ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Terceira Secção)

3 de Maio de 2006 *

No processo T-439/04,

Eurohypo AG, com sede em Eschborn (Alemanha), representada por M. Kloth e C. Rohnke, advogados, com domicílio escolhido no Luxemburgo,

recorrente,

contra

Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI), representado por A. von Mühlendahl e J. Weberndörfer, na qualidade de agentes,

recorrido,

que tem por objecto um recurso interposto da decisão da Quarta Câmara de Recurso do IHMI de 6 de Agosto de 2004 (processo R 829/2002-4), relativo ao registo do sinal nominativo EUROHYPO como marca comunitária,

* Língua do processo: alemão.

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA
DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (Terceira Secção),

composto por: M. Jaeger, presidente, V. Tiili e O. Czúcz, juízes,
secretário: C. Kristensen, administradora,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 5 de Novembro de 2004,

vista a contestação entrada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 23 de Fevereiro de 2005,

após a audiência de 26 de Outubro de 2005,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 Em 30 de Abril de 2002, a Deutsche Hypothekenbank Frankfurt-Hamburg AG, posteriormente transformada em Eurohypo AG, apresentou um pedido de marca comunitária no Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI) nos termos 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), versão alterada.

2 A marca cujo registo é pedido é o sinal nominativo EUROHYPO.

3 Os serviços para os quais o registo foi pedido pertencem à classe 36 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) e correspondem à seguinte descrição:

«Negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros, financiamentos, análises financeiras, investimentos, seguros.»

4 Por decisão de 30 de Agosto de 2002, a examinadora indeferiu o pedido nos termos do artigo 7.º, n.os 1, alíneas b) e c), e 2, do Regulamento n.º 40/94.

5 Em 30 de Setembro de 2002, a recorrente interpôs recurso da decisão da examinadora e fundamentou-o por meio de um articulado apresentado em 30 de Dezembro de 2002.

6 Através de decisão de 6 de Agosto de 2004 (a seguir «decisão impugnada»), a Quarta Câmara de Recurso concedeu provimento parcial ao recurso e anulou a decisão da examinadora relativamente aos serviços «análises financeiras, investimentos, seguros». Pelo contrário, foi negado provimento ao recurso relativamente aos outros serviços da classe 36, ou seja aos «negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros, financiamentos». Em substância, a Câmara de Recurso considerou que o sinal nominativo EUROHYPO era descritivo relativamente a estes últimos serviços, referindo o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94. Acrescentou que este entendimento era, em qualquer dos casos, válido nos países de língua alemã e que isso bastava, nos termos do artigo 7.º, n.º 2, do Regulamento n.º 40/94, para justificar a recusa de protecção. Considerou

além disso que os elementos «euro» e «hypo» continham uma indicação directamente compreensível das características dos cinco serviços acima referidos e que a associação dos dois elementos num único vocábulo não tornava a marca menos descritiva.

Pedidos das partes

7 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal se digne:

— anular a decisão impugnada, na parte em que negou provimento ao seu recurso;

— condenar o IHMI nas despesas.

8 O IHMI conclui pedindo que o Tribunal se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

Questão de direito

9 A recorrente invoca dois fundamentos, relativos, respectivamente, à violação do artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94, e à violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do mesmo regulamento.

Quanto ao primeiro fundamento, relativo à violação do artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94

Argumentos das partes

10 Segundo a recorrente, o artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94, que preceitua que «o [IHMI] procederá ao exame oficioso dos factos», implica que o exame dos factos deve ser suficientemente aprofundado para que o IHMI possa determinar com certeza se os fundamentos referidos no artigo 7.º do Regulamento n.º 40/94 obstam ao registo da marca. O IHMI não tem qualquer poder discricionário nesta matéria e a decisão de registo resulta de uma competência vinculada. Deste modo, quando os motivos de recusa são inexistentes, o requerente tem um direito ao registo que decorre do facto de a propriedade intelectual, de que também faz parte o direito das marcas, ser um direito fundamental reconhecido pelo artigo 17.º, n.º 2, da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, proclamada em 7 de Dezembro de 2000 em Nice (JO C 364, p. 1) (a seguir «Carta»).

11 No presente caso, a Câmara de Recurso baseou-se exclusivamente na sua concepção dos dois elementos constitutivos da marca pedida, «euro» e «hypo», e este exame não foi exaustivo, pelo que não permitiu apreciar correctamente a percepção que o público tem do sinal nominativo EUROHYPO.

