

Direito Comercial

Acórdão de 21 de Junho de 2001 , Processo n.º 94/2001

Relator : Dr. Sebastião Póvoas

Assunto:

- Marcas

SUMÁRIO

I - A marca é o sinal distintivo para identificar bens ou serviços propostos ao consumidor, podendo ser nominativa, figurativa, emblemática ou mista.

II - Não pode ser tão genérica que impeça a comunicação do produto marcado por forma a não garantir ao consumidor a sua genuinidade ou qualidade nem assegurar ao produto a difícil contrafacção ou imitação.

III - Sendo a marca um sinal distintivo de coisas, há-de ela ser dotada, para o bom desempenho da sua função, de eficácia ou capacidade distintiva, isto é, há-de ser apropriado para diferenciar o produto marcado de outros idênticos ou semelhantes.

IV - O juízo sobre a constituição regular de uma marca, nomeadamente no que se refere à salvaguarda do princípio da novidade e da eficácia distintiva deve ser feita pelo público consumidor, e não por qualquer técnico do sector.

V - A marca “New Mobil Synergy Lead substitute” que, numa das línguas oficiais da R.A.E.M., se traduz por “Nova combinação Mobil sucedânea do chumbo” e pretende identificar um combustível sem chumbo da “Mobil Petroleum Company Inc” não tem eficácia distintiva.