



Coletânea da Jurisprudência

CONCLUSÕES DO ADVOGADO-GERAL
MACIEJA SZPUNARA
apresentadas em 14 de maio de 2014¹

Processo C-205/13

Hauck GmbH & Co. KG
contra
Stokke A/S,
Stokke Nederland BV,
Peter Opsvik
e
Peter Opsvik A/S

[pedido de decisão prejudicial submetido pelo Hoge Raad der Nederlanden (Países Baixos)]

«Marcas — Motivos de recusa ou de nulidade do registo — Marca tridimensional constituída pela forma do produto — Diretiva 89/104/CEE — Artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão — Sinal constituído exclusivamente pela forma imposta pela natureza do produto — Artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão — Sinal constituído exclusivamente pela forma que confere um valor substancial ao produto — Cadeira para crianças Tripp Trapp»

I – Introdução

1. A problemática das marcas que representam o próprio produto não é nova no direito da propriedade intelectual. Resulta dos trabalhos realizados no âmbito da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) que os órgãos jurisdicionais franceses admitiram, desde meados do século dezanove, a possibilidade de proteção das marcas que representam a forma do próprio produto ou da sua embalagem — esta proteção foi concedida, por exemplo, em 1858, a uma marca que consistia na forma de uma tablete de chocolate².

2. Não há dúvidas de que a questão do registo deste tipo de sinal se caracteriza por uma especificidade essencial. Esta especificidade decorre do facto de a diferença entre o sinal e o objeto para o qual o sinal remete tender a desaparecer: o objeto torna-se um sinal que remete para si próprio. No direito das marcas, isto implica o risco de a exclusividade resultante do registo da marca se estender a determinadas características do produto que se manifestam na forma deste último, o que, conseqüentemente, pode conduzir a uma restrição da possibilidade de introduzir produtos concorrentes no mercado.

1 — Língua original: polaco.

2 — V. trabalhos da décima sétima sessão do Comité Permanente sobre o direito das marcas, desenhos e modelos industriais e indicações geográficas da OMPI, relativa aos novos tipos de marcas (acessíveis no endereço <http://www.wipo.int/policy/fr/sct/>). A doutrina vigente à época defendia que o registo de tais marcas não devia suscitar dúvidas, excetuando as formas «exigidas pela própria força das coisas» ou dependentes das necessidades de fabrico. Foi também observado que era possível acumular esta proteção com a dos desenhos e modelos industriais resultante da lei de 1806 relativa aos desenhos e modelos industriais; v. E. Pouillet, *Traité des marques de fabrique et de la concurrence déloyale en tous genres*, Paris, Marchal e Billard 1875, páginas 38 a 41. Na Polónia de entre as duas guerras, o artigo 107.º da Lei de 5 de fevereiro de 1924, relativa à proteção das invenções, dos desenhos e das marcas admitia expressamente a possibilidade de registo de marcas constituídas por formas tridimensionais.

3. O direito da União relativo às marcas teve em conta esta circunstância. Com efeito, foi introduzida uma disposição específica relativamente aos sinais que representam a forma do produto. À data dos factos do caso em apreço, a disposição correspondente figurava no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da Diretiva 89/104/CEE³.

4. As questões formuladas no pedido de decisão prejudicial do Hoge Raad der Nederlanden (Tribunal Supremo dos Países Baixos) são relativas a um pedido de anulação do registo de uma marca tridimensional que representa a cadeira para crianças Tripp Trapp. O presente processo permite ao Tribunal de Justiça interpretar pela primeira vez o alcance de dois motivos de recusa previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da Diretiva 89/104, que proíbe o registo de uma marca constituída exclusivamente pela forma «imposta pela própria natureza do produto» (primeiro travessão desta disposição) ou «que confere um valor substancial ao produto» (terceiro travessão).

II – Quadro jurídico

A – Direito da União

5. O artigo 3.º, n.º 1, da Diretiva 89/104, com a epígrafe «Motivos de recusa ou de nulidade», dispõe que:

«Será recusado o registo ou ficarão sujeitos a declaração de nulidade, uma vez efetuados, os registos relativos:

[...]

e) Aos sinais constituídos exclusivamente:

- pela forma imposta pela própria natureza do produto,
- pela forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico,
- pela forma que confira um valor substancial ao produto;

[...]».

B – Convenção Benelux

6. Nos Países Baixos, o direito das marcas é regulado pela Convenção Benelux em matéria de propriedade intelectual (marcas e desenhos ou modelos), assinada em Haia, em 25 de fevereiro de 2005 (a seguir, «Convenção Benelux»). O artigo 2.1, desta convenção, sob a epígrafe «Sinais suscetíveis de constituir uma marca Benelux», dispõe que:

«[...]

3 — Primeira Diretiva 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, a seguir «diretiva»). Esta diretiva foi posteriormente substituída pela Diretiva 2008/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2008, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas (JO L 299, p. 25). Não obstante, tendo em conta as circunstâncias do caso em apreço, deve ser aplicada a Diretiva 89/104/CEE. Nestes dois diplomas, os artigos 3.º, n.º 1, alínea e), cuja redação é idêntica, regulam a questão das marcas representadas pela forma do produto.

2. Todavia, não podem ser protegidos como marcas os sinais exclusivamente constituídos por uma forma imposta pela própria natureza do produto, que confere um valor substancial ao produto ou que é necessária para obtenção de um resultado técnico».

III – Litígio no processo principal

7. No início dos anos 1970, Peter Opsvik concebeu o modelo da cadeira para crianças Tripp Trapp. Este modelo recebeu diversos prémios e foi exposto em museus.

8. Em 1972, o grupo Stokke, de que fazem parte duas das sociedades demandadas no processo principal, nomeadamente, a sociedade de direito norueguês Stokke A/S e a sociedade de direito neerlandês Stokke Nederland BV, comercializaram a cadeira Tripp Trapp. As outras duas partes demandadas no processo principal, nomeadamente, Peter Opsvik e a sociedade de direito norueguês Peter Opsvik A/S, são igualmente titulares de direitos de propriedade intelectual sobre a forma em causa.

9. Em 8 de maio de 1998, a Stokke A/S apresentou no Instituto Benelux da Propriedade intelectual um pedido de registo de uma marca tridimensional que representa a forma da cadeira Tripp Trapp. O pedido de registo tinha por objeto «cadeiras, nomeadamente cadeiras para crianças», da classe 20 na aceção do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional dos Produtos e dos Serviços para o registo de marcas, de 15 de junho de 1957, conforme alterado. A marca acima referida, registada sob o número 0639972 (a seguir, «marca Tripp Trapp») diz respeito à forma abaixo representada:



10. A sociedade de direito alemão Hauck GmbH & Co. KG (a seguir, «sociedade Hauck») exerce uma atividade de produção e de distribuição de artigos para crianças, entre os quais dois modelos de cadeira para crianças designados por «Alpha» e «Beta».

11. A Stokke A/S, a Stokke Nederland BV, a Peter Opsvik i Peter Opsvik A/S (a seguir, em conjunto, «Stokke i Opsvik») propôs uma ação no Rechtbank 's-Gravenhage contra a sociedade Hauck, na qual alegaram que a venda das cadeiras «Alpha» e «Beta» violava os seus direitos de autor, bem como os direitos de que eram titulares por força do registo da marca Tripp Trapp.

12. A sociedade Hauck apresentou um pedido reconvenicional, no qual requereu, nomeadamente, a anulação da marca Tripp Trapp.