12 Além disso, a decisão impugnada limitou-se a constatações relativas aos elementos separados «euro» e «hypo», mas não comporta qualquer constatação de facto sobre o carácter descritivo da denominação global «eurohypo». Segundo a recorrente, se a Câmara de Recurso tivesse efectuado uma pesquisa na Internet, teria constatado que não existe qualquer ocorrência desta denominação global utilizada como designação descritiva, mas que todas as ocorrências desta denominação remetem para a sua

empresa. Apresenta, em anexo à petição, os 100 primeiros resultados relativos ao termo «eurohypo» entre os 10 000 encontrados na Internet, a fim de provar que este sinal não é utilizado como uma descrição dos serviços financeiros em causa.

13 Além disso, o IHMI também não provou que o público em causa não vê na marca EUROHYPO uma indicação da origem.

14 Segundo o IHMI, o artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94 não especifica de modo algum a maneira segundo a qual deve proceder ao exame dos factos. No caso das marcas nominativas, o IHMI deve tomar em conta a compreensão habitual do termo pelo público ou por uma parte do público ao qual a marca se dirige, sem que seja necessário proceder a um exame mais aprofundado sobre se a susceptibilidade de registo da marca pode ser excluída, tendo em conta a compreensão habitual do termo em causa. Esta situação verificou-se manifestamente no presente caso.

15 Acresce que, o direito de propriedade intelectual que resulta da Carta não é um direito absoluto e os motivos de recusa enunciados no artigo 7.º do Regulamento n.º 40/94 constituem limitações introduzidas a esse direito.

Apreciação do Tribunal

16 A recorrente alega, em substância, que a decisão impugnada viola o artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94, nos termos do qual «[n]o decurso do processo, o [IHMI] procederá ao exame oficioso dos factos», porque o exame dos factos a que a Câmara de Recurso procedeu não foi exaustivo.

17 Segundo a jurisprudência, o exame efectuado pela autoridade competente em matéria de marcas deve ser rigoroso e completo a fim de evitar que sejam registadas marcas indevidamente. Deste modo, por razões de segurança jurídica e de boa administração, há que garantir que as marcas cuja utilização poderia ser contestada com êxito nos órgãos jurisdicionais não sejam registadas [v., relativamente à 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), acórdão do Tribunal de Justiça de 6 de Maio de 2003, Libertel, C-104/01, Colect., p. I-3793, n.º 59, e jurisprudência citada].

18 No entanto, o artigo 74.º, n.º 1, primeiro período, do Regulamento n.º 40/94 não precisa o modo segundo o qual o IHMI deve proceder ao exame dos factos.

19 Por outro lado, a susceptibilidade de registo de um sinal como marca comunitária deve ser apreciada exclusivamente com base na regulamentação comunitária pertinente, como interpretada pelo tribunal comunitário. Deste modo, basta que, para tomar a sua decisão, a Câmara de Recurso tenha aplicado o critério do carácter descritivo, tal como interpretado pela jurisprudência, não estando obrigada a justificar-se pela apresentação de elementos de prova [acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 8 de Julho de 2004, Telepharmacy Solutions/IHMI (TELEPHARMACY SOLUTIONS), T-289/02, Colect., p. II-2851, n.º 54, e de 22 de Junho de 2005, Metso Paper Automation/IHMI (PAPERLAB), T-19/04, Colect., p. II-2383, n.º 34].

20 No presente caso, a Câmara de Recurso analisou o significado que os elementos «euro» e «hypo» têm para o consumidor alemão bem como os significados possíveis do termo composto «eurohypo» (n.^{os} 13 a 16 da decisão impugnada). A constatação da inexistência de referências a pesquisas suplementares na fundamentação da decisão impugnada, como uma apresentação dos resultados de uma pesquisa em sítios Internet, não pode ser suficiente para se concluir que a Câmara de Recurso substituiu pela sua própria interpretação do termo em causa a interpretação do público visado. O facto de a Câmara de Recurso, por ter atingido um grau de convicção suficiente quanto ao carácter descritivo dos elementos «euro» e «hypo» e

do termo «eurohypo» para concluir pela recusa do registo, ter escolhido não efectuar pesquisas suplementares não é contrário ao artigo 74.°, n.° 1, primeiro período, do Regulamento n.° 40/94.

