ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Quarta Secção)

13 de Junho de 2007 *

No processo T-441/05,

IVG Immobilien AG, com sede em Bona (Alemanha), representada por A. Okonek e U. Karpenstein, advogados,

recorrente,

contra

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

recorrido,

que tem por objecto um recurso interposto da decisão da Quarta Câmara de Recurso do IHMI de 1 de Setembro de 2005 (processo R 559/2004-4) relativo a um pedido de registo de marca do sinal figurativo **I** como marca comunitária,

* Língua do processo: alemão.

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

composto por: H. Legal, presidente, I. Wiszniewska-Białecka e E. Moavero Milanesi, juízes,
secretário: K. Andová, administradora,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 16 de Dezembro de 2005,

vista a contestação entregue na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 8 de Março de 2006,

após a audiência de 11 de Janeiro de 2007,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 Em 5 de Novembro de 2002, a recorrente apresentou um pedido de marca comunitária ao 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), na redacção alterada.

2 A marca cujo registo foi pedido é a marca figurativa, de cor azul real, reproduzida *infra*:



3 Os serviços para os quais o registo foi pedido integram as classes 35, 36, 37, 39, 42 e 43 na acepção do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional dos Produtos e Serviços para o registo de marcas, de 15 de Junho de 1957, como revisto e alterado, e correspondem, para cada uma dessas classes, à seguinte descrição:

— Classe 35: «Realização de análises de preço de custo, consultoria organizacional e em assuntos comerciais, em particular consultoria organizacional e de direcção de empresas; estimativas em assuntos comerciais»;

— Classe 36: «Análises financeiras; negócios bancários; cobrança de créditos; penhores; consultoria em matéria financeira; desenvolvimento financeiro; garantias; cobrança de rendas; gestão de imóveis; administração fundiária e imobiliária; avaliação de bens imóveis; locação de imóveis; investimentos de capital; locação de explorações agrícolas; serviços de corretagem, investimentos patrimoniais, gestão de património»;

— Classe 37: «Demolição de construções; asfaltagem; informações em matéria de construção; direcção de obras de construção; construção; perfurações; instalações de irrigação; construção de fábricas; construção de portos, construção de molhes»;

— Classe 39: «Entrega de mercadorias; fretamento; entreposto de mercadorias; locação de garagens; locação de contentores de entreposto; transportes»;

— Classe 42: «Serviços de arquitecto, consultoria em matéria de construção»;

— Classe 43: «Locação de construções transportáveis».

4 Por decisão de 14 de Junho de 2004, o examinador recusou o registo do sinal apresentado por este ser desprovido de carácter distintivo na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, em relação a todos os serviços referidos no pedido de registo.

5 Com efeito, o examinador assinalou a este respeito que, dado não apresentarem qualquer grafismo específico e surpreendente, os sinais banais e simples, como letras isoladas, números cardinais e formas geométricas de base não têm carácter distintivo. A seguir, considerou que o sinal apresentado não revestia, em si mesmo, nenhuma particularidade susceptível de lhe conferir uma função que fosse além da representação de uma letra normal.

6 A recorrente impugnou esta decisão no IHMI, por recurso interposto em 5 de Julho de 2004 com fundamento nos artigos 57.° a 62.° do Regulamento n.° 40/94. Em apoio do seu recurso, a recorrente alegou que a forma do sinal apresentado se distinguia da letra «i» do tipo de caracteres «*Times New Roman*», em maiúsculas, atendendo à sua cor, à subtileza e à extensão dos traços horizontais transversais situados na sua parte superior e na sua base.

7 Por decisão da Quarta Câmara de Recurso do IHMI de 1 de Setembro de 2005 (a seguir «decisão recorrida»), notificada à recorrente em 19 de Outubro do mesmo ano, foi negado provimento a este recurso.

8 A Câmara de Recurso declarou designadamente o seguinte:

«[...]

