



Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção)

25 de outubro de 2018*

«Marca da União Europeia — Processo de declaração de nulidade — Marca nominativa da União Europeia *DEVIN* — Motivo absoluto de recusa — Caráter descritivo — Nome geográfico — Artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento (CE) n.º 207/2009 [atual artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento (UE) 2017/1001]»

No processo T-122/17,

Devin AD, com sede em Devin (Bulgária), representada por B. Van Asbroeck, advogado,

recorrente,

contra

Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), representado por S. Di Natale e D. Gája, na qualidade de agentes,

recorrido,

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

Haskovo Chamber of Commerce and Industry, com sede em Haskovo (Bulgária), representada por D. Dimitrova, advogado,

que tem por objeto um recurso interposto da decisão da Segunda Câmara de Recurso do EUIPO de 2 de dezembro de 2016 (processo R 579/2016-2), relativa a um processo de declaração de nulidade entre a Devin AD e a Haskovo Chamber of Commerce and Industry,

O TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção),

composto por: A. M. Collins, presidente, M. Kancheva (relatora) e J. Passer, juízes,

secretário: I. Dragan, administrador,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 22 de fevereiro de 2017,

vista a resposta do EUIPO, apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 8 de maio de 2017,

vista a resposta da interveniente, apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 9 de maio de 2017,

após a audiência de 14 de março de 2018, em que a interveniente não participou,

* Língua do processo: inglês.

profere o presente

Acórdão

I. Antecedentes do litígio

- 1 Em 21 de janeiro de 2011, a recorrente, Devin AD, obteve o registo, sob o número 9408865, da marca nominativa da União Europeia *DEVIN* (a seguir «marca controvertida») junto do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), nos termos do Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca da UE (JO 2009, L 78, p. 1), conforme alterado [substituído pelo Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho de 2017, sobre a marca da União Europeia (JO 2017, L 154, p. 1)].
- 2 Os produtos para os quais a marca foi registada pertencem à classe 32 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: «Bebidas não alcoólicas; água mineral; águas de Seltz; bebidas com aromas de fruta; sumos; xaropes e outras preparações para bebidas; aperitivos, não alcoólicos; águas de nascente; água aromatizada; extratos de frutos sem álcool; Bebidas de frutos não alcoólicas; águas de mesa; águas [bebidas]; águas de Seltz; sumos vegetais [bebidas]; bebidas isotónicas; cocktails não alcoólicos; néctares de fruta, não alcoólicos; soda [água gaseificada]».
- 3 Em 11 de julho de 2014, a interveniente, Haskovo Chamber of Commerce and Industry (HCCI, Câmara do Comércio e Indústria de Haskovo, Bulgária), apresentou um pedido de declaração de nulidade da marca controvertida com fundamento no disposto no artigo 52.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento n.º 207/2009 [atual artigo 59.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento 2017/1001], em conjugação com o artigo 7.º, n.º 1, alíneas c), f) e g), do mesmo regulamento [atual artigo 7.º, n.º 1, alíneas c), f) e g), do Regulamento 2017/1001].
- 4 Por decisão de 29 de janeiro de 2016, a Divisão de Anulação do EUIPO julgou improcedentes os pedidos de declaração de nulidade com fundamento no disposto no artigo 7.º, n.º 1, alíneas f) e g), do Regulamento n.º 207/2009. Em contrapartida, julgou procedente o pedido de declaração de nulidade com fundamento no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento e declarou a nulidade da marca controvertida na sua integralidade. Considerou, em especial, que o nome geográfico Devin estava abrangido por esta disposição, na medida em que, até aos dias de hoje, o mesmo era entendido pelo grande público na Bulgária e por uma parte do público dos países vizinhos como uma descrição de origem geográfica dos produtos em causa e, no futuro, seria potencialmente entendido por um público europeu mais amplo, tendo em conta os esforços de marketing desenvolvidos e o crescimento do setor do turismo búlgaro. Ora, acrescentou, a recorrente não apresentou nenhuma prova do caráter distintivo adquirido pela marca controvertida em mercados diferentes do mercado búlgaro.
- 5 Em 23 de março de 2016, a recorrente interpôs recurso da decisão da Divisão de Anulação no EUIPO, com fundamento nos artigos 58.º a 64.º do Regulamento n.º 207/2009 (atuais artigos 66.º a 71.º do Regulamento 2017/1001).
- 6 Por decisão de 2 de dezembro de 2016 (a seguir «decisão impugnada»), a Segunda Câmara de Recurso do EUIPO negou provimento ao recurso. Considerou, em substância, que a cidade búlgara de Devin era conhecida do grande público na Bulgária e de uma percentagem considerável de consumidores nos países vizinhos, como a Grécia e a Roménia, sobretudo enquanto célebre estância termal, e que o nome dessa cidade era associado nos meios interessados à categoria dos produtos da classe 32 abrangidos pela marca controvertida, nomeadamente as águas minerais. Assim, «confirmou a conclusão da decisão [da Divisão de Anulação] segundo a qual, para uma grande parte do público

relevante situado fora da Bulgária, a cidade de Devin está relacionada com os produtos designados pela marca controvertida [...] e pode servir, aos olhos desse público, para designar a origem geográfica destes produtos». Concluiu desse facto que, para uma parte importante do público relevante, búlgaro e não búlgaro, nomeadamente para o público dos referidos países vizinhos, a marca controvertida era descritiva da origem geográfica dos produtos que abrange.