21 Além disso, quanto ao carácter fundamental do direito de propriedade intelectual, tal como resulta, segundo a recorrente, do artigo 17.°, n.° 2, da Carta, que enuncia que «[é] protegida a propriedade intelectual», basta referir que esse direito não é absoluto e que a marca comunitária existe designadamente dentro dos limites impostos pelo artigo 4.°, conjugado com os artigos 7.° e 8.° do Regulamento n.° 40/94.

22 Por outro lado, quanto aos resultados de uma pesquisa na Internet apresentados pela recorrente em anexo à petição, há que recordar que a função do Tribunal não é reexaminar as circunstâncias de facto à luz das provas apresentadas pela primeira vez perante si. Com efeito, os elementos de facto invocados no Tribunal que não tenham anteriormente sido submetidos a uma das instâncias do IHMI devem ser ignorados [v., neste sentido, acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 5 de Março de 2003, Alcon/IHMI — Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), T-237/01, Colect., p. II-411, n.^{os} 61 e 62, confirmado por despacho do Tribunal de Justiça, proferido em sede de recurso, de 5 de Outubro de 2004, Alcon/IHMI, C-192/03 P, Colect., p. I-8993; acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 6 de Março de 2003, DaimlerChrysler/IHMI (Calandre), T-128/01, Colect., p. II-701, n.° 18; de 3 de Julho de 2003, Alejandro/IHMI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Colect., p. II-2251, n.° 67; de 4 de Novembro de 2003, Díaz/IHMI — Granjas Castelló (CASTILLO), T-85/02, Colect., p. II-4835, n.° 46; e de 1 de Fevereiro de 2005, SPAG/ /IHMI IHMI — Dann e Backer (HOOLIGAN), T-57/03, Colect., p. II-287, n.° 20].

23 Por último, os argumentos da recorrente relativos à apreciação feita pela Câmara de Recurso da opinião do público em causa quanto ao carácter descritivo ou distintivo do sinal nominativo EUROHYPO dirigem-se contra a justeza dos fundamentos da decisão impugnada. Há portanto que os analisar no âmbito do exame do segundo fundamento.

24 Decorre de todo o exposto que o primeiro fundamento é improcedente.

Quanto ao segundo fundamento, relativo à violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94

Argumentos das partes

25 A título preliminar, a recorrente observa que a Câmara de Recurso baseou a sua decisão de recusa unicamente no artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

26 Segundo a recorrente, a Câmara de Recurso considerou com razão que os elementos «euro» e «hypo» podiam suscitar associações com a moeda europeia e com o vocábulo «Hypothek» (hipoteca), mas não atendeu aos outros significados possíveis destes dois elementos. Assim, «euro» não designa apenas a divisa da União Europeia, sendo também a abreviatura do termo «Europa», como no nome do avião «Euro-fighter» ou na designação social de uma das sociedades da recorrente, «Eurohypo Europäische Hypothekenbank der Deutschen Bank AG». O elemento «hypo» não está forçosamente relacionado com o termo «Hypothek», derivando antes do grego, como testemunham os termos alemães «Hypothese» (hipótese), «Hypotenuse» (hipotenusa), «Hypochonder» (hipocondríaco) ou «Hypozentrum» (hipocentro). Por outro lado, a forma mais corrente de ónus real sobre um bem imóvel é «Grundschuld» (dívida hipotecária). A abreviatura «hypo» não é habitual para o público alemão, contrariamente a outras abreviaturas como «Disco» para «Discothek» (discoteca) ou «Auto» para «Automobil» (automóvel).

27 A recorrente alega, por outro lado, que o sinal nominativo EUROHYPO, considerado no seu conjunto, não constitui uma descrição dos serviços para os quais o registo foi recusado. O sinal nominativo EUROHYPO não é correntemente utilizado na língua alemã para descrever serviços financeiros e a pesquisa na Internet acima mencionada no n.º 12 demonstra o carácter pouco habitual da utilização desse vocábulo num sentido descritivo.

28 Os princípios enunciados no acórdão do Tribunal de Justiça de 20 de Setembro de 2001, Procter & Gamble/IHMI (C-383/99 P, Colect., p. I-6251, a seguir «acórdão BABY-DRY») são inteiramente aplicáveis ao presente caso, uma vez que o termo «eurohypo» constitui uma «invenção lexical» e não uma denominação usual para os serviços financeiros em causa. Por outro lado, a inexistência de hífen entre os elementos «euro» e «hypo» acentua a fusão gráfica dos dois elementos para formar uma combinação de vocábulos muito especial.