13. Por sentença de 4 de outubro de 2000, o Rechtbank 's-Gravenhage deu provimento ao pedido da Stokke i Opsvik no que respeita à violação dos direitos de autor. Quanto ao restante, aquele órgão jurisdicional julgou procedente o pedido reconvenicional e declarou a nulidade do registo da marca Tripp Trapp.

14. Chamado a pronunciar-se em sede de recurso, o *Gerechtshof 's-Gravenhage* anulou parcialmente a sentença referida, nomeadamente no que respeita aos pedidos de indemnização fundados na violação dos direitos de autor. A referida sentença foi confirmada na medida em que tinha declarado a nulidade do registo da marca.

15. Conforme resulta da decisão do órgão jurisdicional de reenvio, no recurso, a *Stokke i Opsvik* alegou que o valor substancial da cadeira *Tripp Trapp* consistia menos no seu carácter atrativo do que na sua função utilitária. Afirmou também que a forma abrangida pela marca *Tripp Trapp* não é exclusivamente imposta pela natureza do produto, se tivermos em consideração a variedade das formas de cadeiras para crianças. Em contrapartida, a sociedade *Hauck* alegou que a forma atrativa da cadeira *Tripp Trapp* influencia o valor substancial do produto e, além disso, é em larga medida funcional e, portanto, determinada pela natureza do produto.

16. No seu acórdão, o *Gerechtshof 's-Gravenhage* referiu, nomeadamente, que a forma em causa é muito atrativa e confere um valor substancial à cadeira *Tripp Trapp*. Em razão, precisamente, da sua forma, esta cadeira está especialmente adaptada para ser utilizada pelas crianças. Trata-se de uma cadeira segura, sólida e confortável e, por isso, a sua forma deve ser considerada «pedagógica» e «ergonómica». Por conseguinte, a forma da cadeira *Tripp Trapp* é determinada pela natureza do produto. Assim, o consumidor adquire esta cadeira devido às suas qualidades estéticas e práticas. Pode considerar-se que os consumidores procuram estas características nos produtos concorrentes. A marca que, tal como a marca *Tripp Trapp*, é constituída exclusivamente por uma forma cujas características essenciais resultam da natureza do produto e conferem a este um valor substancial, está abrangida pelos motivos de nulidade previstos no artigo 2.º, n.º 2, da Convenção Benelux. A este respeito, pouco importa que as referidas características do produto possam ser obtidas através de outras formas.

17. Ambas as partes no litígio do processo principal interpuseram recurso no *Hoge Raad*.

IV – Questões prejudiciais e tramitação processual no Tribunal de Justiça

18. Nestas circunstâncias, o *Hoge Raad* decidiu suspender a instância e submeter ao Tribunal de Justiça as seguintes questões prejudiciais:

- «1) a) No fundamento de recusa do registo ou de declaração da nulidade de uma marca previsto no artigo 3.º, n.º 1, [...] alínea e), [primeiro travessão, da Diretiva 89/104, conforme codificada pela Diretiva 2008/95], a saber, que as marcas tridimensionais não podem ser constituídas exclusivamente pela forma imposta pela própria natureza do produto, está em causa uma forma que é indispensável para a função do produto, ou estão em causa, desde logo, uma ou mais características funcionais [essenciais] de um produto que o consumidor possivelmente procura nos produtos dos concorrentes?
- b) Se nenhuma destas alternativas for correta, como deve ser interpretada a disposição?
- 2) a) No fundamento de recusa do registo ou de declaração da nulidade de uma marca previsto no artigo 3.º, n.º 1, [...] alínea e), [terceiro travessão, da diretiva sobre as marcas], a saber, que as marcas (tridimensionais) não podem ser constituídas exclusivamente pela forma que confere um valor substancial ao produto, está em causa o motivo (ou motivos) da decisão de compra do público[-alvo]?

- b) Está-se perante uma ‘forma que confere um valor substancial ao produto’⁴, na aceção da mencionada disposição, apenas quando a forma deva ser considerada o valor principal ou predominante, em comparação com outros valores (como, no caso das cadeiras para crianças, a segurança, o conforto e a qualidade) ou também quando, [além desse] valor, [...] existam outros valores do produto que devam eventualmente também ser considerados substanciais?
 - c) Para a resposta [à segunda questão, alíneas a) e b)], é decisiva a opinião da maior parte do público[-alvo], ou o juiz poderá considerar suficiente a opinião de apenas uma parte do público para que o valor em causa seja considerado ‘substancial’ na aceção da referida disposição?
 - d) Se a resposta à [segunda] questão, [alínea c),] for a segunda alternativa acima mencionada, qual a dimensão exigível da parte do público a considerar?
- 3) Deve o artigo 3.º, n.º 1, [alínea e), da Diretiva 89/104, conforme codificada pela Diretiva 2008/95] ser interpretado no sentido de que o motivo de exclusão referido na alínea e) desse artigo também existe se a marca tridimensional incluir um sinal ao qual se aplica o previsto no [primeiro travessão] e que, quanto ao [restante], cumpre o previsto no [terceiro travessão]?»

19. O pedido de decisão prejudicial deu entrada no Tribunal de Justiça em 18 de abril de 2013.

20. As partes do litígio no processo principal, os Governos alemão, italiano, do Reino Unido da Grã-Bretanha e da Irlanda do Norte, português, bem como a Comissão Europeia, apresentaram observações escritas.

21. Excetuando os Governos italiano e português, todos eles participaram igualmente na audiência, que se realizou em 26 de fevereiro de 2014.

V – Análise

22. Já tive oportunidade de recordar que, além dos motivos gerais de recusa ou de nulidade do registo de uma marca, a Diretiva 89/104 inclui, no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), uma disposição especial exclusivamente relativa aos sinais constituídos pela forma do produto em causa⁵.

23. O facto de qualquer um dos três motivos do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), ser aplicável impede o registo da marca. Estes motivos têm um alcance definitivo na medida em que, ao contrário dos motivos de recusa previstos no artigo 3.º, n.º 1, alíneas b), c) e d), da diretiva, a sua aplicação não pode ser afastada pelo facto de a marca em causa possuir «carácter distintivo adquirido» devido ao uso que dela foi feito (artigo 3.º, n.º 3, da diretiva)⁶.

4 — Cumpre sublinhar aqui que há uma certa diferença entre o fragmento citado da disposição, na redação na língua do processo, que se refere à «forma que confere um valor substancial ao produto» (sendo acolhida uma redação idêntica nas línguas alemã, espanhola, inglesa, francesa e outras), e a redação desta mesma disposição em língua polaca, que se refere a «uma forma que aumenta significativamente o valor do produto» [«kształt zwiększający znacznie wartość towaru»]. Esta diferença não suscita, a meu ver, divergência na compreensão desta disposição.

5 — Este conceito compreende as formas tri ou bidimensionais, assim como as marcas figurativas (visuais) que representam a forma do produto, v. acórdão Philips, C-299/99, EU:C:2002:377, n.º 76. Uma disposição idêntica figura no artigo 7.º, n.º 1, alínea e), do Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca comunitária (JO L 78, p. 1), e figurava anteriormente no artigo 7.º, n.º 1, alínea e), 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).

6 — Acórdãos Philips, EU:C:2002:377, n.º 75, e Benetton Group, C-371/06, EU:C:2007:542, n.ºs 25 a 27.

24. O Tribunal de Justiça já interpretou diversas vezes o motivo previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, da diretiva. Este motivo diz respeito à recusa de registo das marcas que são «constituídas exclusivamente pela forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico»⁷. No caso em apreço, o Tribunal de Justiça é convidado a interpretar o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro e terceiro travessões. O pedido do órgão jurisdicional de reenvio tem igualmente por objeto a possibilidade de estes dois motivos serem eventualmente aplicados de maneira cumulativa.