9 São distintivos na acepção do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, os sinais que, em relação aos produtos e serviços concretamente reivindicados, se revelam aptos para distinguir aos olhos dos consumidores visados os produtos ou serviços de uma empresa dos de outra empresa [v. acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 19 de Setembro de 2001, Henkel/ /IHMI (Pastilha redonda branca e vermelha), T-337/99, Colect., p. II-2597, n.^{os} 42 e 43]. O carácter distintivo de uma marca deve pois ser apreciado relativamente, por um lado, aos produtos ou serviços para os quais foi pedido o registo da marca e, por outro, à percepção dos meios interessados. O artigo 7.°, n.° 1, do Regulamento n.° 40/94 não faz a este respeito qualquer distinção entre diferentes categorias de sinais. É certo que a percepção do público relevante não é necessariamente a mesma em relação a cada uma das categorias de marcas e que, por isso, pode ser mais difícil provar o carácter distintivo de determinadas categorias de marcas do que de outras. No entanto, esta constatação não é susceptível de justificar a tese de que essas marcas são, *a priori*, desprovidas de carácter distintivo ou de que apenas podem adquirir esse carácter pelo uso [v. a propósito do artigo 3.°, n.° 1, alínea b), da Directiva 89/104/CEE, acórdão do Tribunal de Justiça de 16 de Setembro de 2004, Nichols, C-404/02, Colect., p. I-8499, n.^{os} 23, 24 e 27 e segs.].

10 O sinal apresentado é constituído pela letra «i» em maiúscula, ou pelo algarismo romano um, pertencente ao tipo de caracteres «*Times New Roman*», que é

correntemente utilizado nos textos impressos. É certo que a recorrente sublinha que os traços transversais na parte superior e na base do sinal apresentado são um pouco mais finos e mais extensos do que no tipo normal de caracteres «*Times New Roman*». No entanto, estas ligeiras diferenças não são perceptíveis pelo consumidor razoavelmente atento, pelo que não são, portanto, pertinentes para efeitos de apreciação da aptidão da marca requerida para o registo. A cor azul também não tem por efeito tornar o sinal I apto para o registo. É verdade que, na maioria das vezes os textos são impressos em negro sob um fundo branco. No entanto, a cor azul não pode por si só dotar a letra ou o algarismo romano de um componente determinante para fins de apreciação do seu carácter distintivo, dado que, numa época de grande difusão das impressoras a cores, os caracteres e os textos são frequentemente reproduzidos numa tinta diferente do negro. O azul escuro é particularmente indicado no caso em apreço, na medida em que as cores escuras oferecem a vantagem de apresentar um melhor contraste com o fundo geralmente claro dos textos, cuja leitura assim facilitam. De resto, a reprodução de um caracter numa cor de base tipo cumpre uma função sobretudo decorativa, embora não sirva para indicar a origem.

11 Em relação a todos os serviços reivindicados, o sinal apresentado é, portanto, banal e desprovido de propriedades expressivas. Não existindo outros indícios de uma relação entre o sinal apresentado e uma determinada empresa, os meios interessados não detectarão no caracter colorido a identificação da origem comercial dos serviços das classes 35, 36, 37, 39, 42 e 43. Um sinal desprovido de valor expressivo não pode traduzir utilmente uma indicação perceptível da origem comercial dos serviços designados.

[...]»

Pedidos das partes

9 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal de Primeira Instância se digne:

— anular a decisão recorrida e ordenar ao IHMI o registo do sinal apresentado para todos os serviços designados;

— condenar o IHMI nas despesas.

10 O IHMI conclui pedindo que o Tribunal se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

Questão de direito

Quanto à admissibilidade do primeiro pedido da recorrente

11 O IHMI pede que o primeiro pedido da recorrente seja julgado inadmissível, na medida em que se pretende que o Tribunal de Primeira Instância profira uma injunção obrigando ao registo da marca requerida para todos os serviços designados no pedido de marca.

12 Segundo jurisprudência assente, no quadro de um recurso interposto da decisão da Câmara de Recurso do IHMI para o tribunal comunitário, o IHMI deve, por força do artigo 233.º CE e do artigo 63.º, n.º 6, do Regulamento n.º 40/94, tomar as medidas necessárias à execução de um eventual acórdão de anulação do juiz comunitário.