29 O facto de muitos outros bancos utilizarem o elemento «hypo» na sua designação social é um indício de que as combinações de termos que apresentam o elemento «hypo» têm por função designar a origem comercial, em especial no domínio dos serviços financeiros em causa. O sinal nominativo EUROHYPO tem, portanto, a aptidão exigida para ser compreendido como uma indicação da proveniência comercial desses serviços.

30 A recorrente sublinha ainda que, para analisar se uma marca possui um carácter distintivo, há que examinar a utilização que dele foi feita. Devido à utilização intensiva do sinal EUROHYPO no domínio dos serviços em causa e à sua forte presença nos media, o público em causa habituou-se à utilização deste sinal, que adquiriu assim o carácter distintivo exigido para ser registado como marca. Para ilustrar a utilização intensiva do termo «eurohypo», a recorrente anexou à petição, além dos documentos acima mencionados no n.º 12, o relatório de actividades do seu grupo referente ao ano de 2003, um relatório sobre os bancos de créditos hipotecários bem como informações retiradas do seu sítio Internet.

31 Acresce que, a susceptibilidade de registo do sinal nominativo EUROHYPO é confirmada pelo registo da marca nominativa suíça n.º 03932/2002 EUROHYPO e da marca nominativa internacional n.º 638974 EUROHYPO, cuja protecção se estende à Alemanha, Áustria e Suiça, o que corresponde à totalidade do espaço linguístico alemão.

32 Segundo o IHMI, para rejeitar o pedido da marca EUROHYPO para os serviços em causa, a Câmara de Recurso baseou-se correctamente, nas disposições do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento n.º 40/94, sendo estas duas disposições expressamente mencionadas na decisão impugnada e resultando a sua aplicação igualmente do respectivo conteúdo. Aliás, a recorrente abordou separadamente os dois motivos de recusa na petição.

33 O IHMI sustenta que o público entende o elemento «euro» como a divisa da União Europeia e que este elemento continuaria a ser descritivo ainda que lhe fosse dado o sentido «Europa», uma vez que daria uma indicação do território em que os serviços são fornecidos. De igual modo, o elemento «hypo» é entendido pelo público como a abreviatura do vocábulo «hipoteca». Qualquer outro significado do elemento «hypo» apresentado pela recorrente não é relevante, porque não tem qualquer relação com os serviços financeiros em causa. A ambiguidade dos vocábulos «euro» e «hypo», nos termos em que foi alegada pela recorrente, também não é relevante.

34 Para demonstrar que o elemento «hypo» é uma abreviatura usual, o IHMI anexou à contestação os resultados de uma pesquisa na Internet, que entende serem admissíveis uma vez que, à luz das considerações constantes da decisão impugnada, a recorrente já dispunha de todas as indicações úteis para compreender a referida decisão e contestar a respectiva legalidade perante o órgão jurisdicional comunitário [acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 9 de Outubro de 2002, KWS Saat/ /IHMI (Tom de laranja), T-173/00, Colect., p. II-3843, n.^{os} 56 e segs., e de 31 de Março de 2004, Fieldturf/IHMI (LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, Colect., p. II-1023, n.º 41].

35 A Câmara de Recurso também considerou correctamente que a associação dos dois elementos «euro» e «hypo» não torna a expressão de conjunto menos descritiva. Para o consumidor médio, tal associação descreve, relativamente aos serviços em causa, a oferta respeitante ao financiamento ou à gestão de empréstimos hipotecários pagos na divisa do espaço monetário europeu.

36 Além disso, o IHMI precisa que os factos do acórdão BABY-DRY eram muito diferentes do presente caso, uma vez que, nesse processo, estava em causa uma associação não habitual de vocábulos. Pelo contrário, a jurisprudência relativa aos pedidos de registo de marcas compostas pelo prefixo «euro» é especialmente relevante e confirma a prática do IHMI que consiste em considerar o elemento «euro» como estando dotado de um carácter descritivo e não distintivo [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 7 de Junho de 2001, DKV/IHMI (EuroHealth), T-359/99, Colect., p. II-1645, n.º 27].

