Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção)

10 de junho de 2015 *

«Marca comunitária — Processo de oposição — Pedido de marca nominativa comunitária AGRI.CAPITAL — Marcas nominativas comunitárias anteriores AgriCapital e AGRICAPITAL — Motivo relativo de recusa — Falta de semelhança entre os serviços — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 207/2009»

No processo T-514/13,

AgriCapital Corp., com sede em Nova Iorque (Estados Unidos), representada por P. Meyer e M. Gramsch, advogados,

recorrente,

contra

Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI), representado por P. Geroulakos, na qualidade de agente,

recorrido,

sendo a outra parte na Câmara de Recurso do IHMI, interveniente no Tribunal Geral,

agri.capital GmbH, com sede em Münster (Alemanha), representada por A. Nordemann-Schiffel, advogado,

que tem por objeto um recurso da decisão da Segunda Câmara de Recurso do IHMI de 10 de julho de 2013 (processo R 2236/2012-2), relativa a um processo de oposição entre a AgriCapital Corp. e a agri.capital GmbH,

O TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção),

composto por: D. Gratsias, presidente, M. Kancheva (relatora) e C. Wetter, juízes,

secretário: J. Weychert, administradora,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 23 de setembro de 2013,

vista a contestação do IHMI, apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 17 de dezembro de 2013,

vistas as observações da interveniente, apresentadas na Secretaria do Tribunal Geral em 6 de janeiro de 2014,

* Língua do processo: inglês.

vista a réplica, apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 24 de abril de 2014,

após a audiência de 10 de dezembro de 2014,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 Em 4 de junho de 2009, a interveniente, a agri.capital GmbH, apresentou um pedido de registo de marca comunitária no Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI), ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca comunitária (JO L 78, p. 1).

2 A marca cujo registo foi pedido é o sinal nominativo AGRI.CAPITAL.

3 Os serviços para os quais o registo foi pedido pertencem, após a limitação ocorrida durante o processo no IHMI, nomeadamente, à classe 36, 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 revisto e alterado, e correspondem à seguinte descrição: «Serviços prestados por entidades responsáveis pela execução de obras [promotores imobiliários], nomeadamente relacionados com instalações destinadas à produção e distribuição de energia elétrica e térmica a partir de fontes de energia renováveis; Desenvolvimento de projetos de exploração (gestão de instalações); Administração de edifícios; Administração de terrenos; Gestão de imóveis, bem como mediação, arrendamento e aluguer de imóveis (gestão de instalações); Negócios imobiliários; Arrendamento de explorações agrícolas; Os serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou [...] produtos de editoras.»

4 O pedido de marca comunitária foi publicado no *Boletim de Marcas Comunitárias* n.º 59/2009, de 14 de dezembro de 2009.

5 Em 12 de março de 2010, a recorrente, a AgriCapital Corp., deduziu oposição, nos termos do artigo 41.º do Regulamento n.º 207/2009, contra o registo da marca pedida para os serviços da classe 36.

6 A oposição baseava-se nas seguintes marcas comunitárias anteriores:

— Marca nominativa comunitária *AgriCapital*, registada em 24 de agosto de 2007, sob o n.º 6192322;

— Marca nominativa comunitária *AGRICAPITAL*, registada em 7 de julho de 2006, sob o n.º 4589339.

7 Os serviços para os quais a marca nominativa comunitária anterior *AgriCapital* foi registada pertencem à classe 36 e correspondem à seguinte descrição: «Serviços de financiamento; consultadoria em matéria de financiamentos».

8 Os serviços para os quais a marca nominativa comunitária anterior *AGRICAPITAL* foi registada pertencem também à classe 36 e correspondem à seguinte descrição: «Serviços de consultadoria e de investimentos na banca destinados a empresas do setor agrícola».

9 Os motivos invocados em apoio da oposição foram os referidos no artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

10 Por decisão de 2 de outubro de 2012, a Divisão de Oposição do IHMI indeferiu a oposição com o fundamento de que os serviços abrangidos pela marca pedida e os abrangidos pelas marcas anteriores pertencentes à classe 36 eram diferentes, pelo que não estava preenchido um dos requisitos de aplicação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, a saber, a identidade ou a semelhança dos serviços.

11 Em 3 de dezembro de 2012, a recorrente interpôs no IHMI, ao abrigo do disposto nos artigos 58.° a 64.° do Regulamento n.º 207/2009, um recurso da decisão da Divisão de Oposição.