A – Ratio legis do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva

25. O Tribunal de Justiça considera que os diferentes motivos de recusa ou de nulidade enumerados no artigo 3.º, n.º 1, da diretiva devem ser interpretados à luz do interesse geral subjacente a cada um deles⁸.

26. Resulta da jurisprudência do Tribunal de Justiça relativa ao artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, da diretiva que o interesse geral subjacente a esta disposição consiste em evitar a concessão de um monopólio sobre determinadas características essenciais de um produto que decorrem da forma deste.

27. Segundo o Tribunal de Justiça, o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, da diretiva pretende evitar que o registo da marca conduza a um monopólio sobre as soluções técnicas ou as características utilitárias de um produto, suscetíveis de ser procuradas pelo utilizador nos produtos dos concorrentes. Esta disposição visa, assim, evitar que a proteção conferida pela marca restrinja a possibilidade de os concorrentes oferecerem livremente produtos que incluem as referidas soluções técnicas ou as referidas características utilitárias⁹.

28. Não há dúvidas de que o objetivo referido está subjacente aos três motivos previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva. Estes três motivos visam manter no domínio público as características essenciais do produto em causa, que se refletem na forma deste último.

29. Além disso, a razão fundamental deste objetivo decorre das premissas axiológicas do direito da proteção das marcas.

30. A marca, enquanto bem imaterial, tem a faculdade de suscitar junto do público determinadas associações entre um produto (ou um serviço) e o sinal em causa¹⁰. Devido a este sinal, o destinatário pode estabelecer uma ligação entre a marca em causa e a origem de produtos que apresentam um nível de qualidade constante. A marca garante a uniformidade das características dos produtos adquiridos e, desta forma, diminui, em primeiro lugar, o risco associado ao acesso restrito à informação e, em segundo lugar, o custo da procura de um produto correspondente. Assim, o regime das marcas reforça a transparência do mercado, corrigindo a desproporção que existe entre as condições complexas de comercialização e o conhecimento limitado do consumidor¹¹.

7 — Acórdãos Philips, EU:C:2002:377, e Lego Juris/IHMI, C-48/09 P, EU:C:2010:516, assim como acórdãos do Tribunal Geral Yoshida Metal Industry/IHMI — Pi-Design e o. (Representação de uma superfície triangular com pintas pretas), T-331/10, EU:T:2012:220; Yoshida Metal Industry/IHMI — Pi-Design e o. (Representação de uma superfície com pintas pretas), T-416/10, EU:T:2012:222; e Reddig/IHMI — Morleys (Cabo de faca), T-164/11, EU:T:2012:443.

8 — Acórdãos Windsurfing Chiemsee, C-108/97 e C-109/97, EU:C:1999:230, n.º 25 a 27, e Philips, EU:C:2002:377, n.º 77.

9 — Acórdãos Windsurfing Chiemsee, EU:C:1999:230, n.º 25, e Philips, EU:C:2002:377, n.º 78 e 79.

10 — V. R. Skubisz, *Prawo z rejestracji znaku towarowego i jego ochrona. Studium z zakresu prawa polskiego na tle prawnoporównawczym* [O direito resultante do registo da marca e sua proteção. Análise do direito polaco segundo uma abordagem comparativa], Lublin 1988, páginas 15 a 18, 235 e 236; E. Wojcieszko-Głuszko, *Pojęcie znaku towarowego* [O conceito da marca], em: *System prawa prywatnego* [O sistema do direito privado], tomo 14b — *Prawo własności przemysłowej* [O direito da propriedade intelectual], Varsóvia, CH Beck, Instytut Nauk Prawnych PAN 2012, p. 427-428.

11 — V. W. M. Landes, R. A. Posner, *The Economic Structure of Intellectual Property Law* [A estrutura económica do direito da propriedade intelectual], Cambridge, Harvard University Press 2003, p. 166-168; A. Griffiths, *An Economic Perspective on Trade Mark Law* [O direito das marcas numa perspetiva económica], Cheltenham, Elgar Publishing 2011, p. 47-53, 157.

31. Devido às suas funções económicas, o regime de proteção das marcas constitui um elemento indispensável que serve para estabelecer uma concorrência leal em função dos preços e da qualidade dos produtos¹². Importa a este respeito observar que a exclusividade na utilização de determinado bem imaterial, que constitui a característica de todos os direitos de propriedade intelectual, não tem geralmente como consequência restringir a concorrência no que respeita às marcas. A exclusividade de utilização do sinal em causa (a marca) não limita a liberdade de os concorrentes oferecerem os seus produtos. Podem fazer livremente a sua escolha em todos os sinais potenciais (das marcas) cujo número é, por natureza, ilimitado.

32. Todavia, em certas situações, a existência de direitos exclusivos sobre a marca pode conduzir a uma distorção da concorrência.

33. O artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva visa evitar que o registo da forma permita a obtenção de uma vantagem concorrencial desleal mediante o estabelecimento de uma exclusividade sobre as características essenciais do produto, que são importantes na perspetiva de uma concorrência efetiva sobre o mercado em causa. Tal situação poria em causa o objetivo para o qual o regime de proteção das marcas foi instituído.

34. O cúmulo da proteção fundada no registo da marca e da proteção decorrente de outros direitos de propriedade intelectual fornece um exemplo, que não é único, dessa utilização do regime de proteção das marcas. A este respeito, importa referir expressamente que tal cúmulo é, em princípio, admitido no direito da União. A título de exemplo, o registo de um modelo ou desenho industrial não impede que a mesma forma tridimensional beneficie de uma proteção a título de uma marca, desde que, evidentemente, os requisitos de registo da marca estejam preenchidos¹³.

35. Não obstante, importa ter presente que o objetivo do regime de proteção das marcas, que visa estabelecer os fundamentos de uma concorrência leal através do reforço da transparência do mercado, distingue-se das premissas subjacentes à proteção de outros direitos de propriedade intelectual, os quais visam, no essencial, promover a inovação e a criatividade.

36. Esta diferença de objetivos explica o motivo pelo qual a proteção resultante do registo de uma marca não é limitada no tempo, enquanto a proteção dos outros direitos de propriedade intelectual foi limitada no tempo pelo legislador. Esta limitação resulta de um equilíbrio entre, por um lado, o interesse público que consiste em proteger a inovação e a criatividade e, por outro, o interesse económico que consiste na possibilidade de beneficiar das descobertas intelectuais de outras pessoas, a fim de promover um desenvolvimento económico e social contínuo.

37. Se o direito das marcas fosse utilizado para aumentar a exclusividade sobre os bens imateriais protegidos a título de outros direitos de propriedade intelectual, tal utilização poderia prejudicar, após a extinção desses outros direitos, o equilíbrio de interesses que o legislador definiu, nomeadamente ao limitar a duração da proteção aplicável nos termos desses outros direitos.

38. Esta questão é regulada de maneira distinta nos diferentes sistemas jurídicos¹⁴. O legislador da União resolveu-a mediante a definição de critérios normativos suscetíveis de impedir, de modo absoluto, o registo de uma marca constituída pela forma do produto.

12 — V., neste sentido, acórdãos *Lego Juris / IHIM*, EU:C:2010:516, n.º 38, e *Pi-Design e o./Yoshida Metal Industry*, C-337/12 P a C-340/12 P, EU:C:2014:129, n.º 42.

