Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção)

20 de maio de 2014*

«Marca comunitária — Processo de oposição — Pedido de marca figurativa comunitária ARIS — Marca figurativa comunitária anterior ARISA ASSURANCES S.A. — Motivo relativo de recusa — Risco de confusão — Semelhança dos sinais — Coexistência de marcas anteriores no mercado — Princípio de direito norte-americano denominado 'Morehouse defense' — Artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (CE) n.º 207/2009»

No processo T-247/12,

Argo Group International Holdings Ltd, com sede em Hamilton, Bermudas (Reino Unido), representada por R. Hoy, S. Levine e N. Edbrooke, solicitors,

recorrente,

contra

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

recorrido,

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

Arisa Assurances SA, com sede no Luxemburgo (Luxemburgo), representada por H. Bock, advogado,

que tem por objeto um recurso da decisão da Segunda Câmara de Recurso do IHMI de 9 de março de 2012 (processo R 193/2011-2), relativa a um processo de oposição entre a Arisa Assurances SA e a Argo Group International Holdings Ltd,

O TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção),

composto por: M. E. Martins Ribeiro, presidente, S. Gervasoni (relator) e L. Madise, juízes,

secretário: E. Coulon,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 6 de junho de 2012,

vista a resposta do IHMI, apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 21 de setembro de 2012,

vistas as observações da interveniente apresentadas na Secretaria do Tribunal Geral em 3 de setembro de 2012,

* Língua do processo: inglês.

vista a réplica apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 18 de dezembro de 2012,

vista a tréplica apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 3 de abril de 2013,

visto as partes não terem apresentado um pedido de realização de audiência, no prazo de um mês a contar da notificação do encerramento da fase escrita, e tendo então decidido, com base no relatório do juiz-relator e em aplicação do artigo 135.º-A do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, julgar a causa prescindindo da fase oral do processo,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 Em 13 de novembro de 2008, a Art Risk Insurance and Information Services Corp. apresentou um pedido de registo 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), conforme alterado [substituído pelo 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 seguinte sinal figurativo:



3 Os serviços para os quais o registo de marca foi pedido pertencem 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 às seguintes descrições: «Serviços de seguros; seguros de título para obras de arte, artefactos culturais, antiguidades e outra propriedade colecionável pessoal e tangível; serviços de gestão de risco financeiro destinados à indústria artística e associada às artes, incluindo museus de arte, fundações artísticas, instituições culturais e sem fins lucrativos, colecionadores particulares, artistas, negociantes de arte, e fornecedores de atividades bancárias, fiduciários, seguradoras, assessores jurídicos e sem fins lucrativos associadas às artes; serviços de gestão de risco financeiro relacionados com outras formas de seguros, incluindo seguros de propriedade e de riscos para a indústria artística e associada às artes».

4 O pedido de marca comunitária foi publicado no *Boletim de Marcas Comunitárias* n.º 10/2009, de 23 de março de 2009.

5 A Art Risk Insurance and Information Services era já titular da marca nominativa comunitária *ARIS*, registada em 12 de setembro de 2005.

6 Em 18 de junho de 2009, a interveniente, Arisa Assurances SA, deduziu oposição, nos termos do artigo 41.º do Regulamento n.º 207/2009, contra o registo da marca pedida para os serviços referidos no n.º 3, *supra*.

7 A oposição baseava-se na marca figurativa comunitária anterior, apresentada em 8 de julho de 1996 e registada em 18 de janeiro de 2000, sob o número 307470, para os «seguros e resseguros» da classe 36, a seguir reproduzida:



8 O fundamento invocado para a oposição foi o referido no artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

9 Em 23 de novembro de 2010, a Divisão de Oposição deferiu a oposição e rejeitou o pedido de registo de marca comunitária.

10 Em 20 de janeiro de 2011, a Art Risk Insurance and Information Services interpôs recurso da decisão da Divisão de Oposição para o IHMI, nos termos dos artigos 58.° a 64.° do Regulamento n.º 207/2009.

11 Em 3 de março de 2011, a Art Risk Insurance and Information Services solicitou o registo da transferência do seu pedido de marca para a Argo Group International Holdings Ltd (a seguir «Argo Group» ou «recorrente»). A transferência foi inscrita no registo de marcas comunitárias em 4 de março de 2011.