12 Por decisão de 10 de julho de 2013 (a seguir «decisão impugnada»), a Segunda Câmara de Recurso do IHMI negou provimento ao recurso e condenou a recorrente a pagar à recorrida o montante de 850 euros a título de despesas efetuadas no âmbito da oposição e do recurso no IHMI. Em particular, considerou que o público relevante era o consumidor médio em todos os Estados-Membros da União Europeia. Todavia, considerou que este era suscetível de fazer prova de um nível de atenção elevado, tendo em conta as quantias importantes implicadas nas transações financeiras ou imobiliárias. Em seguida, comparou os serviços abrangidos pela marca pedida, incluídos na classe 36, com aqueles para os quais as marcas anteriores foram registadas. Em resultado da comparação, chegou à conclusão de que os serviços da classe 36 abrangidos pela marca pedida e os abrangidos pelas marcas anteriores não eram semelhantes. Consequentemente, considerou que, uma vez que um dos critérios de aplicação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009 não estava preenchido, não havia risco de confusão entre a marca pedida e as marcas anteriores, na aceção desta norma.

Pedidos das partes

13 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

— anular a decisão impugnada;

— condenar o IHMI nas despesas.

14 O IHMI e a interveniente concluem pedindo que o Tribunal Geral se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

Questões de direito

Quanto à admissibilidade dos documentos apresentados pela recorrente na audiência

15 Na audiência, a recorrente pediu autorização ao Tribunal Geral para apresentar uma mensagem de correio eletrónico de 21 de outubro de 2014, que lhe foi dirigida por um organizador de conferências, tendo em vista demonstrar que, na marca pedida, o ponto situado entre os termos «agri» e «capital» não bastava para afastar o risco de confusão entre esta última e a marca anterior da recorrente *AgriCapital*.

16 O IHMI defendeu a inadmissibilidade deste documento, arguindo que tinha sido apresentado tardiamente e que, consequentemente, nem o IHMI nem o Tribunal Geral tinham podido tomar conhecimento dele.

17 O Tribunal Geral tomou conhecimento do documento na audiência, tendo reservado a sua decisão quanto à admissibilidade do mesmo.

18 A este respeito, há que reconhecer que esse documento, que foi apresentado pela primeira vez no Tribunal Geral, não pode ser tomado em consideração. Com efeito, o recurso interposto no Tribunal Geral visa a fiscalização da legalidade das decisões das Câmaras de Recurso do IHMI na aceção do artigo 65.º do Regulamento n.º 207/2009, pelo que a função do Tribunal Geral não consiste em reexaminar as circunstâncias de facto à luz dos documentos nele apresentados pela primeira vez. Há, pois, que rejeitar o documento acima referido, sem que seja necessário examinar a sua força probatória [v., neste sentido, acórdão de 24 de novembro de 2005, Sadas/IHMI — LTJ Diffusion (ARTHUR E FELICIE), T-346/04, Colet., EU:T:2005:420, n.º 19 e jurisprudência referida].

Quanto ao mérito

19 Em apoio do seu recurso, a recorrente invoca um fundamento único, relativo à violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

20 A recorrente acusa a Câmara de Recurso do IHMI de, em substância, ter considerado que os serviços da classe 36, abrangidos pela marca pedida, não tinham semelhanças com os serviços abrangidos pelas marcas anteriores. Alega, em particular, que, de acordo com a jurisprudência, para apreciar a semelhança entre os serviços, é preciso ter em conta, nomeadamente, o seu caráter concorrente ou complementar, assim como os seus canais de distribuição. Ora, no caso em apreço, a Câmara de Recurso, por um lado, negligenciou a complementaridade entre os «serviços prestados por entidades responsáveis pela execução de obras [promotores imobiliários]», de «gestão [e] mediação de imóveis» e de «desenvolvimento de projetos de exploração», abrangidos pela marca pedida, e os «serviços de financiamento» e «de consultadoria e de investimentos na banca destinados a empresas do setor agrícola», abrangidos pelas marcas anteriores, e, por outro lado, excluiu erradamente que estes serviços pudessem ser oferecidos através dos mesmos canais de distribuição. A recorrente defende que, em consequência, tendo em conta o caráter distintivo das marcas anteriores, bem como a semelhança visual e a identidade fonética das marcas em conflito, a Câmara de Recurso do IHMI violou o artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, ao concluir pela inexistência de risco de confusão entre as referidas marcas, na aceção desta disposição.

21 A título preliminar, há que recordar que, nos termos do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, após oposição do titular de uma marca anterior, o pedido de registo de marca será recusado quando, devido à sua identidade ou semelhança com a marca anterior e devido à identidade ou semelhança dos produtos ou serviços designados pelas duas marcas, exista risco de confusão no espírito do público do território onde a marca anterior está protegida. O risco de confusão compreende o risco de associação com a marca anterior.