13 — Esta possibilidade resulta, nomeadamente, do artigo 16.º da Diretiva 98/71/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 13 de outubro de 1998, relativa à proteção legal de desenhos e modelos (JO L 289, p. 28). V. J.Szwaja, E. Wojcieszko-Głuszko, I. B. Mika, *Kumulacja i kolizja praw własności przemysłowej (na przykładzie wzorów przemysłowych i znaków towarowych)* [Cúmulo e colisão dos direitos de propriedade intelectual - exemplo dos desenhos industriais e das marcas], *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, 2001, tomo 2, p. 343.

14 — No direito federal dos Estados Unidos da América, este problema é tratado através da «doutrina da funcionalidade» («functionality doctrine»), definida por via jurisprudencial e, em seguida, codificada por via legal; v. A. Horton, *Designs, shapes and colours: a comparison of trade mark law in the United Kingdom and the United States* [Desenhos, formas e cores: comparação do direito das marcas no Reino Unido e nos Estados Unidos], *European intellectual property review*, 1989, Vol. 11, p. 311.

39. Estes critérios, previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva, evitam que o direito das marcas seja utilizado para fins que não são conformes às premissas subjacentes a este direito. Destinam-se a proteger uma concorrência leal, impedindo a concessão de um monopólio sobre as características essenciais do produto em causa, que são importantes na perspetiva de uma concorrência efetiva no mercado em questão. Em particular, os referidos critérios visam também assegurar o equilíbrio dos interesses que o legislador definiu ao limitar a duração da proteção aplicável a título de outros direitos de propriedade intelectual.

40. Tendo em consideração as observações anteriores, irei abordar as questões colocadas pelo órgão jurisdicional de reenvio.

B – *Interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva (primeira questão)*

41. Com a sua primeira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pede ao Tribunal de Justiça que interprete o conceito de «forma imposta pela própria natureza do produto».

42. No que respeita ao contexto desta questão, resulta da decisão do Hoge Raad que as características da forma da cadeira para crianças referida são, pelo menos parcialmente, condicionadas pelas suas características funcionais, nomeadamente pela sua segurança, o seu conforto e a sua solidez. Esta cadeira também se caracteriza pelas suas qualidades «pedagógicas» e «ergonómicas».

43. A Stokke i Opsvik alegou, no âmbito do litígio no processo principal, que as características da cadeira referida não são suficientes para contestar a aplicabilidade do motivo de recusa ou de nulidade respeitante à forma imposta pela natureza do produto (artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão). Segundo a Stokke i Opsvik, este motivo de recusa ou de nulidade diz respeito aos produtos de forma predefinida, que não podem assumir uma forma de substituição.

44. Conforme já referi, o Tribunal de Justiça ainda não teve oportunidade de se pronunciar sobre a interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão¹⁵.

45. Antes de mais, importa sublinhar que existem duas posições quanto ao modo de interpretar esta disposição e que essas posições se refletem tanto na doutrina sobre a matéria como nas observações das partes no processo.

46. De acordo com a primeira posição, que adota uma interpretação estrita, o conceito de «forma imposta pela própria natureza do produto» diz respeito à forma que está indissociavelmente ligada à natureza do produto em causa e que, portanto, não deixa ao produtor qualquer margem para um contributo pessoal¹⁶. Esta interpretação limita o âmbito de aplicação do motivo em causa aos produtos que não dispõem de uma forma alternativa e, por conseguinte, aos produtos naturais (sendo o exemplo clássico da aplicação deste motivo a exclusão da possibilidade de registar a «forma da banana para as bananas») e aos produtos manufaturados cujas características de forma estão sujeitas a normas (como por exemplo as de uma bola de rugby).

47. Aparentemente, esta posição impõe-se na prática administrativa do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (a seguir, «IHMI») quanto à marca comunitária¹⁷.

15 — Quanto ao artigo 7.º, n.º 1, alínea e), ponto i), do Regulamento n.º 40/94, v. acórdão Procter & Gamble/IHMI (Forma de um sabão), T-122/99, EU:T:2000:39, n.º 55.

16 — No caso em apreço, esta posição foi expressa nas observações formuladas pela Stokke i Opsvik no âmbito do litígio em causa no processo principal, nas observações dos Governos italianos e português, assim como nas observações da Comissão.

17 — V. orientações relativas aos processos no IHMI, adotadas recentemente pela decisão n.º EX-13-5 do presidente do IHMI, de 4 de dezembro de 2013 (a seguir, «orientações do IHMI»), parte B, secção 4 (Motivos absolutos de recusa), ponto 2.5.2. V., igualmente, A. Folliard-Monguiral, D. Rogers, *The protection of shapes by the Community trade mark* [A proteção das formas pela marca comunitária], *European intellectual property review*, 2003, Vol. 25, p. 173.

48. De acordo com a segunda posição, fundada numa interpretação extensiva, o motivo em causa visa, em relação a todos os produtos, a forma mais comumente adotada e que reflete com maior rigor a própria natureza do produto em causa¹⁸. Trata-se aqui dos sinais típicos da categoria semântica em causa, ou seja, sinais que remetem para as representações que o público faz das características essenciais do produto em causa. A proibição de registo visa exclusivamente as características da categoria (as características genéricas) do produto em causa ou as que resultam da função deste. Em contrapartida, a proibição não visa as características específicas do produto em causa nem as que resultam de uma aplicação específica deste produto¹⁹.

49. De acordo com esta segunda posição, não é possível admitir o registo de uma forma constituída exclusivamente pelas características que em regra são atribuídas ao produto em causa, tais como, para recorrer aos exemplos fornecidos na audiência pelo Governo britânico e frequentemente referidos na doutrina, a forma de um paralelepípedo para um tijolo, a forma de um recipiente com um bico, uma tampa e uma asa para um bule ou a forma dos dentes do garfo para um garfo.

50. Em meu entender, ainda que a primeira posição, que adota uma interpretação estrita, possa ser admitida a título de interpretação literal da disposição em causa, não é relevante à luz da *ratio legis* daquela disposição.

51. Desde logo, esta primeira posição comporta o risco de prejudicar a própria essência do motivo previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva. Com efeito, é difícil conceber que um legislador racional tenha previsto um motivo de recusa ou de nulidade num âmbito de aplicação tão restrito, que se limita, na realidade, às formas criadas pela natureza ou estabelecidas de maneira uniforme por normas. Uma interpretação tão restritiva deste critério é supérflua, dado que tais formas não são manifestamente dotadas de qualquer caráter distintivo, nem o podem adquirir pelo uso. O seu registo seria, em qualquer caso, excluído por força do artigo 3.º, n.º 1, alínea b) e c), da diretiva, e o artigo 3.º, n.º 3, nunca seria aplicável a seu respeito.

52. Além disso, uma interpretação tão restritiva proposta para a disposição em causa não teria apenas como efeito privar esta última de alcance normativo. Esta interpretação seria também contrária à premissa de que os três critérios previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), visam o mesmo objetivo²⁰.

53. Antes de apresentar conclusões sobre a interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, é oportuno referir a jurisprudência do Tribunal de Justiça relativa ao segundo travessão desta disposição. Importa recordar que esta disposição proíbe o registo da «forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico». No acórdão Philips, o Tribunal de Justiça declarou que este motivo se refere às formas cujas *características essenciais* (itálico meu) desempenham uma função técnica. O estabelecimento da exclusividade inerente à proteção da marca não pode restringir a possibilidade de os concorrentes oferecerem produtos que incluam esta mesma função técnica. Também não pode constituir um obstáculo que limite a possibilidade de os concorrentes optarem por uma solução que tenha como objetivo obter determinado resultado técnico. Uma vez que as

18 — Esta posição é reproduzida nas observações da sociedade Hauck e, com algumas reservas, nas observações dos Governos alemão e polaco, assim como nas observações do Governo do Reino Unido.