12 Por decisão de 9 de março de 2012 (a seguir «decisão impugnada»), a Segunda Câmara de Recurso do IHMI negou provimento ao recurso. Em particular, considerou que o recurso interposto pela Art Risk Insurance and Information Services era admissível, apesar de não ter sido interposto pelo Argo Group, titular do pedido de marca, uma vez que a transferência do pedido de marca para o Argo Group não tinha sido inscrita no registo de marcas comunitárias antes de 20 de janeiro de 2011, data da interposição do recurso (n.ºs 17 a 23 da decisão impugnada). Em primeiro lugar, quanto ao risco de confusão entre os dois sinais em conflito, a Câmara de Recurso precisou que o público pertinente era composto simultaneamente pelo grande público, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, e por consumidores especializados cujo nível de atenção é mais elevado (n.ºs 45 e 46 da decisão impugnada). Em segundo lugar, considerou que os serviços designados pelo pedido de marca e pela marca anterior eram idênticos ou semelhantes (n.ºs 47 e 48 da decisão impugnada). Em terceiro lugar, a Câmara de Recurso considerou que os sinais em conflito eram globalmente semelhantes, uma vez que os seus elementos distintivos e dominantes, «aris», na marca requerida, e «arisa», na marca anterior, eram praticamente idênticos no plano visual e muito semelhantes no plano fonético (n.ºs 49 a 55 e 58 da decisão impugnada). Concluiu, assim, como a Divisão de Oposição, pela existência de um risco de confusão (n.º 58 da decisão impugnada), rejeitando o argumento relativo à coexistência na União Europeia dos dois sinais em causa (n.ºs 25 a 28 da decisão impugnada).

Pedidos das partes

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

— anular ou reformar a decisão impugnada;

— condenar o IHMI nas despesas.

14 O IHMI conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

15 A interveniente conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

— julgar o recurso inadmissível ou, a título subsidiário, negar-lhe provimento;

— condenar a recorrente nas despesas.

Questão de direito

Quanto à admissibilidade

16 A interveniente alega que o presente recurso não cumpre os requisitos do artigo 44.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, uma vez que o pedido não faz referência a nenhuma disposição jurídica precisa que tenha sido violada pela Câmara de Recurso.

17 Importa recordar que, segundo jurisprudência constante, não se exige que uma parte invoque expressamente as disposições em que baseia os fundamentos que invoca. Basta que o objeto do pedido desta parte, bem como os principais elementos de facto e direito em que se baseou sejam apresentados com clareza suficiente no pedido [v. acórdão do Tribunal Geral de 15 de janeiro de 2013, Gigabyte Technology/IHMI — Haskins (Gigabyte), T-451/11, não publicado na Coletânea, n.º 28 e jurisprudência referida], o que se verifica no caso em apreço.

18 Com efeito, resulta de maneira suficientemente clara da petição inicial que a recorrente invoca, em substância, a violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009, uma vez que alega que a Câmara de Recurso cometeu um erro de direito ao considerar que os sinais em causa eram semelhantes e que existia, assim, um risco de confusão entre eles. Por outro lado, na sua réplica, faz expressamente referência à disposição em causa.

19 Além disso, a argumentação da recorrente é suficientemente clara e precisa para permitir ao IHMI e à interveniente prepararem a sua defesa e ao Tribunal Geral exercer a sua fiscalização jurisdicional (v., neste sentido, acórdão Gigabyte, já referido, n.º 29 e jurisprudência referida). Com efeito, o IHMI e a interveniente contestam os argumentos da recorrente na sua totalidade, tendo o IHMI, inclusivamente, feito expressamente referência, na sua contestação, ao fundamento respeitante à violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

20 Consequentemente, há que julgar improcedente a questão da inadmissibilidade invocada pela interveniente e examinar a procedência do fundamento único invocado pela recorrente, relativo à violação do artigo 8.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009.

Quanto ao mérito

21 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 uma 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, eventualmente, de empresas ligadas economicamente. Resulta desta mesma jurisprudência que o risco de confusão deve ser apreciado globalmente, de acordo com a perceção que o público pertinente tem dos sinais e dos produtos ou dos serviços em causa, tendo em conta todos os fatores relevantes do caso, entre os quais, nomeadamente, a interdependência entre a semelhança dos sinais e a semelhança dos produtos ou dos serviços designados [v. acórdão do Tribunal Geral de 9 de julho de 2003, Laboratórios RTB/IHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Colet., p. II-2821, n.os 30 a 33 e jurisprudência referida].