13 Por isso, não cabe ao Tribunal dirigir injunções ao IHMI. Com efeito, é a este que incumbe, se for esse o caso, extrair as consequências do dispositivo e dos fundamentos dos acórdãos do Tribunal [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 31 de Janeiro de 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/IHMI (Giroform), T-331/99, Colect., p. II-433, n.º 33].

14 Consequentemente, o primeiro pedido da recorrente deve ser julgado inadmissível uma vez que se destina a obter do Tribunal de Primeira Instância uma injunção que obrigue ao registo da marca requerida para todos os serviços designados no pedido de marca.

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

Argumentos das partes

15 A recorrente sustenta que, ao considerar o sinal apresentado banal e desprovido de significado e ao entender que este não permitia aos meios profissionais em causa identificar a origem comercial dos serviços reivindicados, a Câmara de Recurso reforçou indevidamente a severidade dos critérios relativos ao carácter distintivo das letras, em violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

16 A função essencial da marca é garantir ao consumidor ou ao utilizador final a identidade de origem do produto ou do serviço designado (acórdão do Tribunal de Justiça de 29 de Setembro de 1998, Canon, C-39/97, Colect., p. I-5507, n.º 28).

17 Importa, assim, apurar, no quadro de um exame *a priori* e independentemente de qualquer utilização efectiva do sinal, se o sinal requerido permitirá ao público alvo, quando chamado a fazer uma escolha no momento da aquisição destes produtos ou serviços, distinguir os produtos ou serviços em causa dos que provêm de outras empresas [acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 5 de Abril de 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/IHMI (EASYBANK), T-87/00, Colect., p. II-1259, n.º 40, e de 7 de Fevereiro de 2002, Mag Instrument/IHMI (Forma de lanternas portáteis), T-88/00, Colect., p. II-467, n.º 34].

18 O artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 não faz qualquer distinção entre as diferentes categorias de sinais. Além disso, o IHMI não podia rejeitar, à partida, as letras isoladas remetendo para as suas orientações de exame, sem apreciar as circunstâncias concretas do caso em apreço.

19 Segundo parece, o Tribunal de Primeira Instância admitiu que simples letras isoladas podem revestir junto do público pertinente, em razão do seu aspecto gráfico específico, um carácter distintivo marcante e, por conseguinte, suficiente. O Tribunal de Primeira Instância salientou o «elemento dominante» da letra «a» constituída por uma letra cursiva minúscula, em branco sobre um fundo negro. Este sinal simples impõe-se imediatamente ao espírito e fica retido na memória [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 13 de Julho de 2004, AVEX/IHMI — Ahlers (a), T-115/02, Colect., p. II-2907, n.º 20].

20 Por conseguinte, está radicalmente errada a tese do IHMI segundo a qual a configuração de um caracter numa das cores de base tipo reveste antes de mais uma função decorativa que exclui qualquer indicação de origem.

21 A Câmara de Recurso não podia justificar legalmente a sua decisão considerando que o caracter apresentado era banal e desprovido de significado ou de acréscimo de fantasia». A inexistência de carácter distintivo não pode resultar da mera constatação de que o sinal em causa carece de acréscimo de fantasia ou não possui um aspecto inabitual ou surpreendente (acórdão EASYBANK, já referido no n.º 17 *supra*, n.os 39 e segs.).

22 O IHMI já reconheceu um carácter distintivo às marcas a e j, ambas destinadas a designar artigos de confecção. Não há nenhuma razão para tratar de maneira diferente o sinal apresentado no caso em apreço, referente à «IVG Immobilien AG».

23 O sinal figurativo apresentado obtém o seu carácter distintivo através do recurso a uma cor azul real particularmente intensa e de uma configuração gráfica diferente de caracter «*Times New Roman*» normal. Esta configuração gráfica representa também um imóvel sob uma forma estilizada e está assim ligada à marca figurativa alemã anterior «IVG» da recorrente.

24 Importa apreciar o carácter distintivo da marca requerida na óptica do sector da exploração e da gestão comerciais de bens imóveis. Por natureza, este sector utiliza marcas e símbolos menos vistosos e surpreendentes do que os sinais usados, por exemplo no comércio retalhista. Por conseguinte, deve aplicar-se um critério de atenção diferente ao público visado pela actividade da recorrente. Por esta razão, a cor do sinal apresentado não é em absoluto desprovida de importância, tanto mais que a antiga insígnia social da recorrente já era caracterizada pela cor azul real.