22 Segundo jurisprudência constante, constitui risco de confusão o risco de que o público possa crer que os produtos ou os serviços em causa provêm da mesma empresa ou de empresas ligadas economicamente. Segundo esta mesma jurisprudência, o risco de confusão deve ser apreciado globalmente, segundo a perceção que o público relevante tem dos sinais e dos produtos ou serviços em causa, tendo em conta todos os fatores pertinentes do caso em apreço, nomeadamente a interdependência entre a semelhança dos sinais e a dos produtos ou serviços designados [v. acórdão de 9 de julho de 2003, Laboratorios RTB/IHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Colet., EU:T:2003:199, n.ºs 30 a 33 e jurisprudência referida].

23 Esta apreciação global implica uma certa interdependência entre os fatores tidos em conta, designadamente, entre a semelhança das marcas e a dos produtos ou serviços designados. Assim, um reduzido grau de semelhança entre os produtos ou serviços designados pode ser compensado por um elevado grau de semelhança entre as marcas, e vice-versa (acórdãos de 13 de setembro de 2007, Il Ponte Finanziaria/IHMI, C-234/06 P, Colet., EU:C:2007:514, n.º 48, e GIORGIO BEVERLY HILLS, referido no n.º 22, *supra*, EU:T:2003:199, n.º 32).

24 Para efeitos de aplicação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, o risco de confusão pressupõe uma identidade ou semelhança entre as marcas em litígio e uma identidade ou semelhança entre os produtos ou os serviços que designam. Trata-se de condições cumulativas [v. acórdão de 22 de janeiro de 2009, Commercy/IHMI — easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Colet., EU:T:2009:14, n.º 42 e jurisprudência referida].

25 É à luz destas considerações que importa examinar se a Câmara de Recurso do IHMI considerou com razão que não existia risco de confusão entre as marcas em conflito.

Quanto ao público relevante

26 Segundo a jurisprudência, no âmbito da apreciação global do risco de confusão, deve ter-se em conta o consumidor médio da categoria de produtos em causa, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado. Deve igualmente tomar-se em consideração o facto de que o nível de atenção do consumidor médio é suscetível de variar em função da categoria de produtos ou serviços em causa [v. acórdão de 13 de fevereiro de 2007, Mundipharma/IHMI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Colet., EU:T:2007:46, n.º 42 e jurisprudência referida].

27 A Câmara de Recurso do IHMI considerou, no n.º 16 da decisão impugnada, que os serviços designados pelas marcas em conflito se destinavam ao consumidor médio em todos os Estados-Membros da União, mas que este era suscetível de fazer prova de um nível de atenção elevado, tendo em conta as quantias importantes implicadas nas transações financeiras ou imobiliárias.

28 As partes não contestam a definição do público relevante dada pela Câmara de Recurso do IHMI na decisão impugnada. Por outro lado, vistas as considerações expostas nessa decisão, não há que pôr em causa esta definição no presente caso. Em particular, tratando-se de serviços bancários e financeiros, assim como de serviços imobiliários que envolvem geralmente somas importantes, é forçoso constatar que o público em questão terá um grau de atenção elevado [v., neste sentido, acórdão de 9 de setembro de 2011, BVR/IHMI — Austria Leasing (Austria Leasing Gesellschaft m.b.H. Mitglied der Raiffeisen-Bankengruppe Österreich), T-197/10, EU:T:2011:455, n.º 20].

Quanto à comparação dos serviços em causa

29 Importa recordar que, para apreciar a semelhança entre os serviços, há que ter em conta todos os fatores pertinentes que caracterizam a relação entre os serviços. Estes fatores incluem, em especial, a sua natureza, destino, utilização, bem como o seu caráter concorrente ou complementar (acórdão de 29 de setembro de 1998, Canon, C-39/97, Colet., EU:C:1998:442, n.º 23). Outros fatores podem igualmente ser tomados em consideração como, por exemplo, os canais de distribuição dos serviços em causa [v., neste sentido, acórdão de 21 de abril de 2005, Ampafrance/IHMI — Johnson & Johnson (monBeBé), T-164/03, Colet., EU:T:2005:140, n.º 53].