37 O IHMI recorda que uma marca nominativa que seja descritiva das características de produtos ou de serviços em causa, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, é, por esse facto, necessariamente desprovida de carácter distintivo relativamente a esses mesmos produtos ou serviços, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do mesmo regulamento (acórdão TELEPHARMACY SOLUTIONS, n.º 19 *supra*, n.º 24).

38 Quanto ao carácter distintivo da marca, o sinal EUROHYPO no seu conjunto não é apto para distinguir, no espírito do público em causa, os serviços da recorrente dos de outras empresas, pois constituem uma formação vulgar de vocábulos, composto de duas indicações descritivas e, para mais, desprovida de fantasia.

39 No que se refere à utilização intensiva da marca, o IHMI observa que, se a recorrente quer deste modo invocar o carácter distintivo adquirido pela utilização nos termos do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento n.º 40/94, há que referir que esse argumento não foi suscitado em tempo útil, tendo apenas sido feita uma referência geral da posição da recorrente no mercado durante o processo que correu no IHMI sem que qualquer elemento venha provar essa utilização. Os numerosos documentos apresentados pela primeira vez no âmbito do recurso para demonstrar a intensidade da utilização da marca não podem ser tomados em conta pelo Tribunal.

40 Em último lugar, quanto aos registos nacionais anteriores, a recorrente não os invocou perante a examinadora nem perante a Câmara de Recurso. Além disso, o IHMI recorda que o direito comunitário das marcas constitui uma regulamentação autónoma e que os registos nacionais constituem, quando muito, indícios da inexistência de motivos de recusa nos territórios em causa.

Apreciação do Tribunal

41 Há que sublinhar que, contrariamente ao que alega o IHMI, resulta dos n.os 12 e seguintes da decisão impugnada que a decisão de recusa do pedido de registo do sinal nominativo EUROHYPO para os serviços «negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros, financiamentos» refere apenas o artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94. No entanto, a análise efectuada nos n.os 13 a 16 que serve de base à referida decisão de recusa respeita ao carácter descritivo do sinal nominativo EUROHYPO.

42 É jurisprudência assente que cada um dos motivos de recusa de registo enumerados no artigo 7.°, n.° 1, do Regulamento n.° 40/94 é independente dos outros e exige um exame separado. Além disso, há que interpretar os referidos motivos de recusa à luz do interesse geral que está na base de cada um deles. O interesse geral tomado em consideração deve reflectir considerações diferentes consoante o motivo de recusa em causa (acórdão do Tribunal de Justiça de 16 de Setembro de 2004, SAT.1/IHMI, C-329/02 P, Colect., p. I-8317, n.° 25, e jurisprudência citada).

43 No entanto, existe uma sobreposição evidente dos âmbitos de aplicação respectivos dos motivos enunciados nas alíneas b) a d) da referida disposição (v. acórdão TELEPHARMACY SOLUTIONS, n.° 19, *supra*, n.° 23, e jurisprudência citada).

44 Resulta também da jurisprudência do Tribunal de Justiça e do Tribunal de Primeira Instância que uma marca nominativa que seja descritiva das características dos produtos ou dos serviços em causa, na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do Regulamento n.° 40/94, é, por esse facto, necessariamente desprovida de carácter distintivo relativamente a esses mesmos produtos ou serviços, na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do mesmo regulamento (acórdãos do Tribunal de Justiça de 12 de Fevereiro de 2004, Campina Melkunie, C-265/00, Colect., p. I-1699, n.° 19, e Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Colect., p. I-1619, n.° 86; acórdão TELEPHARMACY SOLUTIONS, já referido no n.° 19, *supra*, n.° 24).

45 No presente caso, a apreciação da legalidade da decisão impugnada implica que se verifique se a Câmara de Recurso demonstrou que o sinal nominativo EUROHYPO era descritivo dos serviços «negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros, financiamentos» pertencentes à classe 36. Se tal se verificar, a recusa do registo decorre de uma correcta aplicação do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94 ao mesmo tempo que decorre de uma correcta aplicação do artigo 7.°, n.° 1, alínea c), do mesmo regulamento, e a decisão impugnada tem de ser confirmada. Se, pelo contrário, o sinal em causa não for descritivo dos serviços visados pelo pedido de registo, há que verificar se a Câmara de Recurso apresentou outros motivos para considerar que o sinal pedido era desprovido de carácter distintivo.