Quanto ao público pertinente

23 Segundo jurisprudência constante, 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 de serviços em causa [v. acórdão do Tribunal Geral de 13 de fevereiro de 2007, Mundipharma/IHMI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Colet., p. II-449, n.º 42 e jurisprudência referida].

24 Na decisão impugnada, a Câmara de Recurso considerou que o público pertinente no caso em apreço era composto simultaneamente pelos consumidores médios de serviços de seguros, normalmente informados e razoavelmente atentos e avisados, e por consumidores especializados, como os comerciantes de arte e os organismos legais e fiscais, cujo nível de atenção é mais elevado (n.os 45 e 46 da decisão impugnada). No âmbito da sua análise do risco de confusão, concluiu pela existência desse risco, baseando-se na «lembrança vaga» dos sinais em causa guardada na memória pelo público pertinente, incluindo os consumidores que revelem uma atenção acrescida (n.º 58 da decisão impugnada).

25 A recorrente alega que a Câmara de Recurso cometeu um erro de direito ao ignorar, na sua conclusão relativa ao risco de confusão, o grau acrescido de atenção do consumidor especializado dos serviços designados pela marca pedida. Na sua opinião, as diferenças no grau de atenção existente entre o público pertinente desses serviços e o público pertinente dos serviços cobertos pela marca anterior reduzem o risco de confusão.

26 A este respeito, por um lado, importa salientar, contrariamente ao que sustenta a recorrente, que os serviços visados pela marca anterior não se destinam unicamente ao consumidor médio tipo das formas genéricas de seguros, como as dos seguros de automóveis ou de viagens. Com efeito, como sublinha corretamente o IHMI, uma vez que o requisito de uso sério da marca anterior nunca foi invocado, esta marca está protegida para todos os serviços de seguros e de resseguros, seja qual for a natureza do objeto segurado, e isto independentemente do uso efetivo da referida marca, se for o caso, limitado aos serviços de seguros de automóveis e de viagens [v., neste sentido, acórdão do Tribunal Geral de 16 de junho de 2010, Kureha/IHMI — Sanofi-Aventis (KREMEZIN), T-487/08, não publicado na Coletânea, n.º 71]. Assim, em função do objeto segurado, os serviços cobertos pela marca anterior podem destinar-se ao grande público ou a consumidores mais especializados.

27 Por outro lado, embora alguns dos serviços de seguros designados no pedido de marca visem efetivamente consumidores mais especializados no domínio da arte, a lista dos serviços em causa inclui igualmente os serviços de seguros em geral, que se dirigem ao grande público.

28 Daqui resulta que os serviços visados pelas duas marcas em conflito se dirigem ao mesmo público pertinente, composto simultaneamente pelo grande público e por profissionais da arte.

29 Neste caso, segundo jurisprudência constante, tratando-se da apreciação do risco de confusão, deve ser tido em consideração o público que tenha o nível de atenção menos elevado [v., neste sentido, acórdão do Tribunal Geral de 15 de julho de 2011, Ergo Versicherungsgruppe/IHMI — Société de développement et de recherche industrielle (ERGO), T-220/09, não publicado na Coletânea, n.º 21 e jurisprudência referida].

30 Consequentemente, mesmo supondo que a Câmara de Recurso não tenha tomado em consideração os consumidores que têm uma atenção acrescida, isso não lhe pode ser censurado no caso em apreço.

31 Assim, a Câmara de Recurso não cometeu um erro na definição do público pertinente no caso em apreço nem ao tê-lo em conta na apreciação do risco de confusão.

Quanto à semelhança dos sinais

32 Segundo jurisprudência constante, a apreciação global do risco de confusão deve, no que respeita à semelhança visual, fonética ou conceptual dos sinais em conflito, basear-se na impressão de conjunto por eles produzida, atendendo, em especial, aos seus elementos distintivos e dominantes. A perceção das marcas que o consumidor médio tem dos produtos ou dos serviços em causa desempenha um papel determinante na apreciação global do referido risco. A este respeito, o consumidor médio apreende normalmente uma marca como um todo e não procede a uma análise das suas diferentes particularidades (v. acórdão do Tribunal de Justiça de 12 de junho de 2007, IHMI/Shaker, C-334/05 P, Colet., p. I-4529, n.º 35 e jurisprudência referida).