30 A este respeito, há desde já que salientar que, a fim de comparar os serviços abrangidos pelas marcas anteriores e os serviços abrangidos pela marca pedida, a Câmara de Recurso do IHMI dividiu-os em três grupos, a saber, em primeiro lugar, os «[s]erviços prestados por entidades responsáveis pela execução de obras [promotores imobiliários], nomeadamente relacionados com instalações destinadas à produção e distribuição de energia elétrica e térmica a partir de fontes de energia renováveis; [o]s serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou […] produtos de editoras»; em segundo lugar, os serviços de «[g]estão de imóveis, bem como mediação, arrendamento e aluguer de imóveis (gestão de instalações); [n]egócios imobiliários; [a]rrendamento de explorações agrícolas; [o]s serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou […] produtos de editoras»; em terceiro lugar, os serviços de «[d]esenvolvimento de projetos de exploração (gestão de instalações); [a]dministração de edifícios; [a]dministração de terrenos; [o]s serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou […] produtos de editora».

31 Ora, há que constatar que esta divisão reflete uma diferença de natureza, de destino e de utilização entre os serviços abrangidos pela marca pedida e que esta divisão não é contestada pela recorrente. Por conseguinte, importa apenas verificar se a Câmara de Recurso do IHMI concluiu acertadamente pela falta de semelhança entre os serviços cobertos pela marca pedida, tal como os dividiu, e os serviços abrangidos pelas marcas anteriores.

– Quanto à falta de semelhança entre os serviços de «gestão [e] mediação de imóveis» e os «serviços de financiamento»

32 Nos n.os 23 a 28 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso do IHMI começou por definir os «negócios imobiliários» como abrangendo a gestão de bens imóveis, o agenciamento imobiliário e a avaliação de bens imóveis, assim como o aconselhamento e informações atinentes. Estes serviços consistem principalmente, de acordo com a Câmara de Recurso do IHMI, em encontrar um bem imóvel, apresentá-lo a potenciais compradores e atuar como intermediário, por exemplo através da prestação de assistência não apenas aquando da compra, da venda ou do aluguer do bem, mais também aquando da negociação dos contratos, entre o vendedor e o comprador do imóvel ou do terreno. De acordo com a Câmara de Recurso do IHMI, este tipo de serviços incluem também o arrendamento de explorações agrícolas enquanto integrante da categoria mais ampla da locação, que é o contrato pelo qual um bem é transmitido a uma pessoa por um período específico, geralmente, no caso de bens imóveis, sob a forma de contrato de arrendamento. Além disso, precisou que os «negócios imobiliários» podem também estender-se à aquisição de imóveis e à sua revenda com fins lucrativos.

33 Em seguida, a Câmara de Recurso salientou que os «serviços de financiamento», anteriormente definidos, são prestados pelos bancos e pelos estabelecimentos de crédito, enquanto os negócios imobiliários são atividades geralmente exercidas por agentes imobiliários ou por promotores imobiliários. Salientou também que estes serviços estão muito regulamentados e devem, em muitos casos, ser realizados por entidades distintas. Concluiu daí que o consumidor perceciona os agentes imobiliários como claramente distintos dos bancos, dos estabelecimentos financeiros e das companhias de seguros, que oferecem produtos e serviços diferentes, os quais não são substituíveis.

34 Por último, a Câmara de Recurso do IHMI considerou que, ainda que os «negócios imobiliários» necessitem de financiamento, este facto não é suficiente para demonstrar a existência de uma relação estreita entre os mesmos e os «serviços de financiamento» e que, *in fine*, apresentam apenas uma ligação remota e indireta. A este respeito, precisou que «embora seja verdade que pode ser necessário um aconselhamento financeiro para diversos tipos de aquisições (por exemplo, a compra de um bem ou a criação de uma empresa) e que os compradores prudentes podem procurar informações para assegurar a compra ou a criação de empresa, isso não significa que um seja indispensável ao outro ou que os consumidores pensem que a responsabilidade dos serviços respetivos incumbe ao mesmo prestador».

35 Concluiu daqui que os serviços de «[g]estão de imóveis, bem como mediação, arrendamento e aluguer de imóveis (gestão de instalações); [n]egócios imobiliários; [a]rrendamento de explorações agrícolas; [o]s serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou […] produtos de editoras» abrangidos pela marca pedida eram diferentes dos «serviços de financiamento» abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente.

36 A recorrente acusa a Câmara de Recurso do IHMI de se ter concentrado na falta de substituibilidade entre os serviços de gestão e de mediação de imóveis e os serviços de financiamento, sem examinar a sua complementaridade. A este respeito, alega que a Câmara de Recurso do IHMI adotou uma definição demasiado estreita dos serviços de financiamento. Defende, em particular, que é corrente os bancos e os estabelecimentos financeiros colocarem bens imóveis à venda, seja diretamente seja por intermédio de uma filial. Isto é demonstrado pela publicidade comum que é feita por estes dois tipos

de serviços. Daqui decorre que, contrariamente ao que considerou a Câmara de Recurso do IHMI, os serviços de «gestão [e] mediação de imóveis» estão estreitamente ligados aos «serviços de financiamento» e, por conseguinte, são complementares.