25 Por conseguinte, deve reconhecer-se ao sinal examinado o carácter distintivo mínimo necessário mas também suficiente (acórdão Forma de lanternas portáteis, já referido no n.º 17 *supra*, n.º 34) para que este seja protegido.

26 O IHMI afirma que o carácter distintivo de uma marca na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94 deve ser apreciado relativamente, por um lado, aos produtos ou serviços para os quais o registo foi pedido e, por outro, à percepção que deles tem o público pertinente, isto é o consumidor médio normalmente informado e razoavelmente atento e avisado (v. acórdão do Tribunal de Justiça de 29 de Abril de 2004, Henkel/IHMI, C-456/01 P e C-457/01 P, Colect., p. I-5089, n.º 35).

27 Os critérios de apreciação do carácter distintivo das letras isoladas não diferem dos aplicáveis às outras marcas nominativas ou figurativas, uma vez que o artigo 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 40/94 não estabelece qualquer diferença entre as diversas formas de marcas. O facto de a percepção do público visado não ser idêntica para todas as categorias de marcas não justifica a exclusão *a priori* de certas marcas do registo.

28 Assim, há que fazer um prognóstico sobre a percepção do sinal pelo consumidor. Após este exercício, a Câmara de Recurso chegou à conclusão de que o público visado não apercebe o sinal apresentado como uma indicação da origem dos serviços designados.

29 É importante apreender o sinal apresentado enquanto tal e independentemente de outras características. Quando confrontado com o sinal apresentado, isoladamente considerado, o consumidor apreende, unicamente, em função do suporte utilizado, um traço, uma letra ou um algarismo romano destinado a estruturar um documento ou a servir de decoração. Como a Câmara de Recurso mencionou, esta percepção resulta do facto de a apresentação gráfica do sinal apresentado não chamar a atenção do público visado. Os traços transversais que distinguem o sinal apresentado do tipo de caracteres normal só são perceptíveis após uma observação atenta e a utilização da cor azul não é excepcional.

30 A remissão para o acórdão (a), já referido no n.º 19 *supra*, é inoperante. Este acórdão, proferido num processo *inter partes*, tem por objecto a questão de saber se um elemento intrinsecamente não distintivo de uma marca pode dominar a impressão de conjunto produzida por essa marca e, consequentemente, ser invocado em apoio da existência de um risco de confusão. Esta decisão revela-se antes favorável à justeza da decisão recorrida, uma vez que o Tribunal de Primeira Instância postulou manifestamente que a letra «a», por natureza, não podia ser registada e que o carácter distintivo do sinal figurativo apenas resultava da sua apresentação gráfica [acórdão (a), já referido no n.º 19 *supra*, n.º 21].

31 A decisão da Câmara de Recurso é conforme com a prática seguida pelo IHMI em matéria de registo. Os precedentes invocados pela recorrente distinguem-se do caso em apreço em razão da configuração gráfica mais marcada dos sinais em causa.

32 A Câmara de Recurso referiu que a marca figurativa j não está reproduzida num tipo de caracteres normal e que a adjunção de um traço é suficiente para conferir um carácter distintivo mínimo à letra apresentada (Decisão de 10 de Julho de 2001, R 480/1999-2). O carácter distintivo mínimo da marca figurativa a resulta também da sua apresentação gráfica (Decisão de 28 de Maio de 1999, R 091/1998-2).

33 Além disso, segundo a jurisprudência, as decisões relativas ao registo de um sinal enquanto marca comunitária, que as Câmaras de Recurso são chamadas a tomar por força do Regulamento n.º 40/94, resultam de uma competência vinculada e não de um poder discricionário. Por conseguinte, a legalidade destas decisões só deve ser apreciada com base nesse regulamento como interpretado pelo juiz comunitário, e não com base na prática anterior das Câmaras de Recurso.