33 Na decisão impugnada, a Câmara de Recurso considerou que os elementos dominantes das marcas em conflito eram os elementos nominativos «aris» na marca requerida, e «arisa», na marca anterior. Entendeu que os elementos «assurances s.a.» da marca anterior não eram dominantes, tendo em conta o seu polícia de caracteres mais pequeno, a sua posição inferior na marca e a sua falta de caráter distintivo para um número considerável de consumidores, e que os efeitos estilísticos e de cor das duas marcas não eram suficientemente chamativos para reduzir o caráter dominante de «aris» e «arisa» (n.ºs 49 e 50 da decisão impugnada). No âmbito da comparação dos sinais em conflito, a Câmara de Recurso constatou que, no plano visual, os elementos «aris» e «arisa» eram quase idênticos e que os dois sinais apenas se distinguiam pela letra suplementar «a» e pelos elementos não distintivos «assurances s.a.» da marca anterior, bem como pelos seus efeitos estilísticos e de cor (n.º 52 da decisão impugnada). Entendeu que os sinais em conflito eram muito semelhantes no plano fonético, sendo a marca requerida e a marca anterior pronunciadas, respetivamente, «a-ris» e «a-ri-sa» e não se pronunciando os elementos não distintivos «assurances s.a.» (n.º 53 da decisão impugnada). A Câmara de Recurso considerou impossível qualquer comparação conceptual, uma vez que nenhum dos sinais em causa tinha significado no território relevante (n.º 54 da decisão impugnada). De onde concluiu que os sinais em conflito eram globalmente semelhantes (n.ºs 55 e 58 da decisão impugnada).

34 Em primeiro lugar, a recorrente contesta a determinação dos elementos dominantes dos sinais em conflito. Considera em particular que, no que respeita às marcas figurativas como as que estão em causa no caso vertente, os seus elementos nominativos não podem ser mais dominantes do que os seus elementos figurativos, tanto mais que a palavra «aris» não tem nenhum significado.

35 A este respeito, deve recordar-se a jurisprudência constante segundo a qual, para apreciar o caráter dominante de uma ou de várias componentes determinadas de uma marca complexa, há que ter em conta, designadamente, as qualidades intrínsecas de cada uma dessas componentes e compará-las com as das outras componentes. Além disso, e a título acessório, pode ser tida em conta a posição relativa das diferentes componentes na configuração da marca complexa [acórdãos do Tribunal Geral de 23 de outubro de 2002, Matratzen Concord/IHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Colet., p. II-4335, n.º 35, e de 23 de novembro de 2010, Codorniu Napa/IHMI — Bodegas Ontañon (ARTESA NAPA VALLEY), T-35/08, Colet., p. II-5405, n.º 35].

36 Daqui resulta que a determinação do caráter dominante de um elemento numa marca complexa depende de uma apreciação *in concreto* dos diferentes elementos que compõem o sinal e, portanto, é independente da natureza, figurativa ou nominativa, do sinal em causa. Assim, os elementos figurativos de uma marca figurativa não são necessariamente os elementos dominantes da referida marca.

37 No caso em apreço, o sinal solicitado é composto pelo elemento nominativo «aris», escrito em letras maiúsculas de cor cinzento-clara, sem serem reproduzidas algumas partes das letras em causa.

38 Contrariamente ao que alega a recorrente, não se pode considerar que a representação gráfica do elemento nominativo «aris» domine a impressão de conjunto da marca requerida. Com efeito, constitui simplesmente uma composição tipográfica que visa valorizar o elemento nominativo «aris». Assim, mesmo que, como alega a recorrente, esta representação gráfica confira à marca requerida um aspeto apurado, evocativo de uma sensação de sofisticação elegante que atrai os atores da indústria da arte e que corresponde ao tipo de serviços visados pelo pedido de marca, o público pertinente, ao referir-se à marca em causa, tenderá a pronunciar o elemento «aris», e não a descrever a sua representação gráfica. Além disso, o facto de o elemento «aris», não ter nenhum significado, como sublinha a recorrente, e não ser, portanto, *a fortiori*, descritivo dos serviços designados, confere-lhe no caso em apreço, um caráter distintivo intrínseco em relação aos referidos serviços, que reforça o seu caráter dominante na apreciação de conjunto do sinal solicitado [v., neste sentido, acórdão do Tribunal Geral de 16 de setembro de 2013, Gitana/IHMI — Teddy (GITANA), T-569/11, não publicado na Coletânea, n.º 57 e jurisprudência referida].

