



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

A MARCA COMUNITÁRIA E OS PRINCÍPIOS DA LIVRE CIRCULAÇÃO DE
MERCADORIAS E DA LIVRE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS NA UNIÃO
EUROPEIA

Tese apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de doutor em Estudos Europeus

por

Rui Jorge Pereira Solnado Tavares da Cruz

Instituto de Estudos Políticos
(Estudos Europeus)

Janeiro 2013

RESUMO

Os *primórdios* normativos da marca comunitária encontram-se no disposto no art. 2.º do *Tratado de Roma* em cuja versão original se lia que a *Comunidade* tinha como objectivos a promoção do desenvolvimento harmonioso das actividades económicas, da expansão contínua e equilibrada e do crescimento sustentável do nível de vida com base no estabelecimento de um mercado único. Tal implicava a abolição dos obstáculos à livre circulação de mercadorias e à livre prestação de serviços e a instituição de um sistema que assegurasse o não falseamento da concorrência.

Na avaliação das causas potencialmente distorcivas do mercado, as Instituições comunitárias aperceberam-se de que as disparidades das legislações dos Estados-membros em matéria de marcas afectavam as liberdades *supra* referidas e a concorrência.

Com efeito, os Estados-Membros, mantendo os seus direitos nacionais em matéria de marcas, criavam entraves ao funcionamento harmonioso e não enganoso do mercado único. Neste contexto, o instrumento jurídico-económico, mais eficaz para fazer face a esta “entropia” do mercado da União Europeia, era a criação de uma marca com vocação comunitária.

Assegurada, numa primeira fase, a harmonização das legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas, o passo seguinte foi a aprovação do Regulamento que criou a marca comunitária, em efectividade desde Abril de 1996, com efeitos jurídicos unitários em todo o território da *Comunidade*.

Contudo, e não obstante a forte contribuição da marca comunitária para assegurar o edifício económico do mercado único, o regime jurídico que a suporta suscita um conjunto de questões que podem traduzir efeitos antagónicos aos que justificaram a sua criação. São algumas dessas questões que constituem o PROBLEMA que o presente trabalho pretende abordar.

Palavras chave: União Europeia – marca comunitária – livre circulação de mercadorias e serviços

ABSTRACT

The Community Trademark's normative beginnings are in the article 2 of the Treaty of Rome which first version stated that the *Community* had as its tasks, the promotion throughout the *Community* of an harmonious development of economic activities, a continuous and balanced expansion, an increase in stability, an accelerated raising of the standard of living by establishing a common market. This involved, the abolition between Member States of all obstacles to freedom of movement for goods and services and the institution of a system ensuring that competition in the common market was not distorted.

While evaluating the causes potentially distorting the market, the Community Institutions have realized that the disparities of the Member States laws concerning trademarks affected the above mentioned freedoms as well as the competition.

Indeed, the Member States, maintaining their national laws concerning trademarks, created barriers to the harmonious functioning of the single market. In this context, the economic and judicial instrument created to deal more effectively with this entropy, was the *Community* trademark.

After the initial step of harmonizing the laws of Member states relating to trade marks, the next stage was the adoption of a Regulation that created the *Community* trademark, fully in force since April 1996, with legal effect throughout the *Community*.

However, despite the strong contribution of the *Community* trade mark to ensure the economic edifice of the single market, the legal regime that supports it raises a number of issues that can lead to the same antagonistic effects that justified its creation. These issues are the SUBJECT MATTERS this paper seeks to address.

Keywords: European Union – community trade mark – freedom of movement for goods and services