37 O IHMI contesta a argumentação da recorrente.

38 A este respeito, em primeiro lugar, já foi declarado, relativamente à natureza, ao destino ou à utilização dos serviços em causa, que os serviços de financiamento não têm a mesma natureza, o mesmo destino ou a mesma utilização que os serviços imobiliários. Com efeito, enquanto os serviços financeiros são fornecidos por instituições financeiras para gestão dos meios financeiros dos seus clientes e consistem, nomeadamente, na conservação dos fundos depositados, na entrega de fundos, na concessão de empréstimos ou noutras operações de natureza financeira, os serviços imobiliários consistem em serviços que têm por objeto um bem imóvel, a saber, em particular, o arrendamento, a compra, a venda ou a gestão de um bem [acórdão de 22 de julho de 2013, Metropolis Inmobiliarias y Restauraciones/IHMI — MIP Metro (METRO), T-197/12, EU:T:2013:375, n.º 42].

39 Daqui decorre que, contrariamente ao que alega a recorrente, a Câmara de Recurso do IHMI não definiu os «serviços de financiamento» abrangidos pelas marcas anteriores de uma forma demasiado estreita.

40 Em segundo lugar, importa observar que, como acima salientado no n.º 34, a Câmara de Recurso do IHMI não se limitou a examinar a substituibilidade dos «negócios imobiliários» pelos «serviços de financiamento», mas procedeu efetivamente a um exame sobre a sua complementaridade.

41 Por outro lado, há que salientar que, para sustentar a argumentação relativa à complementaridade dos serviços em causa, a recorrente se limita a alegar que a venda dos bens imóveis é um serviço frequentemente oferecido por estabelecimentos financeiros.

42 Ora, como também já foi declarado, relativamente ao facto de os serviços abrangidos poderem ser encontrados nos mesmos canais de distribuição, há que constatar que os serviços imobiliários não são, em princípio, prestados nos mesmos locais dos serviços de financiamento (acórdão METRO, referido no n.º 38, *supra*, EU:T:2013:375, n.º43).

43 Os documentos apresentados pela recorrente no âmbito do procedimento administrativo (anexo A5 da petição) não permitem contradizer esta constatação, na medida em que os serviços imobiliários efetuados pelas instituições financeiras são prestados por sucursais distintas, pelo que as atividades financeiras são distintas de eventuais atividades imobiliárias (acórdão METRO, referido no n.º 38, *supra*, EU:T:2013:375, n.º45).

44 Daqui se conclui que a Câmara de Recurso do IHMI não cometeu um erro ao considerar que os serviços de «[g]estão de imóveis, bem como mediação, arrendamento e aluguer de imóveis (gestão de instalações); [n]egócios imobiliários; [a]rrendamento de explorações agrícolas; [o]s serviços atrás referidos não relacionados com serviços de editoras e/ou […] produtos de editoras» abrangidos pela marca pedida eram diferentes dos «serviços de financiamento» abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente.

– Quanto à falta de semelhança entre os «serviços prestados por entidades responsáveis pela execução de obras [promotores imobiliários]» e os «serviços de financiamento»

45 Nos n.ºs 19 a 21 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso do IHMI considerou que os serviços prestados por um promotor imobiliário são negócios com aspetos múltiplos que englobam atividades que vão desde a renovação de imóveis existentes à compra de terrenos para construção e à venda a terceiros de terrenos ou parcelas urbanizados. Considerou, também, que resultava claramente da

redação da especificação do pedido de marca comunitária que esses serviços diziam especificamente respeito a instalações destinadas à produção e distribuição de energia elétrica e térmica a partir de fontes de energia renováveis.

46 Em contrapartida, a Câmara de Recurso do IHMI considerou que os serviços de financiamento abrangidos pelas marcas anteriores consistiam no fornecimento de todos os serviços destinados a poupança ou para fins comerciais, relativos à receção, ao empréstimo, à troca, ao investimento e à proteção de dinheiro, à emissão de notas e à execução de outras operações financeiras. A Câmara de Recurso do IHMI precisou também que, enquanto os prestadores dos serviços abrangidos pelas marcas anteriores podiam prestar serviços em matéria de financiamento e de projetos de construção, e muitos projetos no setor agroindustrial dependiam de investimentos ou de uma ajuda financeira, era muito pouco provável que estes prestadores fornecessem os serviços específicos de um empreiteiro, na medida em que estes exigem competências técnicas específicas ou conhecimentos especiais. Concluiu daí que os serviços em causa eram diferentes pela sua natureza e pelo seu destino.