19 — V. H. Fezer, *MarkenG* § 3 [O artigo 3.º da lei alemã sobre a proteção das marcas e outros sinais distintivos], em: H. Fezer (ediç.), *Markenrecht* [O direito das marcas], 4.ª edição, Munich, Beck 2009, n.º 663; G. Eisenführ, *Art.7* [O artigo 7.º], em: G. Eisenführ, D. Schennen (ediç.), *Gemeinschaftsmarkenverordnung* [O regulamento sobre a marca comunitária], 3.ª edição, Colónia, Wolters Kluwer 2010, n.º 197; assim como A. Firth, E. Gredley, S. Maniatis, *Shapes as trade marks: public policy, functional considerations and consumer perception* [As formas como marcas: políticas públicas, considerações funcionais e perceção do consumidor], *European intellectual property review*, 2001, Vol. 23, p. 92.

20 — No caso em apreço, a Comissão parte da premissa, que considero incorreta, de que o motivo de recusa previsto no primeiro travessão da disposição em causa assume uma natureza diferente da dos motivos previstos nos outros dois travessões, ou seja, os segundo e terceiro travessões. Segundo a Comissão, este motivo não respeita à concessão de um monopólio sobre determinadas características essenciais do produto, mas visa prevenir a criação de um «monopólio natural» relativamente ao produto enquanto tal e, deste modo, evitar que a única forma possível do produto seja reservada a um único produtor, o que excluiria qualquer forma de concorrência.

características funcionais essenciais da forma de um produto são unicamente atribuíveis ao resultado técnico, o referido artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, exclui o registo de um sinal constituído pela referida forma, mesmo que o resultado técnico em causa possa ser alcançado por outras formas²¹.

54. Em minha opinião, tendo em conta o facto de que os três motivos previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva visam o mesmo objetivo, o raciocínio acima referido é igualmente aplicável ao motivo que exclui o registo de um sinal constituído exclusivamente pela «forma imposta pela própria natureza do produto».

55. Atendendo ao exposto, considero que o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva exclui o registo de uma forma cujo conjunto de características essenciais resultam da natureza do produto em causa e, por conseguinte, são condicionadas pela função utilitária desempenhada pelo produto.

56. A este respeito, julgo que se deve ter em consideração a seguinte circunstância: certas características da forma assumem uma importância específica para a função desempenhada pelo produto em causa. De igual modo, podem tratar-se de características de forma dificilmente qualificáveis como necessárias para se obter um «resultado técnico» na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, da diretiva.

57. Na medida em que estamos perante características que têm uma importância essencial para a função do produto em causa, trata-se também, indubitavelmente, de características que o utilizador pode procurar nos produtos concorrentes. Numa perspetiva económica, trata-se de características de forma que não têm substituto equivalente adequado (que disponham de uma substituibilidade perfeita).

58. Reservar tais características para benefício de um único operador económico pode impedir que as empresas concorrentes atribuam aos seus produtos uma forma que também seria útil para a sua utilização. Daqui resulta que seria concedida ao proprietário da marca uma vantagem significativa com um impacto negativo na estrutura da concorrência no mercado em causa.

59. Tendo em conta as observações anteriores, não há dúvidas de que o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva exclui manifestamente o registo de formas cujas características essenciais resultam da função do produto em causa. Assim, pode tratar-se, por exemplo, de pés unidos a uma placa horizontal, em relação a uma mesa, ou de uma palmilha de forma ortopédica que possui uma fivela em forma da «v», em relação a chinelos. Todavia, a disposição referida pode também assumir uma importância significativa para efeitos da apreciação da admissibilidade das marcas constituídas por formas de produtos manufaturados mais complexos, como por exemplo a forma do casco de um veleiro ou a das hélices de um avião.

60. Importa aqui ter igualmente em consideração o facto de que, quanto aos motivos de recusa ou de nulidade previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea b), c) e d), da diretiva, o legislador previu a possibilidade de o sinal ter caráter distintivo adquirido pelo uso que dele é feito, em conformidade com o artigo 3.º, n.º 3, da diretiva.

21 — Acórdão Philips, EU:C:2002:377, n.ºs 79 e 83.

61. Em contrapartida, não é possível tomar como base o artigo 3.º, n.º 3, da diretiva para excluir a aplicação do motivo de recusa ou de nulidade previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão. A aplicação do referido motivo significa, assim, que o registo da forma em questão está definitivamente excluído. Esta consideração é conforme ao objetivo da disposição em causa, na medida em que esta última se destina a que as características essenciais da forma, importantes para a função do produto em causa, não estejam sujeitas a um monopólio sempre que for demonstrada a existência de carácter distintivo adquirido.

62. Além disso, a interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva exige que se tenha em consideração a circunstância, que ocorre igualmente no âmbito do motivo previsto no segundo travessão, de o registo de uma marca que representa a forma de um produto poder impedir não só a utilização da forma em causa, mas também a de formas semelhantes. Se um sinal que representa uma forma constituída exclusivamente pelas características impostas pela própria natureza do produto fosse registado, várias formas de substituição poderiam tornar-se inacessíveis aos concorrentes²².

63. Esta conclusão tem um alcance especial para as formas de produtos utilitários, nos quais a necessidade de obter um resultado funcional impõe limites à invenção criadora. Esta circunstância justifica que se recuse o registo de formas cujas características essenciais são definidas exclusivamente pelas funções utilitárias do produto em causa.

64. Em contrapartida, considero que o motivo de recusa ou de nulidade previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, não se aplica às formas que, fora das características funcionais da categoria em causa (características funcionais genéricas), incluem outras características importantes. No entanto, estas não podem resultar diretamente da função do produto em causa e devem apenas constituir a manifestação de uma aplicação específica dessa função. É possível referir, a título de exemplo de tal aplicação específica, o cabo de uma escova de dentes cuja forma seja inspirada em histórias para crianças ou ainda a caixa-de-ressonância de uma guitarra concebida com uma forma diferente daquela que este instrumento normalmente tem.

65. Em minha opinião, à luz das observações anteriores, deve responder-se à primeira questão, alínea a), do órgão jurisdicional de reenvio como segue. O artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva diz respeito à forma cujas características essenciais são, na sua totalidade, impostas pela própria natureza do produto, pouco importando que o referido produto possa assumir outras formas alternativas.

66. Tendo em consideração a interpretação anterior, não há que responder à primeira questão, alínea b).

C – Interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva

67. Com a sua segunda questão, o órgão jurisdicional de reenvio aborda um determinado número de problemas sobre a interpretação do motivo de recusa ou de nulidade relativo à «forma que confere um valor substancial ao produto».

22 — V., relativamente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea e), ponto ii), do Regulamento n.º 40/94, acórdão *Lego Juris / IHIM*, EU:C:2010:516, n.º 56.

68. Resulta do despacho do órgão jurisdicional de reenvio que a Stokke i Opsvik questiona, no litígio no processo principal, a conclusão do *Gerechtshof 's-Gravenhage* segundo a qual a forma em causa está abrangida pelo âmbito de aplicação do motivo referido, na medida em que é muito atrativa e confere um valor importante à cadeira para crianças Tripp Trapp. A Stokke i Opsvik alega, nomeadamente, que, acima de tudo, os consumidores adquirem a cadeira Tripp Trapp porque é uma cadeira sólida, segura, funcional e ergonómica. Além disso, o *design* da cadeira não constitui a razão fundamental desta aquisição, ainda que tenha influência no valor da cadeira.