Apreciação do Tribunal de Primeira Instância

34 O Regulamento n.º 40/94 dispõe no seu artigo 4.º, intitulado «Sinais susceptíveis de constituir uma marca comunitária»:

«Podem constituir marcas comunitárias todos os sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, algarismos, e a forma do produto ou do seu acondicionamento, desde que esses sinais sejam adequados para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.»

35 O artigo 7.º do Regulamento n.º 40/94, que enumera os motivos absolutos de recusa susceptíveis de serem opostos ao registo de sinais enquanto marca comunitária, precisa, no seu n.º 1:

«1. Será recusado o registo:

[...]

b) De marcas desprovidas de carácter distintivo, [...]»

36 No caso em apreço, a recorrente apresentou para registo comunitário um sinal figurativo constituído pela reprodução gráfica em cor azul real escuro da letra «i» em maiúscula ou do algarismo romano um provido, na sua parte superior e na sua base, de dois traços transversais horizontais mais finos e longos do que os dos caracteres homólogos do tipo normal «*Times New Roman*».

37 O artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94 contém uma lista de exemplos de sinais susceptíveis de representação gráfica aptos a constituir uma marca, desde que sejam adequados para distinguir os produtos ou os serviços de uma empresa dos de outras empresas, ou seja, para cumprir a função de identificação da origem destes produtos ou serviços atribuída à marca [v., a propósito do artigo 2.º da 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), cujo conteúdo normativo é, no essencial, idêntico ao do artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94, acórdão do Tribunal de Justiça de 16 de Setembro de 2004, Nichols, C-404/02, Colect., p. I-8499, n.º 22].

38 Embora o artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94 vise expressamente as letras e os algarismos, a aptidão geral de uma categoria de sinais para constituir uma marca na acepção desta disposição não implica que os sinais dessa categoria possuam necessariamente carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), em relação a um produto ou a um serviço determinado [acórdão 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.º 26].

39 Com efeito, são destituídos deste carácter os sinais inaptos para identificar concretamente a origem do produto ou do serviço e para permitir que o consumidor que adquire esse produto ou serviço faça, no momento de uma aquisição posterior, a mesma escolha se a experiência se revelar positiva ou outra escolha se a experiência se revelar negativa (acórdão Tom de laranja, já referido no n.º 38 *supra*, n.º 27).

40 Por outro lado, o facto de ser eventualmente mais difícil apreciar em concreto o carácter distintivo de determinadas marcas não é susceptível de justificar a tese de que essas marcas são, *a priori*, desprovidas de carácter distintivo ou de que apenas podem adquirir esse carácter pelo uso, nos termos do artigo 7.°, n.° 3, do Regulamento n.° 40/94 (v., a propósito do artigo 3.°, n.° 3, da Directiva 89/104, cujo conteúdo normativo é, no essencial, idêntico ao do artigo 7.°, n.° 3, do Regulamento n.° 40/94, acórdão Nichols, já referido no n.° 8 *supra*, n.° 29).

41 O carácter distintivo de uma marca exigido pelo artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, deve ser apreciado relativamente, por um lado, aos produtos ou serviços para os quais foi pedido o registo da marca e, por outro, à percepção dos meios interessados, constituídos pelos consumidores desses produtos ou serviços [v., a propósito do artigo 3.°, n.° 1, alínea b), da Directiva 89/104, cujo conteúdo normativo é, no essencial, idêntico ao do artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94, acórdão do Tribunal de Justiça de 12 de Fevereiro de 2004, Henkel, C-218/01, Colect., p. I-1725, n.° 50].

42 Por conseguinte, no caso em apreço, importa averiguar, no âmbito de um exame concreto das capacidades potenciais do sinal proposto a registo, se é de excluir que o sinal em causa possa ser adequado a distinguir, aos olhos do público visado, os produtos ou serviços indicados dos de outra proveniência (acórdão EASYBANK, n.° 17 *supra*, n.° 40), entendendo-se que um mínimo de carácter distintivo é suficiente para que não se aplique o motivo absoluto de recusa previsto pelo artigo 7.°, n.° 1, alínea b), do Regulamento n.° 40/94 (acórdão Forma de lanternas portáteis, já referido no n.° 17 *supra*, n.° 34).