46 É jurisprudência assente que a apreciação do carácter descritivo de um sinal só pode ser feita, por um lado, em relação aos produtos ou aos serviços em causa e, por outro, em relação à compreensão que dele tem um público-alvo [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 20 de Março de 2002, DaimlerChrysler/IHMI (CARCARD), T-356/00, Colect., p. II-1963, n.° 25].

47 No presente caso, os serviços para os quais o registo foi recusado pertencem todos ao domínio financeiro e definem-se como «negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros, financiamentos».

48 Quanto ao público-alvo, a Câmara de Recurso considerou que se tratava do consumidor médio. Sendo os serviços em causa serviços financeiros destinados à totalidade dos consumidores, há que confirmar essa análise, que a recorrente aliás não contesta. Tendo o motivo absoluto de recusa sido apenas suscitado relativamente a uma das línguas faladas na União Europeia, a saber o alemão, há que considerar que o público relevante relativamente ao qual é necessário apreciar o carácter descritivo da marca corresponde ao consumidor médio germanófono.

49 A Câmara de Recurso analisou o significado dos elementos «euro» e «hypo» para o público em causa no n.º 13 da decisão impugnada e concluiu, para cada um dos elementos, que era descritivo dos serviços em causa.

50 A este respeito, há que recordar que um sinal nominativo é descritivo se, num dos seus significados potenciais, designar uma característica dos produtos ou serviços em causa (acórdão do Tribunal de Justiça de 23 de Outubro de 2003, IHMI/Wrigley, C-191/01 P, Colect., p. I-12447, n.º 32, e acórdão PAPERLAB, já referido no n.º 19, *supra*, n.º 34).

51 Em primeiro lugar, o Tribunal constata que a Câmara de Recurso considerou acertadamente que o público em causa compreendia o elemento «euro», no domínio financeiro, como a divisa que é utilizada na União Europeia e que descreve este espaço monetário. Este elemento designa portanto, pelo menos num dos seus significados potenciais, uma característica dos serviços financeiros em causa. O facto de, como alega a recorrente, o elemento «euro» também poder ser compreendido como a abreviatura do vocábulo «Europa» não afecta esta conclusão.

52 Além disso, a Câmara de Recurso julgou com razão que, no âmbito dos serviços financeiros, o elemento «hypo» era compreendido pelo consumidor médio como uma abreviatura do termo «hipoteca». Esta conclusão não é posta em causa pelo facto de, como alega a recorrente, esse termo poder ter outros significados no

domínio médico ou em grego antigo. Sendo a hipoteca uma garantia clássica no domínio financeiro, designadamente no domínio do imobiliário, a Câmara de Recurso podia considerar validamente que o elemento «hypo» designa, num dos seus potenciais significados, uma característica dos serviços financeiros em causa para o consumidor médio de língua alemã. A este respeito, o argumento da recorrente segundo o qual a forma mais corrente de ónus real sobre um bem imóvel é «Grundschuld» não procede, uma vez que exclui que o elemento «hypo» evoque para o consumidor médio de língua alemã uma hipoteca.

53 Neste contexto, há no entanto que declarar inadmissíveis os documentos que contêm os resultados da pesquisa feita na Internet, apresentados pelo IHMI em anexo à contestação. Como foi acima referido no n.º 22, relativamente aos resultados de uma pesquisa na Internet apresentada pela recorrente em anexo à petição, os elementos de facto invocados no Tribunal que não tenham anteriormente sido submetidos a uma das instâncias do IHMI devem ser ignorados. Há que afastar a este respeito o argumento do IHMI segundo o qual esses elementos de prova são admissíveis, uma vez que a recorrente já dispunha, à luz das considerações que figuram na decisão impugnada, de todas as indicações úteis para compreender a referida decisão e contestar a sua legalidade no Tribunal. Com efeito, os acórdãos Tom de laranja e LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS invocados pelo IHMI respeitavam à questão de saber se, relativamente a uma Câmara de Recurso, o facto de esta não ter comunicado a uma parte os resultados de uma pesquisa na Internet evocada na sua decisão constituía uma violação do artigo 73.º do Regulamento n.º 40/94. A solução exposta nesses acórdãos não pode assim ser transposta, porque, no presente caso, o IHMI apresentou no Tribunal elementos de prova que não foram tomados em consideração pela Câmara de Recurso.