69. A título preliminar, há que observar que o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva não está formulado de modo transparente. Disso são testemunho as grandes diferenças que existem na interpretação desta disposição²³.

70. Em meu entender, todas as maneiras de interpretar o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, previstas pela doutrina e pela jurisprudência se baseiam em premissas teleológicas semelhantes. Estas considerações resultam da premissa de que a proibição de registar as formas que conferem um valor substancial ao produto tem por objetivo estabelecer um limite entre a proteção das marcas e a de outros bens imateriais (protegidos a título do direito dos desenhos e modelos industriais ou do direito de autor). Por conseguinte, para interpretar a disposição em causa, há que excluir o caso em que o direito das marcas é exclusivamente utilizado para alcançar os objetivos visados pelos outros direitos de propriedade intelectual²⁴.

71. Considerar que as premissas teleológicas são semelhantes não permite, todavia, obter uma interpretação uniforme do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva.

72. A este respeito, é possível constatar que existem duas linhas jurisprudenciais. Por um lado, a jurisprudência proferida essencialmente pelos órgãos jurisdicionais alemães e, por outro, a jurisprudência proferida pelas Câmaras de Recurso do IHMI e pelo Tribunal Geral da União Europeia.

73. Segundo a jurisprudência do *Bundesgerichtshof*²⁵ (Supremo Tribunal Federal alemão) e a doutrina alemã²⁶, a disposição em causa exclui o registo de uma forma quando as qualidades estéticas do produto, que se manifestam na forma deste, são tão importantes que a função principal da marca, ou seja, remeter para determinada origem, perde a sua importância. Em contrapartida, se, aos olhos das pessoas interessadas na comercialização do produto em causa, o referido produto não for exclusivamente constituído pela forma estética, sendo esta apenas um «elemento» do conjunto do produto, cuja função utilitária ou finalidade assentam noutras características, o registo desta forma pode então ser aceite.

23 — Por exemplo, os autores do estudo elaborado, por encomenda da Comissão, pelo Instituto Max-Planck de propriedade intelectual e direito da concorrência referem que a *ratio legis* desta disposição não é clara, e sugerem que esta última seja revogada ou alterada, v.: *Study of the overall functioning of the European trade mark system* [análise do funcionamento global do sistema europeu das marcas], Munique 2011, pontos 2.32 e 2.33, p. 72 e 73 (acessível no endereço de Internet http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/tm/index_en.htm). A proposta de reformulação da diretiva atualmente em apreciação prevê, todavia, a manutenção da disposição numa redação não alterada. [COM(2013)162 de 27 de março de 2013].

24 — V. conclusões do advogado-geral Ruiz-Jarabo Colomer no processo Philips, C-299/99, EU:C:2001:52, n.ºs 30 e 31.

25 — V. acórdão de 24 de maio de 2007 «Fronthaube» (I ZB 37/04) BGH GRUR 2008, 71, n.º 23. Neste contexto, o *Bundesgerichtshof* refere-se a uma jurisprudência da década de 1950: acórdãos de 22 de janeiro de 1952 «Hummelfiguren» (I ZR 68/51) BGHZ 5, 1, e de 9 de dezembro de 1958 «Rosenthal-Vase» (I ZR 112/57) BGHZ 29, 62, 64.

26 — V. Fezer, já referido na nota 19, n.º 696, e Eisenführ, já referido na nota 19, n.º 201.

74. À luz desta interpretação, o motivo de recusa ou de nulidade em causa diz respeito, antes de mais, às obras de arte e à artes aplicadas, assim como aos produtos manufaturados que têm exclusivamente uma função decorativa. Em contrapartida, não exclui o registo da forma para os produtos que, aparte uma função decorativa, desempenham igualmente outras funções utilitárias, como por exemplo uma cadeira ou um poltrona²⁷.

75. A prática decisória do IHMI, confirmada pelo acórdão proferido pelo Tribunal Geral no processo Bang & Olufsen/IHMI (Representação de um altifalante)²⁸, propõe uma solução diferente.

76. Segundo esse acórdão, o facto de se considerar que a forma confere um valor substancial ao produto não exclui que outras características, como, no caso de um altifalante, as qualidades técnicas, possam igualmente conferir um valor importante a este produto. Dito de outro modo, o simples facto de o *design* do produto em causa ser um elemento essencial aos olhos do consumidor demonstra que a forma lhe confere um valor substancial. É irrelevante, a este respeito, que o consumidor também tenha em consideração as outras características do referido produto²⁹. Esta interpretação é constantemente adotada nas decisões do IHMI³⁰.

77. De acordo com a primeira linha jurisprudencial, presente, antes de mais, na jurisprudência dos órgãos jurisdicionais alemães, o motivo previsto no terceiro travessão aplica-se exclusivamente aos casos em que a qualidade estética da forma em causa é de tal modo importante que a função principal da marca perde a sua importância. Esta situação verifica-se quando o valor económico do produto em causa se baseia exclusivamente no *design*, como sucede com as obras de artes aplicadas ou com determinados produtos manufaturados de coleção.

78. Em meu entender, esta posição suscita interrogações. Como é evidente, concordo com a abordagem segundo a qual a forma de uma obra de arte, incluindo uma obra de artes aplicadas, não pode, dada a sua própria natureza, cumprir a função de uma marca em relação a essa obra. Não obstante, o facto de a forma apenas constituir um objeto estético, e, portanto, não poder desempenhar a função de uma marca não representa, em minha opinião, o único caso visado pela hipótese subjacente à disposição referida. Por conseguinte, tenho dificuldade em concordar com a premissa essencial da posição discutida, segundo a qual o conceito de forma «que confere um valor substancial ao produto» se limita aos casos em que o valor económico do produto consiste unicamente na forma estética deste.

79. Considero que a interpretação da disposição em causa deve procurar atribuir-lhe um sentido que seja conforme ao objetivo geral do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva. Esta disposição destina-se a que a proteção da marca não seja utilizada para fins distintos daqueles para os quais foi estabelecida, em particular que não seja utilizada para obter uma vantagem desleal no mercado, ou seja, uma vantagem que não resulta de uma concorrência baseada no preço e na qualidade.

27 — V., por exemplo, acórdão do Bundespatentgericht (tribunal federal das patentes na Alemanha) de 8 de junho de 2011 «Barcelona — Sessel» (26 W (pat) 93/08), relativo à «cadeira Barcelona», concebida pelo famoso arquiteto alemão Ludwig Mies van der Rohe. O órgão jurisdicional alemão declarou que a forma em causa não estava abrangida pelo motivo de nulidade relativo à forma que confere um valor substancial ao produto, na medida em que a finalidade e a principal função utilitária é ser um móvel que serve de assento («Sitzmöbel»), o qual, aparte as questões estéticas, deve responder a exigências ergonómicas.

28 — Acórdão Bang & Olufsen/IHMI (Representação de um altifalante), T-508/08, EU:T:2011:575. Este acórdão tem por objeto o recurso da decisão da Primeira Câmara de Recurso do IHMI, de 10 de setembro de 2008 (processo 497/2005-1).

29 — V., relativamente à aplicação do artigo 7.º, n.º 1, alínea e), iii), do Regulamento n.º 40/94, acórdão Bang & Olufsen/IHMI (Representação de um altifalante), T-508/08, EU:T:2011:575, n.ºs 73 e 77. A doutrina defende também uma posição semelhante e mais ampla, que não se limita aos produtos manufaturados que têm exclusivamente uma função decorativa: v. Folliard-Monguiral, Rogers, já referido (nota da página 17), p. 175; Firth, Gredley, Maniatis, já referido (nota da página 17), p. 94.