47 A Câmara de Recurso do IHMI considerou, além disso, que os serviços em causa se incluem em dois setores diferentes, a saber, o setor imobiliário, por um lado, e o setor financeiro, por outro, e que, portanto, não são fornecidos pela mesma empresa ou por empresas relacionadas e não partilham os mesmos canais de distribuição.

48 Em substância, a recorrente defende que existe uma semelhança entre os serviços prestados por um promotor imobiliário, abrangidos pela marca pedida, e os serviços financeiros, abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente.

49 Com efeito, segundo a recorrente, os serviços de um promotor imobiliário abrangidos pela marca pedida incluem uma atividade de comercialização que se sobrepõe aos serviços de financiamento, como os abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente. Isto resulta da prática dos promotores imobiliários, cuja atividade implica a procura de financiamentos e que, frequentemente, prestam aconselhamento aos seus clientes relativamente ao financiamento de projetos imobiliários.

50 Em qualquer das hipóteses, os serviços abrangidos pelas marcas em litígio apresentam, pelo menos, uma relação estreita de complementaridade, como o demonstram tanto a circunstância de as empresas de serviços financeiros exercerem, elas próprias ou por intermédio de filiais, atividades de mediação imobiliária como a própria redação da nota explicativa referente à classe 36.

51 Por outro lado, contrariamente ao que defende o IHMI, os serviços prestados por um promotor imobiliário, como os abrangidos pela marca pedida, não se limitam ao domínio das «instalações destinadas à produção e distribuição de energia elétrica e térmica a partir de fontes de energia renováveis». A recorrente acrescenta que, em todo o caso, esta limitação tem consequências quanto à existência de uma semelhança entre os serviços designados pela marca pedida e os abrangidos pela marca anterior *AGRICAPITAL*, na medida em que os referidos serviços permitem, da mesma forma, fornecer bens imóveis nos quais podem ser construídas e exploradas instalações destinadas à produção de energia a partir de fontes de energia renováveis

52 O IHMI e a interveniente contestam os argumentos da recorrente.

53 A este respeito, importa salientar que, como a Câmara de Recurso do IHMI corretamente indicou, os serviços prestados por um promotor imobiliário englobam múltiplas atividades, que vão desde a renovação de edifícios existentes à compra de terrenos para construção e à venda a terceiros de terrenos ou parcelas urbanizados.

54 Esta atividade implica, como defende a recorrente, a procura de financiamentos pelo promotor imobiliário para a aquisição de edifícios ou terrenos. Todavia, a procura destes financiamentos não pode ser considerada um serviço de financiamento diretamente fornecido pelo promotor imobiliário

aos seus clientes, equivalente a uma atividade de corretagem. Com efeito, a procura de financiamentos pelo promotor imobiliário visa apenas permitir a este último suportar, num primeiro momento, o custo da aquisição dos edifícios a renovar ou dos terrenos a urbanizar, antes de poder, num segundo momento, repercutir esse custo nos clientes a quem venderá o bem imóvel resultante do programa de construção ou de renovação.

55 Embora, como afirma a recorrente, seja prática corrente que os promotores imobiliários deem conselhos aos seus clientes quanto ao financiamento da sua aquisição no âmbito da comercialização de programas imobiliários, tais conselhos não podem ser entendidos como sendo conselhos financeiros, à semelhança dos abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente. Com efeito, esses conselhos são equiparáveis aos que qualquer vendedor de um bem de certo valor, como, por exemplo, um barco, um estabelecimento comercial ou uma obra de arte, pode dar aos seus clientes quanto ao interesse financeiro que para eles poderá ter a aquisição do bem em questão. O vendedor que dá este tipo de conselhos não oferece, no entanto, um serviço de financiamento.

56 Quanto ao resto, há que constatar que os elementos de prova apresentados pela recorrente no âmbito do procedimento administrativo para fundamentar a afirmação consistem em cópias de páginas de Internet de uma sociedade de investimento especializada no ramo imobiliário, de um corretor em crédito imobiliário e de uma sociedade de crédito imobiliário, sem qualquer relação com os serviços prestados por um promotor imobiliário (anexo A4 da petição).

57 Importa também rejeitar a tese da recorrente relativa à existência de uma relação estreita de complementaridade entre os serviços abrangidos pelas marcas em litígio.