39 Por sua parte, o sinal anterior é composto por um primeiro elemento nominativo, «arisa», escrito em letras maiúsculas azuis, com exceção da perna do primeiro «a», que está escrita a vermelho. Este primeiro elemento nominativo está colocado por cima e separado por um traço azul do segundo elemento nominativo, «assurances s.a.», escrito em letras maiúsculas mais pequenas, também de cor azul.

40 Há que considerar que o elemento nominativo «assurances s.a.», tendo em conta a sua menor dimensão e a sua posição inferior em relação ao elemento «arisa», não é o elemento dominante no sinal anterior. Esta consideração é confirmada pelo caráter descritivo de «assurances s.a.» a respeito dos serviços de seguros em causa [v., neste sentido, acórdão do Tribunal Geral de 27 de novembro de 2007, Gateway/IHMI — Fujitsu Siemens Computers (ACTIVY Media Gateway), T-434/05, não publicado na Coletânea, n.º 47 e jurisprudência referida]. O mesmo sucede com os elementos figurativos da marca anterior, como a composição tipográfica, a cor e o sublinhado, que, como salienta a própria recorrente, correspondem a um grafismo básico e a cores vulgares. Consequentemente, esses elementos nominativos e figurativos não podem pôr em causa o caráter dominante do elemento nominativo «arisa», escrito em carateres maiores e colocado por cima do outro elemento nominativo.

41 Assim, a Câmara de Recurso não cometeu um erro na determinação dos elementos dominantes dos sinais em conflito, pelo que o primeiro argumento da recorrente deve ser julgado improcedente.

42 Em segundo lugar, a recorrente acusa a Câmara de Recurso de não ter procedido a uma apreciação de conjunto das marcas em causa e de se ter limitado, tanto na apreciação da semelhança dos sinais em conflito como na tomada em conta dessa semelhança para efeitos da apreciação do risco de confusão, a uma comparação entre os respetivos elementos nominativos dominantes, «aris» e «arisa».

43 Com efeito, resulta de jurisprudência constante que a apreciação da semelhança entre duas marcas não se pode limitar a tomar em consideração apenas uma componente de uma marca complexa e a compará-la com outra marca. Pelo contrário, é necessário operar tal comparação examinando as marcas em causa, cada uma delas considerada no seu conjunto, o que não exclui que a impressão de conjunto produzida na memória do público pertinente por uma marca complexa possa, em

determinadas circunstâncias, ser dominada por uma ou várias das suas componentes (v. acórdão IHMI/Shaker, já referido, n.º 41 e jurisprudência referida). Só se todas as outras componentes da marca forem negligenciáveis é que a apreciação da semelhança poderá ser feita com base unicamente no elemento dominante (acórdãos do Tribunal de Justiça, IHMI/Shaker, já referido, n.º 42, e de 20 de setembro de 2007, Nestlé/IHMI, C-193/06 P, não publicado na Coletânea, n.º 42). Tal pode acontecer, nomeadamente, quando essa componente seja suscetível de, por si só, dominar a imagem dessa marca que o público pertinente guarda na memória, de modo a que todas as outras componentes da marca sejam negligenciáveis na impressão de conjunto que esta produz (acórdão Nestlé/IHMI, já referido, n.º 43).

44 No caso em apreço, a Câmara de Recurso considerou que certos elementos que compõem os sinais em conflito eram dominantes, sem contudo qualificar os outros elementos de negligenciáveis ao ponto de não serem tidos em conta no âmbito da comparação dos dois sinais. Estava, portanto, obrigada, por força da jurisprudência acima referida, a proceder a uma comparação que tomasse em consideração o conjunto das componentes dos sinais em conflito.

45 Ora, na apreciação da semelhança visual dos sinais em conflito, a Câmara de Recurso teve em conta, em conformidade com a referida obrigação, tanto os elementos dominantes que tinha identificado, ou seja, os elementos nominativos «aris» e «arisa», considerados quase idênticos, como o elemento nominativo «assurances s.a.» e os elementos figurativos, considerados diferentes (n.º 52 da decisão impugnada).