II. Pedidos das partes

- 7 A recorrente conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:
 - anular a decisão impugnada;
 - anular a decisão da Divisão de Anulação de 29 de janeiro de 2016;
 - negar provimento integral, ou pelo menos parcial, ao pedido de declaração de nulidade da marca controvertida;
 - condenar o EUIPO nas despesas efetuadas pela recorrente e nas suas próprias despesas.
- 8 O EUIPO e a interveniente concluem pedindo que o Tribunal Geral se digne:
 - negar provimento ao recurso;
 - condenar a recorrente nas despesas.

III. Questão de direito

- 9 A recorrente invoca dois fundamentos de recurso. Em primeiro lugar, alega que a Câmara de Recurso violou o artigo 52.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento n.º 207/2009, em conjugação com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento, ao considerar que, no espírito do público relevante, a marca controvertida é descritiva da origem geográfica dos produtos que abrange na classe 32. Em segundo lugar, alega que, se a Câmara de Recurso não tiver infringido o artigo 7.º, n.º 1, do referido regulamento, infringiu o artigo 7.º, n.º 3, do mesmo regulamento (atual artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001) ao considerar que a marca controvertida não adquiriu caráter distintivo na sequência da utilização nas partes da União Europeia em que foi considerada descritiva.
- 10 A título preliminar, há que salientar que o segundo e o terceiro pedido da recorrente, em que solicita ao Tribunal Geral a anulação da decisão da Divisão de Anulação e a negação de total, ou pelo menos parcial, provimento ao pedido de anulação da marca controvertida, se destinam, em substância, a que o Tribunal Geral tome a decisão que, segundo a recorrente, a Câmara de Recurso deveria ter tomado quando o recurso lhe foi submetido. Na audiência, a recorrente confirmou que estes pedidos deveriam ser analisados como um pedido de reforma.
- 11 A este respeito, resulta do artigo 64.º, n.º 1, segundo período, do Regulamento n.º 207/2009 (atual artigo 71.º, n.º 1, segundo período, do Regulamento 2017/1001) que a Câmara de Recurso pode anular a decisão da instância do EUIPO que tomou a decisão impugnada e exercer as competências dessa instância, no caso vertente decidir sobre o pedido de declaração de nulidade e indeferi-lo. Em consequência, esta medida figura entre as que podem ser tomadas pelo Tribunal Geral no âmbito do seu poder de reforma, consagrado no artigo 65.º, n.º 3, do Regulamento n.º 207/2009 (atual artigo 72.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001) [v., neste sentido, Acórdãos de 14 de dezembro de 2011, Völkl/IHMI — Marker Völkl (VÖLKL), T-504/09, EU:T:2011:739, n.º 40; de 13 de maio de 2015, easyGroup IP

Licensing/IHMI — Tui (easyAir-tours), T-608/13, não publicado, EU:T:2015:282, n.º 20; e de 4 de maio de 2017, Kasztantowicz/EUIPO — Gbb Group (GEOTEK), T-97/16, não publicado, EU:T:2017:298, n.º 17].

- 12 Importa analisar previamente o pedido de anulação da decisão impugnada que resulta do primeiro pedido da recorrente.

A. Quanto ao pedido de anulação

1. Quanto ao primeiro fundamento, relativo à violação do artigo 52.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento n.º 207/2009, em conjugação com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento

- 13 No primeiro fundamento, a recorrente alega que a Câmara de Recurso cometeu um erro de direito ao concluir pelo caráter descritivo da marca controvertida para os produtos da classe 32 por si abrangidos. Este fundamento articula-se em duas partes, relativas, a primeira, ao grau de reconhecimento pelo público relevante do termo «devin» como nome geográfico e, a segunda, à relação entre a marca controvertida e a totalidade dos produtos em causa.
- 14 Na primeira parte do primeiro fundamento, que importa começar por analisar, a recorrente censura, em substância, a Câmara de Recurso por ter erradamente considerado provado, com base em meras presunções, o que uma grande parte do público relevante podia estabelecer uma relação entre o termo «devin» e a origem geográfica dos produtos abrangidos pela marca controvertida. A este respeito, distingue três categorias geográficas de consumidores médios, a saber, em primeiro lugar, o consumidor da Bulgária, em segundo lugar, o da Grécia e o da Roménia e, em terceiro lugar, o dos outros Estados-Membros da União. A recorrente conclui desse facto que a Câmara de Recurso não deu como provada a existência de um grau de familiaridade suficiente do consumidor médio dos países da União com a cidade de Devin e cometeu um erro de direito ao aplicar o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009, pelo menos no que diz respeito ao consumidor médio dos países vizinhos da Bulgária, a saber, a Grécia e a Roménia, e de todos os outros países da União, com exceção da Bulgária.
- 15 O EUIPO contesta os argumentos da recorrente. Considera que o ponto central do litígio é a questão de saber se, à data da apresentação, a marca controvertida era descritiva nos territórios situados fora da Bulgária, em especial nos territórios vizinhos da Grécia e da Roménia. Afirma que a decisão impugnada não padece de erro quando considera que os elementos existentes nos autos são suficientes para considerar provado que, na data da apresentação da marca controvertida, uma parte importante, ou pelo menos não negligenciável, do público relevante na Grécia e na Roménia podia fazer uma associação entre o sinal DEVIN, entendido como o nome de uma vila termal na Bulgária, e a origem geográfica dos produtos designados, nomeadamente as águas compreendidas na classe 32. Alega que a jurisprudência permitia à Câmara de Recurso proceder por dedução para concluir que uma parte significativa do público grego ou romeno associava ou poderia um dia vir a associar o termo «devin» com a origem geográfica dos produtos visados. Entende que, com base nas provas produzidas, a Câmara de Recurso podia ter considerado que o «prestígio incontestável» de Devin enquanto cidade termal com águas minerais de virtudes curativas não terminava na fronteira búlgara, mas se estendia aos países vizinhos e que era razoável presumir a existência de uma notoriedade considerável de Devin junto dos consumidores residentes fora da Bulgária. Segundo o EUIPO, a recorrente entende erradamente que «a cidade de Devin está, de algum modo, protegida por fortificações naturais e arredada do mundo, o que a torna quase inacessível». Por sua vez, o EUIPO considera que o reduzido número de visitas de turistas gregos e romenos, registadas nos hotéis da cidade de Devin, a pequena

dimensão da cidade e a sua situação geográfica não infirmam a decisão impugnada. Conclui desse facto que a Câmara de Recurso protegeu corretamente o interesse geral em preservar a disponibilidade de um nome geográfico como o da cidade termal de Devin.

- 16 A interveniente contesta os argumentos da recorrente. Entende que a conclusão tirada pela Câmara de Recurso, segundo a qual o público relevante da União compreende a palavra «devin» como um nome geográfico, se baseia em factos e em dados objetivos, como o número de turistas estrangeiros que visitou a Bulgária, a infraestrutura turística considerável da cidade de Devin, ou ainda as informações disponíveis na Internet, nomeadamente a promoção das célebres nascentes de águas minerais de Devin, que resultam do Portal Oficial do Turismo da Bulgária. Além disso, salienta os esforços de *marketing* desenvolvidos à escala nacional e local para promover Devin como destino turístico internacional ao longo do ano e local célebre pela sua água mineral, atestados nomeadamente por uma carta da Associação Regional de Turismo Ródope. Segundo a interveniente, atendendo à «Estratégia nacional de desenvolvimento sustentável do turismo na Bulgária até 2030», adotada pelo Governo búlgaro em 2014, bem como a «fatores geopolíticos» que incluem «a ameaça crescente do terrorismo na Turquia, no Egito e na Tunísia e a instabilidade política que caracteriza estes países», a qual «transferiu uma parte do fluxo de turistas para a Bulgária» graças, sobretudo, à «segurança de que goza o país», é razoável supor que a Bulgária irá tornar-se um destino turístico mais apreciado pelos turistas ao longo de todo o ano e que, conseqüentemente, o número de turistas à procura de informações sobre determinados destinos turísticos do país, nomeadamente sobre Devin, vai aumentar.
- 17 Nos termos de uma leitura conjugada do artigo 52.º, n.º 1, alínea a), e do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009, a marca registada da União Europeia é declarada nula sempre que seja composta exclusivamente por um sinal ou uma indicação que possam servir, no comércio, para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de fabrico do produto ou da prestação do serviço, ou outras características destes. Nos termos do artigo 7.º, n.º 2, do referido regulamento (atual artigo 7.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001), o seu n.º 1 é aplicável mesmo que o motivo de recusa ou a causa da nulidade existam apenas numa parte da União.
- 18 Segundo jurisprudência constante, os sinais ou indicações a que se refere o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 são os que podem servir, numa utilização normal do ponto de vista do público relevante, para designar, seja diretamente, seja por referência a uma das suas características, o produto ou o serviço para o qual o registo é pedido ou contestado [v., neste sentido, Acórdãos de 20 de setembro de 2001, Procter & Gamble/IHMI, C-383/99 P, EU:C:2001:461, n.º 39, e de 10 de setembro de 2015, Laverana/IHMI (BIO organic), T-610/14, não publicado, EU:T:2015:613, n.º 14]. Daqui resulta que, para que um sinal seja abrangido pela proibição prevista nesta disposição, é necessário que apresente um nexo suficientemente direto e concreto com os produtos ou serviços em causa, suscetível de permitir ao público-alvo perceber imediatamente, e sem refletir, uma descrição da categoria dos produtos ou dos serviços em causa ou de uma das suas características [Acórdãos de 22 de junho de 2005, Metso Paper Automation/IHMI (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, n.º 25, e de 7 de dezembro de 2017, Colgate-Palmolive/EUIPO (360º), T-332/16, não publicado, EU:T:2017:876, n.º 15]. Basta que exista um motivo de recusa ou uma causa de nulidade relativamente a uma parte não negligenciável do público-alvo e não seja necessário analisar se os demais consumidores pertencentes ao público relevante também conheciam o referido sinal [v. Acórdão de 6 de outubro de 2017, Karelia/EUIPO (KARELIA), T-878/16, não publicado, EU:T:2017:702, n.º 27 e jurisprudência referida].
- 19 O interesse geral subjacente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 consiste em assegurar que sinais descritivos de uma ou várias características dos produtos ou dos serviços para os quais é pedido o registo como marca possam ser livremente utilizados por todos os operadores económicos que oferecem esses produtos ou serviços (Acórdão de 10 de março de 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/IHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, n.º 37). Esta disposição impede que esses sinais ou indicações sejam reservados a uma única empresa com base seu registo como marca