58 A este respeito, importa recordar que, de acordo com jurisprudência constante, os produtos ou os serviços complementares são aqueles entre os quais existe uma relação estreita, no sentido de que um é indispensável ou importante para a utilização do outro, de modo que os consumidores podem pensar que a responsabilidade pelo fabrico desses produtos ou pela prestação desses serviços incumbe à mesma empresa [v. acórdão de 9 de abril de 2014, Comsa/IHMI — COMSA (COMSA), T-144/12, EU:T:2014:197, n.º 44 e jurisprudência referida].

59 Isto implica que os serviços complementares possam ser utilizados em conjunto, o que pressupõe que se dirijam ao mesmo público [v., neste sentido, acórdão de 12 de julho de 2012, Hand Held Products/IHMI — Orange Brand Services (DOLPHIN), T-361/11, EU:T:2012:377, n.º 48 e jurisprudência referida].

60 No caso em apreço, os serviços prestados por um promotor imobiliário, abrangidos pela marca pedida, e os serviços de financiamento, abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente, dirigem-se ao consumidor médio no território da União e são suscetíveis de ser utilizados em conjunto por esse consumidor.

61 Além disso, não há dúvida de que, tendo em conta a importância das quantias geralmente envolvidas nas transações imobiliárias, os serviços financeiros são importantes para o consumidor médio na perspetiva da utilização dos serviços prestados por um promotor imobiliário. Todavia, importa observar que, numa economia de mercado, uma grande parte das atividades apresenta necessidades de financiamento ou de investimento, de modo que os serviços financeiros podem, por natureza, ser associados à maior parte destas atividades e não apenas às atividades do promotor imobiliário (v., neste sentido, acórdão do Tribunal Geral METRO, referido no n.º 38, *supra*, EU:T:2013:375, n.º 47 a 49).

62 Em consequência, importa considerar que a relação entre os serviços prestados por um promotor imobiliário e os serviços de financiamento não é, em si mesma, suficientemente estreita para levar o público relevante, a saber, no caso em apreço, um consumidor médio que possa fazer prova de um nível de atenção particularmente elevado, a pensar que o fornecimento destes serviços incumbe à mesma empresa (v., neste sentido, acórdão METRO, referido no n.º 38, *supra*, EU:T:2013:375, n.º 50).

63 Esta conclusão não pode ser posta em causa pelo argumento da recorrente segundo o qual os serviços prestados por um promotor imobiliário são fornecidos através dos mesmos canais de distribuição que os serviços de financiamento abrangidos pelas marcas anteriores. Com efeito, há que constatar que os serviços prestados por um promotor imobiliário não são, em princípio, fornecidos nos mesmos locais que os serviços de financiamento. Além disso, importa salientar que os documentos apresentados pela recorrente no quadro do procedimento administrativo para sustentar esta tese não dizem respeito à atividade de promoção imobiliária (anexo A5 da petição).

64 Esta conclusão também não pode ser posta em causa pelo argumento da recorrente segundo o qual a relação estreita de complementaridade entre os serviços de um empreiteiro do setor imobiliário e os serviços de financiamento decorre da nota explicativa referente à classe 36. Com efeito, a simples leitura da nota explicativa referente à classe 36 permite constatar que, embora os serviços de «leasing» e os «serviços de administração de imóveis, isto é, os serviços de locação, de avaliação de bens imobiliários ou de sócios de capital» façam efetivamente parte da classe 36, constituem subrubricas distintas da dos «serviços relacionados com negócios financeiros ou monetários», que abrange, nomeadamente, os «serviços de todos os estabelecimentos bancários ou instituições relacionadas com eles», os «serviços das instituições de crédito que não sejam bancos» e os «serviços dos corretores de valores e de bens», de modo que a nota explicativa referente à classe 36 não é de natureza a estabelecer uma relação estreita entre os serviços de financiamento abrangidos pelas marcas anteriores e os serviços prestados por um promotor imobiliário abrangidos pela marca pedida.

65 Quanto ao mais, importa recordar que, nos termos da regra 2, n.º 4, do Regulamento (CE) n.º 2868/95 da Comissão, de 13 de dezembro de 1995, relativo à execução do Regulamento (CE) n.º 40/94 do Conselho, sobre a marca comunitária (JO L 303, p. 1), «[a] classificação dos produtos e serviços obedece exclusivamente a razões de ordem administrativa» e, consequentemente, «não se poderá considerar que determinados produtos ou serviços são semelhantes pelo facto de constarem da mesma classe da classificação de Nice, como não se poderá considerar que são distintos pelo facto de constarem de classes diferentes dessa mesma classificação».