54 Sendo o sinal nominativo EUROHYPO um vocábulo composto, há ainda que analisar se o carácter descritivo, verificado para os elementos que o compõem, existe igualmente para o próprio vocábulo composto. Com efeito, resulta da jurisprudência que uma marca constituída por um vocábulo composto por elementos, sendo cada um descritivo de características dos produtos ou serviços em relação aos quais o registo é pedido, é ela própria descritiva das características dos referidos produtos ou serviços, salvo se existir um afastamento perceptível entre o vocábulo e a simples soma dos elementos que o compõem, o que pressupõe que, devido ao carácter não

habitual da combinação relativamente aos referidos produtos ou serviços, o vocábulo cria uma impressão suficientemente afastada da que é produzida pela simples reunião das indicações trazidas pelos elementos que o compõem, de modo que prevalece a soma dos referidos elementos, ou que o vocábulo entrou na linguagem corrente e adquiriu um significado que lhe é próprio, pelo que é doravante autónomo relativamente aos elementos que o compõem. Neste último caso, há então que verificar se o vocábulo que adquiriu um significado próprio não é ele próprio descritivo (v., por analogia, acórdão Koninklijke KPN Nederland, já referido no n.º 44, *supra*, n.º 104).

55 No presente caso, por um lado, o sinal nominativo EUROHYPO é uma simples combinação de dois elementos descritivos que não cria uma impressão suficientemente afastada da que é produzida pela simples reunião dos elementos que o compõem para prevalecer sobre a soma dos referidos elementos. Por outro lado, a recorrente não demonstrou que este vocábulo composto entrou na linguagem corrente e que aí adquiriu um significado que lhe é próprio. Alega, pelo contrário, que o sinal nominativo EUROHYPO não entrou no uso corrente da língua alemã para descrever serviços financeiros.

56 Por outro lado, contrariamente ao que alega a recorrente, a solução exposta no acórdão BABY-DRY não pode ser transposta para o presente caso. O sintagma em causa nesse processo era uma invenção lexical não habitual na sua estrutura, o que não sucede com o sinal nominativo EUROHYPO.

57 Foi assim legitimamente que a Câmara de Recurso considerou que o sinal nominativo EUROHYPO é descritivo dos serviços «negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários, serviços financeiros e financiamentos» pertencentes à classe 36 e que, por esse facto, é desprovido de carácter distintivo. Daqui resulta que, nos termos do que foi acima enunciado no n.º 45, não há que analisar se

a Câmara de Recurso apresentou outros motivos para considerar que o sinal pedido é desprovido de carácter distintivo.

58 Quanto à alegação relativa à utilização intensiva da marca, uma vez que a recorrente confirmou na audiência que esse argumento foi invocado pela primeira vez no Tribunal, há que declará-la inadmissível, bem como aos documentos apresentados em seu apoio (v. n.º 30, *supra*), nos termos do artigo 135.º, n.º 4, do Regulamento de Processo, segundo o qual as respostas das partes não podem alterar o objecto do litígio perante a Câmara de Recurso. Os argumentos relativos aos registos nacionais do sinal nominativo EUROHYPO na Alemanha, Áustria e Suiça, igualmente invocados pela primeira vez no Tribunal, devem ser declarados inadmissíveis pelos mesmos motivos. Acresce que, o regime comunitário das marcas é um sistema autónomo, constituído por um conjunto de regras que prosseguem objectivos que lhe são específicos, sendo a sua aplicação independente de qualquer sistema nacional [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 5 de Dezembro de 2000, Messe München/IHMI (electronica), T-32/00, Colect., p. II-3829, n.º 47].

59 Resulta de tudo o que precede que o segundo fundamento da recorrente, relativo à violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, é improcedente.

60 Consequentemente, há que negar provimento ao recurso na sua íntegra.

Quanto às despesas

61 Nos termos do artigo 87.º, n.º 2, do Regulamento de Processo do Tribunal de Primeira Instância, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o

tiver requerido. Tendo a recorrente sido vencida, há que condená-la nas despesas efectuadas pelo IHMI, em conformidade com o pedido deste.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Terceira Secção)

decide:

1) É negado provimento ao recurso.

2) A recorrente é condenada nas despesas.

Jaeger Tiili Czúcz

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 3 de Maio de 2006.

O secretário

E. Coulon

O presidente

M. Jaeger