificar este sinal porque os seus produtos são comercializados há muito tempo e os especialistas não podem deixar de reconhecer que, imprimidos dessa forma, estes produtos provêm da recorrente;

— referiu a seguir que, por um lado, esta argumentação constitui uma análise ligada ao carácter distintivo adquirido pelo uso e não ao carácter distintivo intrínseco do desenho e, por outro, os especialistas, profissionais da construção ou da indústria do vidro, não podem ser considerados os únicos que constituem o público relevante dos produtos em questão.

51 Face a esta fundamentação, ao conteúdo das declarações e à qualidade dos seus autores, parece que, contrariamente à afirmação da Glaverbel, o Tribunal de Primeira Instância rejeitou os documentos em causa no termo da apreciação que deles fez e não apenas pela simples razão formal de terem sido apresentados em apoio de um pedido de registo baseado na aquisição do carácter distintivo devido ao uso, por força do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento n.º 40/94.

52 Consequentemente, a alegação da Glaverbel é manifestamente improcedente.

53 Mesmo admitindo que a parte analisada do fundamento contém também a alegação de que foi erradamente que o Tribunal de Primeira Instância não inferiu do conteúdo das declarações apresentadas que os seus autores confirmavam a existência do carácter distintivo intrínseco do desenho controvertido, na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, basta verificar que tal alegação põe em causa uma apreciação dos factos e que, portanto, na falta de indícios de uma desvirtuação dos elementos de prova apresentados, é manifestamente inadmissível no âmbito de um recurso de decisão do Tribunal de Primeira Instância.

54 Daqui resulta que a quarta parte do fundamento deve também ser rejeitada.

55 Nestas condições, não tendo sido acolhida nenhuma das quatro partes do fundamento, deve ser negado provimento ao recurso.

Quanto às despesas

56 Nos termos do artigo 69.°, n.° 2, do Regulamento de Processo aplicável ao processo de recurso de decisões do Tribunal de Primeira Instância por força do artigo 118.°, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido. Tendo a Glaverbel sido vencida e tendo o IHMI pedido a sua condenação, há que condená-la nas despesas da presente instância.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Quinta Secção)

decide:

1) É negado provimento ao recurso.

2) A Glaverbel SA é condenada nas despesas.

Proferido no Luxemburgo, em 28 de Junho de 2004.

O secretário

R. Grass

O presidente da Quinta Secção

C. Gulmann