66 Daqui decorre que a Câmara de Recurso do IHMI não errou ao considerar que os serviços prestados por um promotor imobiliário abrangidos pela marca pedida eram, pela sua natureza, diferentes dos serviços de financiamento abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente.

67 Em face desta constatação, não há que examinar a acusação da recorrente relativa a uma limitação errada da finalidade dos serviços abrangidos pela marca pedida.

– Quanto à falta de semelhança entre os serviços de «desenvolvimento de projetos de exploração» e os «serviços de financiamento»

68 A recorrente alega que os serviços de «desenvolvimento de projetos de exploração» estão tão próximos dos «serviços de financiamento» como os «serviços de entidades responsáveis pela execução de obras [promotores imobiliários]», na medida em que, segundo a recorrente, a valorização e a gestão de bens imóveis são as duas faces de uma mesma atividade, que necessitam, tanto uma como outra, de aconselhamento financeiro e de soluções de financiamento. A recorrente limita-se, portanto, a remeter para os argumentos já expostos relativamente à semelhança entre os serviços prestados por um promotor imobiliário e os «serviços de financiamento».

69 Ora, tendo estes argumentos sido já rejeitados acima nos n.ºs 45 a 67, o Tribunal Geral pode apenas constatar que, na falta de argumentos específicos relativos aos serviços de «desenvolvimento de projetos de exploração», a recorrente não demonstrou que a Câmara de Recurso do IHMI tenha cometido um erro ao concluir pela falta de semelhança entre esses serviços e os «serviços de financiamento» abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente.

70 Tendo em conta as considerações que precedem, há que constatar que a Câmara de Recurso do IHMI não errou ao considerar que os serviços abrangidos pelas marcas anteriores da recorrente não eram semelhantes aos serviços para os quais foi pedido o registo da marca *AGRI.CAPITAL*.

Quanto ao caráter distintivo das marcas anteriores da recorrente e à semelhança dos sinais em conflito

71 Na decisão impugnada, a Câmara de Recurso do IHMI concluiu que um dos critérios para a aplicação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, a saber, a semelhança entre os serviços, não estava preenchido e que, em consequência, não podia haver risco de confusão, isto sem examinar o caráter distintivo das marcas anteriores nem a semelhança entre os sinais em conflito.

72 A recorrente alega que qualquer diferença entre os serviços abrangidos pela marca pedida e as marcas anteriores pode ser compensada, no quadro de uma apreciação global, por um grau de semelhança visual muito elevado e pela identidade fonética entre estas marcas, de modo que, contrariamente ao que considerou a Câmara de Recurso do IHMI, existe um risco de confusão entre as marcas em conflito, na aceção do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

73 O IHMI e a interveniente contestam os argumentos da recorrente.

74 A este respeito, basta salientar que, como acima recordado no n.º 24, por força do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, a existência de um risco de confusão no espírito do público do território onde a marca anterior está protegida deve ser apreciado à luz de circunstâncias cumulativas, a saber, a semelhança ou identidade das marcas em conflito, por um lado, e a semelhança ou identidade dos produtos ou dos serviços respetivamente cobertos pelas referidas marcas, por outro lado.

75 Por conseguinte, contrariamente ao que defende a recorrente, a falta de semelhança entre os serviços abrangidos pelas suas marcas anteriores e os serviços para que é pedido o registo da marca *AGRI.CAPITAL*, acima constatada n.º 70, não pode ser compensada, para efeitos da apreciação do risco de confusão, pela semelhança entre as marcas em conflito, mesmo que seja de um grau elevado (v., neste sentido, despacho de 9 de março de 2007, Alecansan/IHMI, C-196/06 P, EU:C:2007:159, n.ºs 24 a 26).

76 Atendendo a todas as considerações precedentes, a Câmara de Recurso do IHMI não errou ao concluir que, tendo em conta a falta de semelhança entre os serviços designados pelas marcas em conflito, um dos critérios para a aplicação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009 não estava preenchido e que, em consequência, não podia haver risco de confusão entre as referidas marcas.

77 Daqui se conclui que o fundamento único da recorrente é improcedente e que, por conseguinte, deve ser negado provimento ao recurso.

Quanto às despesas

78 Por força do disposto no artigo 87.º, n.º 2, do Regulamento de Processo, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido. Tendo a recorrente sido vencida, há que condená-la a suportar, além das suas próprias despesas, as despesas efetuadas pelo IHMI e pela interveniente, em conformidade com os pedidos destes.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção)

decide:

1) É negado provimento ao recurso.

2) A AgriCapital Corp. é condenada nas despesas.

Gratsias Kancheva Wetter

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 10 de junho de 2015.

Assinaturas