30 — V. decisões das Câmaras de Recurso do IHMI relativamente à forma da cadeira «Alu-Chair» desenhada pelos arquitetos americanos Charles e Ray Eames (decisão de 14 de dezembro de 2010 no processo R 486/2010-2) e da garrafa com a forma de um diamante concebida pelo designer egípcio Karim Rashid (decisão de 23 de maio de 2013 no processo R 1313/2012-1); v., igualmente, orientações do IHMI, parte B, secção 4, n.º 2.5.4.

80. Em meu entender, o motivo previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, pretende excluir a concessão de qualquer monopólio sobre as características exteriores do produto que não desempenham uma função técnica ou utilitária mas que, no entanto, aumentam substancialmente a atratividade deste produto e influenciam de forma significativa a preferência dos consumidores.

81. Segundo esta interpretação, o âmbito de aplicação do motivo definido no terceiro travessão da disposição em causa não se limita às obras de arte ou às obras de artes aplicadas. Visa igualmente todos os outros produtos utilitários cujo *design* constitui um dos elementos essenciais que determinam a sua atratividade e, por conseguinte, o seu sucesso no mercado.

82. A este respeito, não me refiro apenas a determinadas categorias de produtos que, em regra, são adquiridos devido à sua forma estética, como é o caso da bijuteria ou dos talheres decorados.

83. A disposição em causa diz também respeito, em minha opinião, aos produtos que geralmente não são encarados como objetos que desempenham uma função ornamental, mas em relação aos quais o aspeto estético da forma tem um papel importante num determinado segmento definido do mercado, como é o caso dos móveis de *design*.

84. É certo que ninguém adquire altifalantes apenas para os colocar num canto de uma sala, com fins decorativos. Não obstante, num determinado segmento do mercado, a forma dos altifalantes será indubitavelmente decisiva para a atratividade que estes exercem.

85. A interpretação que proponho para a disposição em causa tem em consideração o facto de que um determinado produto pode desempenhar múltiplas funções. Com efeito, não há dúvidas de que, aparte a sua principal função utilitária (por exemplo, a de um altifalante, concebido como um equipamento que permite ouvir música), o produto pode igualmente responder a outras necessidades do consumidor. É possível conceber que o valor significativo do produto não resulte unicamente das características que lhe permitem desempenhar a sua função utilitária, mas também das suas qualidades estéticas (por exemplo, o altifalante pode também desempenhar uma função decorativa). O facto de o produto em causa, além da sua função estética, desempenhar igualmente uma função utilitária não deve, em meu entender, excluir a possibilidade de aplicação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva. Em minha opinião, é o que sucede com determinados produtos de *design*, cuja forma assume características estéticas que constituem o motivo principal ou, pelo menos, um dos motivos principais que levam o consumidor a adquirir tal produto.

86. Em contrapartida, importa analisar de modo distinto a questão das circunstâncias factuais que devem ser tidas em consideração para demonstrar que a forma em causa do produto lhe atribui um «valor substancial» [segunda questão, alínea a), c) e d)].

87. A questão do órgão jurisdicional de reenvio tem por objeto, antes de mais, a eventual necessidade de tomar em consideração a maneira como a forma em causa é percebida pelo público-alvo.

88. Antes de mais, importa observar que os motivos de recusa ou de nulidade previstos no artigo 3.º, n.º 1, da diretiva podem, de modo simplificado, ser distinguidos em dois grupos. Em primeiro lugar, existem os motivos em virtude dos quais a admissibilidade do registo é apreciada na perspetiva do consumidor, na medida em que são relativos aos sinais que, visto não poderem fornecer ao público indicações sobre a origem do produto ou poderem induzi-lo em erro [alínea b) e alínea g)], não respondem ao critério que exige que a marca disponha de caráter distintivo. Em segundo lugar, existem os motivos que visam também proteger as empresas concorrentes, na medida em que têm por objetivo manter determinados sinais no domínio público [alínea c) e alínea e)].

89. Quando se analisa a conformidade do sinal em causa à luz do primeiro grupo de motivos, a maneira como o sinal é percecionado pelo público-alvo deve necessariamente ser tida em consideração³¹. No que respeita, em seguida, ao segundo grupo de motivos, o modo com o sinal em causa é percecionado deve ser apreciado numa perspetiva mais ampla. Há que ter em consideração tanto o modo como o sinal em causa é percecionado pelo público relevante como as consequências económicas que resultarão do facto de esse sinal estar reservado a uma única empresa. Por outras palavras, importa apreciar se o registo do sinal não afeta a possibilidade de introdução de produtos concorrentes no mercado.

90. Relativamente à interpretação de uma disposição análoga ao artigo 3.º, n.º 1, alínea e), segundo travessão, da diretiva, o Tribunal de Justiça declarou que a maneira como o sinal é percecionado pelo consumidor médio não constitui um elemento decisivo, podendo, quanto muito, constituir um elemento de apreciação útil para a autoridade competente, quando esta identifica as características essenciais do sinal³².

91. Considero que é possível aplicar um raciocínio semelhante em relação à interpretação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva.

92. Não excluo que, no âmbito da aplicação do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva, a pressuposta perceção do consumidor possa assumir uma importância maior do que no âmbito da aplicação do segundo travessão desta disposição. Ao contrário do caso das formas necessárias à obtenção de um resultado técnico (segundo travessão), a apreciação que visa determinar se a forma em causa confere um valor substancial ao produto (terceiro travessão), devido, por exemplo, às suas características estéticas, implica necessariamente que se tenha em consideração a perspetiva do consumidor médio.

93. Todavia, conforme foi indicado no n.º 89 *supra*, a maneira como o consumidor perceciona a forma em causa não é um critério decisivo de apreciação. Apenas constitui uma das várias constatações factuais, em princípio objetivas, destinadas a demonstrar que as características estéticas da forma em causa exercem na atratividade do produto uma influência tão importante que o facto de serem reservadas a uma única empresa falseia as condições de concorrência no mercado em causa. As outras circunstâncias deste tipo são, por exemplo: a natureza da categoria em causa de produtos, o valor artístico da forma em causa, a especificidade dessa forma em relação a outras formas geralmente apresentadas no mercado em causa, a diferença notória de preço em relação aos produtos manufaturados concorrentes com características semelhantes, ou a implementação, por parte do produtor, de uma estratégia promocional que destaca principalmente as características estéticas do produto em causa³³.

94. Tendo em consideração as observações precedentes, julgo que para responder à segunda questão, alínea b), do órgão jurisdicional de reenvio, importa ter presente que o conceito de forma «que confere um valor substancial ao produto» na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva diz respeito à forma cujas características estéticas constituem um dos principais elementos que determinam o valor de mercado do produto em causa, ao mesmo tempo que constituem uma das razões principais que levam o consumidor a decidir adquirir o referido produto. Esta interpretação não exclui que o produto apresente outras características importantes para o consumidor.

31 — Acórdão Koninklijke KPN Nederland, EU:C:2004:86, n.ºs 34 e 56, e Deutsche SiSi-Werke/IHMI, C-173/04 P, EU:C:2006:20, n.ºs 60 a 63.

32 — V., quanto ao artigo 7.º, n.º 1, alínea e), ponto ii), do Regulamento n.º 40/94, acórdão Lego Juris / OHIM, EU:C:2010:516, n.º 76. V., igualmente, quanto ao ponto iii) desta mesma disposição, acórdão Bang & Olufsen/IHMI (Representação de um altifalante), EU:T:2011:575, n.ºs 72.