43 Para efeitos deste exame, o IHMI ou, em sede de recurso, o Tribunal de Primeira Instância tomam em consideração todos os factos e circunstâncias pertinentes (acórdão do Tribunal de Justiça de 7 de Outubro de 2004, Mag Instrument/IHMI, C-136/02 P, Colect., p. I-9165, n.° 48).

44 Ora, é de observar que a Câmara de Recurso não efectuou este exame no caso em apreço.

45 Em primeiro lugar, o Tribunal de Primeira Instância conclui que a Câmara de Recurso se limitou, no n.º 10 da decisão recorrida, a considerar que o sinal apresentado não era apto para indicar a origem comercial dos serviços designados, na medida em que os dois traços transversais do símbolo apresentado a registo e a sua cor azul real, à qual foi atribuída uma finalidade antes de mais decorativa, não eram suficientes para captar a atenção do observador normalmente diligente.

46 Para chegar a esta conclusão, a Câmara de Recurso baseou-se na ausência de especificidades gráficas notórias do sinal apresentado em relação ao tipo normal de caracteres «*Times New Roman*». Esta conclusão é confirmada pela constatação pela Câmara de Recurso, no n.º 11 da decisão recorrida, do carácter banal do sinal examinado.

47 Ao focalizar assim, desde logo, a apreciação do carácter descritivo do sinal apresentado na sua cor e na importância das diferenças gráficas que apresentava em relação aos símbolos homólogos do tipo normal de caracteres «*Times New Roman*», a Câmara de Recurso considerou implícita mas necessariamente, em violação do artigo 4.º do Regulamento n.º 40/94, que um símbolo de imprensa pertencente a um tipo de caracteres normalizado não apresentava em si mesmo o carácter distintivo mínimo exigido pelo artigo 7.º, n.º 1, alínea b), para poder ser registado como marca comunitária.

48 Nesta medida, a Câmara de Recurso privou, além disso, de todo o alcance prático o princípio, recordado no n.º 9 da decisão recorrida, segundo o qual o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, não estabelece qualquer diferença entre os diversos tipos de sinais no tocante à exigência de carácter distintivo.

49 De resto, é jurisprudência assente que a ausência de carácter distintivo de um sinal, na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, não pode resultar da mera verificação de que este não possui um aspecto inabitual ou surpreendente (acórdão EASYBANK, já referido no n.º 17 *supra*, n.º 39).

50 Com efeito, o registo de um sinal como marca comunitária não está dependente da verificação de um determinado nível de criatividade ou de imaginação por parte do titular da marca (acórdão de 16 de Setembro de 2004, SAT.1/IHMI, C-329/02 P, Colect., p. I-8317, n.º 41), mas da capacidade do sinal para individualizar os produtos ou serviços do requerente da marca relativamente aos oferecidos pelos concorrentes [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 27 de Fevereiro de 2002, Rewe-Zentral/IHMI (LITE), T-79/00, Colect., p. II-705, n.º 30].

51 Um sinal destituído de elementos gráficos estilizados pode mesmo ser mais fácil e imediatamente memorizado pelo público pertinente, ao qual poderá permitir repetir a experiência de uma transacção positiva, desde que não se encontre já comummente utilizado enquanto tal para designar os produtos e os serviços em causa [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 9 de Outubro de 2002, Dart Industries/IHMI (UltraPlus), T-360/00, Colect., p. II-3867, n.º 48].

52 Ao deduzir a ausência de carácter distintivo do sinal apresentado da sua falta de especificidade gráfica marcante em relação a um tipo de caracteres normalizado, a Câmara de Recurso efectuou uma aplicação incorrecta do artigo 4.º e do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

53 Em segundo lugar, o Tribunal de Primeira Instância observa que a Câmara de Recurso se limitou, no n.º 11 da decisão recorrida, a acrescentar ao anteriormente referido que o sinal era desprovido de qualquer conteúdo expressivo susceptível de lhe conferir carácter distintivo.

54 A este respeito, a Câmara de Recurso precisou que, na falta de outros indícios de uma relação existente entre o sinal apresentado e uma empresa determinada, o público pertinente não apreenderá no sinal em causa a identificação da origem comercial dos serviços indicados no pedido de marca comunitária.