46 Do mesmo modo, na apreciação da semelhança fonética dos sinais em conflito, certamente que a Câmara de Recurso só comparou os elementos «aris» e «arisa». Todavia, daí não se pode deduzir que não procedeu a uma apreciação de conjunto dos referidos sinais, uma vez que teve em conta o único outro elemento suscetível de ser pronunciado, «assurances s.a.», ao considerar que o público pertinente não o pronunciaria devido ao seu caráter não distintivo (n.º 53 da decisão impugnada).

47 Na sua apreciação da semelhança conceptual dos sinais em conflito, a Câmara de Recurso procedeu também a uma apreciação de conjunto dos referidos sinais, na medida em que considerou que «nenhuma das marcas», ou seja, na falta de outra especificação, nenhuma das duas marcas consideradas no seu conjunto, incluindo todos os seus elementos nominativos e figurativos, tinha significado no território relevante (n.º 54 da decisão impugnada).

48 Por último, na sua análise do risco de confusão, a Câmara de Recurso retomou cada uma das componentes das marcas em conflito, dominantes ou não, para proceder a uma apreciação de conjunto da semelhança dos sinais, atribuindo maior peso aos elementos dominantes e menor aos que não o são (n.º 58 da decisão impugnada).

49 Por conseguinte, o segundo argumento da recorrente deve ser julgado improcedente.

50 Em terceiro lugar, a recorrente critica a conclusão da Câmara de Recurso relativa à existência de uma semelhança entre os sinais em conflito, apesar da constatação de um fraco grau de semelhança visual e fonética entre os referidos sinais.

51 A este respeito, basta salientar que a constatação de um fraco grau de semelhança visual e fonética foi efetuada pela Divisão de Oposição e não pela Câmara de Recurso. Assim, tendo em conta a jurisprudência constante segundo a qual o recurso submetido ao Tribunal Geral visa a fiscalização da legalidade das decisões das Câmaras de Recurso do IHMI, no sentido do artigo 65.º do Regulamento n.º 207/2009, e não a da legalidade das decisões das Divisões de Oposição [v. acórdão do Tribunal Geral de 31 de maio de 2005, Solo Italia/IHMI — Nuova Sala (PARMITALIA), T-373/03, Colet., p. II-1881, n.º 25 e jurisprudência referida], este terceiro argumento deve ser julgado improcedente por inoperante.

52 Resulta do que precede que a recorrente não demonstrou que a Câmara de Recurso considerou erradamente, na decisão impugnada, que os sinais em conflito eram semelhantes.

Quanto ao risco de confusão

53 A apreciação global do risco de confusão implica uma certa interdependência entre os fatores considerados e, nomeadamente, entre a semelhança das marcas e a dos produtos ou dos serviços designados. Assim, um fraco grau de semelhança entre os produtos ou os serviços designados pode ser compensado por um elevado grau de semelhança entre as marcas, e inversamente [acórdão do Tribunal de Justiça de 29 de setembro de 1998, Canon, C-39/97, Colet., p. I-5507, n.º 17, e acórdão do Tribunal Geral de 14 de dezembro de 2006, Mast-Jägermeister/IHMI — Licorera Zacapaneca (VENADO com quadro), T-81/03, T-82/03 e T-103/03, Colet., p. II-5409, n.º 74].

54 No caso em apreço, a Câmara de Recurso concluiu, corretamente, que existia um risco de confusão entre as marcas em conflito, devido, por um lado, à semelhança ou à identidade dos serviços cobertos pelas marcas em conflito (n.º 48 da decisão impugnada), apreciação esta não contestada pela recorrente, e, por outro, à ausência de erro na constatação da semelhança dos dois sinais em conflito (v. n.º 52, *supra*).

55 Esta conclusão não é posta em causa pelo argumento da recorrente que critica a Câmara de Recurso por não ter tido em conta a coexistência no mercado, por um lado, da marca anterior e, por outro, da marca nominativa comunitária *ARIS* ou do sinal solicitado, registado nos Estados Unidos. Ao sublinhar que a Câmara de Recurso não apreciou corretamente as provas apresentadas a este respeito, a recorrente pede ao Tribunal Geral que aplique o princípio de direito americano, denominado «Morehouse defense», por força do qual não se pode considerar que um opositor ao registo de uma marca é prejudicado por esse registo, quando uma marca idêntica ou substancialmente análoga à requerida já foi registada para produtos e serviços idênticos ou substancialmente semelhantes pelo requerente da marca.