33 — V., neste sentido, as circunstâncias tidas em consideração pelo Tribunal Geral, quanto ao artigo 7.º, n.º 1, alínea e), ponto iii), do Regulamento n.º 40/94, no acórdão Bang & Olufsen/IHMI (Representação de um altifalante), EU:T:2011:575, n.ºs 74 e 75.

95. Em contrapartida, relativamente às interrogações formuladas na segunda questão, alínea a), c), e d), há que referir que a perceção do consumidor médio constitui uma das circunstâncias que devem ser tidas em conta para apreciar a aplicabilidade do motivo em causa, e entre estas também figuram, nomeadamente, a natureza da categoria em causa de produtos, a especificidade desta forma em relação a outras formas geralmente apresentadas no mercado em causa, o valor artístico da forma em causa, a diferença notória de preço em relação a produtos manufaturados concorrentes, ou a existência de uma estratégia promocional que destaca principalmente as características estéticas do produto em causa. Nenhuma destas circunstâncias é, em si mesma, decisiva.

D – Possibilidade de aplicação cumulativa dos motivos previstos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro e terceiro travessões, da diretiva (terceira questão)

96. Com a sua terceira questão, o órgão jurisdicional de reenvio analisa a possibilidade de aplicar cumulativamente os dois motivos distintos de recusa ou de nulidade que estão respetivamente previstos no primeiro e no terceiro travessões do artigo 3.º, n.º 1, alínea e).

97. Resulta do despacho do órgão jurisdicional de reenvio que esta questão diz respeito à admissibilidade do registo de um sinal que representa uma forma tridimensional, com determinadas características que conferem um valor substancial ao produto (terceiro travessão) enquanto outras são impostas pela própria natureza do produto (primeiro travessão).

98. As partes no processo têm opiniões divergentes em relação à questão de saber se tal aplicação cumulativa é possível³⁴.

99. Em meu entender, a resposta a esta questão é fornecida, em certa medida, pela estrutura normativa do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva, que inclui três requisitos alternativos, cada um dos quais estabelece um motivo autónomo de recusa ou de nulidade do registo. Pela sua estrutura, esta disposição exclui a sua aplicação quando nenhum destes três motivos é plenamente aplicável.

100. Esta posição baseia-se também numa interpretação literal. Segundo a redação da referida disposição, cada um dos três motivos alternativos enumerados no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva diz respeito aos sinais constituídos «exclusivamente» pelas formas respetivamente visadas pelos travessões correspondentes.

101. Seguidamente, se tivermos em consideração a interpretação teleológica do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva, esta disposição visa, como já foi indicado, um único e mesmo objetivo geral. Cada um dos três motivos que figuram nos diferentes travessões pretende evitar que a exclusividade sobre o sinal em causa conduza à concessão de um monopólio sobre características essenciais dos produtos, que se refletem na forma deste.

102. A interpretação que proponho para o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), significa que a aplicação do critério que figura no primeiro travessão desta disposição não exclui que o produto em causa possa assumir diferentes formas, e significa também que a aplicação do critério que figura no terceiro travessão não exclui que o produto desempenhe, além da sua função estética, outras funções igualmente importantes para o consumidor.

103. À luz da interpretação adotada para o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva, a aplicação cumulativa dos motivos em causa não se é indispensável para alcançar o objetivo visado por esta disposição.

34 — A sociedade Hauck, o Governo polaco e o Governo do Reino Unido sugerem uma resposta que admite esta aplicação cumulativa, ao passo que os outros participantes no processo excluem essa possibilidade.

104. No caso em apreço, embora o órgão jurisdicional nacional considere que a forma da cadeira Tripp Trapp confere um valor substancial a este produto na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva, e que, portanto, deve cumprir integralmente os requisitos de aplicação deste motivo, é irrelevante que esta forma também apresente outras características, como a segurança ou as exigências de ergonomia, que, além disso, podem ser apreciadas à luz do motivo previsto no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da diretiva.

105. A interpretação assim proposta para o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva não exclui, por conseguinte, que as mesmas circunstâncias sejam objeto de análises paralelas destinadas a determinar se alguns dos motivos visados nos diferentes travessões são aplicáveis. A recusa ou a declaração de nulidade de um registo apenas é possível quando os requisitos de aplicação de pelo menos um dos motivos referidos são integralmente cumpridos.

106. Todavia, desejo por último manifestar uma reserva quanto à interpretação proposta para a disposição em causa.

107. Em particular, desejo sublinhar que a aplicação cumulativa dos motivos referidos no artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva deveria ser admitida no caso de sinais que apenas são percecionados pelos consumidores como um conjunto de formas diferentes. Refiro-me aqui aos sinais que representam vários objetos distintos, como por exemplo o sinal que representa a localização de um posto de gasolina ou a aparência de um estabelecimento de venda a retalho³⁵, e que, de facto, não representam a forma de um produto, mas refletem materialmente as condições em que o serviço em causa é prestado.

108. Em minha opinião, na medida em que se considere que os sinais «compostos» desta categoria podem desempenhar a função de uma marca, importa igualmente apreciar se é admissível fazer uma aplicação cumulativa dos critérios quando o artigo 3.º, n.º 1, alínea e), da diretiva for aplicado a tais sinais.

109. Esta questão não se enquadra no âmbito do presente processo.

110. Atendendo às observações anteriores, considero que se deve responder à terceira questão como segue: um mesmo sinal pode ser apreciado paralelamente na perspetiva dos diferentes motivos previstos pelo artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro e terceiro travessões, mas a recusa ou a nulidade do registo de uma marca apenas é aplicável quando os requisitos de aplicação de pelo menos um dos motivos referidos estiverem integralmente cumpridos.

VI – Conclusão

111. À luz das considerações anteriores, proponho ao Tribunal de Justiça que responda do seguinte modo à questão colocada pelo Hoge Raad der Nederlanden:

- «1) O conceito de forma ‘imposta pela própria natureza do produto’ na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro travessão, da Primeira Diretiva do Conselho de 21 de dezembro de 1988, que harmoniza as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas, diz respeito à forma cujas características essenciais são, na sua totalidade, impostas pela própria natureza do produto, pouco importando que o referido produto possa assumir outras formas alternativas.

35 — V., quanto à aparência de um estabelecimento, acórdão da Cour de cassation francesa, de 11 de janeiro de 2000, n.º 97-19.604, assim como processo Apple (C-421/13, pendente).

- 2) O conceito de forma ‘que confere um valor substancial ao produto’ na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea e), terceiro travessão, da diretiva diz respeito à forma cujas características estéticas constituem um dos principais elementos que determinam o valor de mercado do produto em causa, ao mesmo tempo que constituem uma das razões principais que levam o consumidor a decidir adquirir o referido produto. Esta interpretação não exclui que o produto apresente outras características importantes para o consumidor.

A perceção do consumidor médio constitui uma das circunstâncias que devem ser tidas em conta para apreciar a aplicabilidade do motivo em causa, e entre estas também figuram, nomeadamente, a natureza da categoria em causa de produtos, a especificidade desta forma em relação a outras formas geralmente apresentadas no mercado em causa, o valor artístico da forma em causa, a diferença notória de preço em relação a produtos manufacturados concorrentes, ou a existência de uma estratégia promocional que destaca principalmente as características estéticas do produto em causa. Nenhuma destas circunstâncias é, em si mesma, decisiva.

- 3) Um mesmo sinal pode ser apreciado paralelamente na perspectiva dos diferentes motivos previstos pelo artigo 3.º, n.º 1, alínea e), primeiro e terceiro travessões, mas a recusa ou a nulidade do registo de uma marca apenas é aplicável quando os requisitos de aplicação de pelo menos um dos motivos referidos estiverem integralmente cumpridos.»