55 No entanto, para ter o carácter distintivo mínimo exigido pelo artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, o sinal apresentado deve apenas ser *a priori* apto para permitir ao público relevante identificar a origem dos produtos ou dos serviços designados no pedido de marca comunitária e distingui-los dos de outras empresas, sem dever ser necessariamente dotado de um sentido particular, podendo um sinal perfeitamente arbitrário ser distintivo.

56 No caso em apreço, a Câmara de Recurso não precisou de que forma a inexistência de conteúdo expressivo do sinal excluía uma identificação dos serviços de construção, de administração e de gestão de bens imóveis prestados pela recorrente.

57 Importa referir a este respeito que, dado ser constituído pela letra «i», o sinal apresentado identifica-se como a inicial da palavra «imóvel», que designa, nas várias línguas oficiais da Comunidade, o domínio de actividades a que pertencem os serviços em causa.

58 Nestas condições, a Câmara de Recurso devia, pelo menos, ter analisado a questão de saber se o sinal examinado não podia evocar, sem todavia a descrever na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, a natureza das prestações de serviços designadas.

59 Por conseguinte, ao inferir da inexistência de conteúdo expressivo do sinal apresentado a sua inaptidão para identificar a origem comercial dos serviços em causa, a Câmara de Recurso aplicou erradamente o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

60 A Câmara de Recurso baseou, portanto, erradamente a recusa de registo do sinal apresentado na sua falta de especificidade gráfica marcante e de conteúdo expressivo, sem examinar previamente, atendendo a todos os elementos pertinentes ligados às circunstâncias específicas do caso em apreço, se este sinal era concretamente apto para distinguir, no espírito do público destinatário, os serviços prestados pelo requerente da marca dos prestados pelos concorrentes deste.

61 Em terceiro lugar, importa assinalar a este respeito que a recorrente é uma empresa especializada na construção, administração e gestão de bens imóveis e que presta os serviços reivindicados no seu pedido de marca comunitária a utilizadores profissionais ou privados.

62 Tendo em conta a especificidade e o preço elevado das transacções que geralmente implicam, estes serviços destinam-se em qualquer caso a um público informado, cujo grau de atenção é superior ao que caracteriza o consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, nos actos de aquisição de bens e de serviços de consumo corrente, como considerou a Câmara de Recurso.

63 Com efeito, o nível de atenção do público pertinente é susceptível de variar em função da categoria de produtos ou serviços propostos, e os consumidores podem constituir um público muito atento, na medida em que, como no caso em apreço, os seus compromissos possam ser relativamente importantes e os serviços prestados relativamente técnicos [acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 15 de Setembro de 2005, Citicorp/IHMI (LIVE RICHLY), T-320/03, Colect., p. II-3411, n.^{os} 70 e 73].

64 Por conseguinte, a Câmara de Recurso considerou erradamente como público pertinente o consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, sem ter em conta que o nível de atenção do consumidor, incluindo o

consumidor médio, é susceptível de variar em função da categoria de produtos ou de serviços em causa (acórdão do Tribunal de Justiça de 22 de Junho de 1999, Lloyd, C-342/97, Colect., p. I-3819, n.º 26).

65 Resulta de todas as considerações precedentes que a Câmara de Recurso interpretou e aplicou incorrectamente o artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

66 Consequentemente, o fundamento invocado deve ser julgado procedente e a decisão recorrida anulada.

Quanto às despesas

67 Por força do disposto no 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.

68 Tendo o IHMI sido vencido, deve ser condenado a suportar as suas próprias despesas e as efectuadas pela recorrente, em conformidade com o pedido desta.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Quarta Secção)

decide:

1) **A decisão da Quarta Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI) de 1 de Setembro de 2005 (processo R 559/2004-4) é anulada.**

2) **O IHMI suportará as suas próprias despesas e as efectuadas pela recorrente.**

Legal Wiszniewska-Białecka Moavero Milanesi

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 13 de Junho de 2007.

O secretário

E. Coulon

O presidente

H. Legal