56 Antes de mais, há que salientar, no que diz respeito à invocação do princípio de direito americano acima referido, que, segundo jurisprudência constante, o regime da marca comunitária é um sistema autónomo, constituído por um conjunto de regras e que prossegue objetivos que lhe são específicos, sendo a sua aplicação independente de qualquer sistema nacional, e a legalidade das decisões das Câmaras de Recurso deve ser apreciada unicamente com base no Regulamento n.º 207/2009, tal como interpretado pelo juiz da União [v. acórdão do Tribunal Geral de 11 de maio de 2005, Grupo Sada/IHMI — Sadia (GRUPO SADA), T-31/03, Colet., p. II-1667, n.º 84 e jurisprudência referida].

57 Em seguida, importa recordar que é certo que, segundo a jurisprudência, não se pode excluir que, em determinados casos, a coexistência de marcas anteriores no mercado possa diminuir o risco de confusão entre duas marcas em conflito, constatado pelas instâncias do IHMI. Todavia, essa eventualidade só pode ser tomada em consideração se, pelo menos, no decurso, no IHMI, do processo respeitante aos motivos relativos de recusa, o titular da marca comunitária contestada tiver devidamente demonstrado que a referida coexistência assentava na inexistência de risco de confusão, no espírito do público pertinente, entre as marcas anteriores que invoca e a marca anterior da interveniente em que se baseia a oposição e sob reserva de que as marcas anteriores em causa e as marcas em conflito sejam idênticas [acórdãos do Tribunal Geral, GRUPO SADA, já referido, n.º 86, e de 14 de novembro de 2007, Castell del Remei/IHMI — Bodegas Roda (CASTELL DEL REMEI ODA), T-101/06, não publicado na Coletânea, n.º 76].

58 No caso em apreço, por um lado, os elementos de prova aduzidos para demonstrar a utilização, pela recorrente, da marca nominativa comunitária *ARIS* não podem ser tidos em conta, uma vez que esta marca difere das marcas em conflito, que são ambas figurativas. Por outro lado, os elementos de prova apresentados que reproduzem o sinal solicitado, conforme registado nos Estados Unidos, que

consistem em excertos do sítio Internet do antigo titular da marca requerida e num artigo de 21 de julho de 2010 que faz referência, nomeadamente, aos serviços de seguros deste antigo titular, prestados sob esta marca, dizem unicamente respeito ao sinal solicitado e não fornecem nenhuma indicação sobre a presença do referido sinal no mercado da União, relevante no caso em apreço, nem, *a fortiori*, sobre a forma como o público pertinente reagiu às marcas em conflito neste mercado.

59 Consequentemente, em conformidade com o que considerou a Câmara de Recurso na decisão impugnada (n.os 27 e 28), os elementos aduzidos pela recorrente não permitem demonstrar a coexistência de marcas idênticas às marcas em conflito, nem, *a fortiori*, que essa coexistência diminuía o risco de confusão entre estas últimas, no sentido da jurisprudência acima referida, não tendo o Tribunal Geral de se pronunciar sobre a admissibilidade do anexo 11 da petição inicial, que expõe o princípio «Morehouse defense», e do anexo I.1 b) das observações da interveniente, apresentadas para rebater a argumentação da recorrente relativa à existência dessa coexistência.

60 Resulta de tudo o que precede que foi acertadamente que a Câmara de Recurso concluiu que existia um risco de confusão e negou provimento ao recurso da decisão da Divisão de Oposição.

61 Há, assim, que julgar improcedente o fundamento único da recorrente e, portanto, negar provimento ao recurso na íntegra, não tendo o Tribunal Geral de se pronunciar sobre a procedência do argumento da interveniente relativo à inadmissibilidade do recurso interposto na Câmara de Recurso.

Quanto às despesas

62 Nos termos do n.º 2 do artigo 87.º do Regulamento de Processo, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido.

63 Tendo a recorrente sido vencida, há que condená-la nas despesas, nos termos do pedido pelo IHMI e pela interveniente.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção)

decide:

1) É negado provimento ao recurso.

2) A Argo Group International Holdings Ltd é condenada nas despesas.

Martins Ribeiro Gervasoni Madise

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 20 de maio de 2014.

Assinaturas