(Acórdão de 23 de outubro de 2003, IHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, n.º 31) e que uma empresa monopolize a utilização de um termo descritivo em detrimento das demais empresas, incluindo as suas concorrentes, cujo vocabulário disponível para descrever os seus próprios produtos ficaria, dessa forma, limitado (v. Acórdão de 7 de dezembro de 2017, 360°, T-332/16, não publicado, EU:T:2017:876, n.º 17 e jurisprudência referida). Nessa medida, a aplicação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 2007/2009 não depende da existência de um imperativo de disponibilidade concreto, atual e sério [v., neste sentido, Acórdão de 7 de outubro de 2015, Chipre/IHMI (XΑΛΛΟΥΜΙ e HALLOUMI), T-292/14 e T-293/14, EU:T:2015:752, n.º 55 e jurisprudência referida].

- 20 No que se refere mais especialmente aos sinais ou às indicações que possam servir para designar a proveniência ou o destino geográfico de categorias de produtos ou o local de prestação de categorias de serviços para os quais é pedido o registo de uma marca da União Europeia, em especial os nomes geográficos, existe um interesse geral em preservar a sua disponibilidade devido, designadamente, à sua capacidade não apenas para salientar eventualmente a qualidade e outras propriedades das categorias dos produtos ou dos serviços em causa, mas também para influenciar de forma diversa as preferências dos consumidores, por exemplo, ao ligar os produtos ou serviços a um lugar que pode desencadear sentimentos positivos [Acórdãos de 25 de outubro de 2005, Peek & Cloppenburg/IHMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, n.º 33; de 15 de janeiro de 2015, MEM/IHMI (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, n.º 47, e de 27 de abril de 2016, Niagara Bottling/EUIPO (NIAGARA), T-89/15, não publicado, EU:T:2016:244, n.º 15].
- 21 Há, além disso, que recordar que estão excluídos, por um lado, o registo de nomes geográficos como marcas quando designem lugares geográficos determinados que são já reputados ou conhecidos em relação à categoria de produtos ou de serviços em causa e que, deste modo, apresentam um nexo com esta aos olhos dos meios interessados e, por outro lado, o registo de nomes geográficos que podem ser utilizados pelas empresas, que devem igualmente ficar à disposição destas como indicações de proveniência geográfica da categoria de produtos ou de serviços em causa (Acórdãos de 25 de outubro de 2005, Cloppenburg, T-379/03, EU:T:2005:373, n.º 34; de 15 de janeiro de 2015, MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, n.º 48, e de 27 de abril de 2016, NIAGARA, T-89/15, não publicado, EU:T:2016:244, n.º 16).
- 22 Todavia, há que salientar que, em princípio, o artigo 7.º n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 2007/2009 não se opõe ao registo de nomes geográficos que sejam desconhecidos nos meios interessados ou, pelo menos, desconhecidos como designação de um lugar geográfico, ou ainda dos nomes em relação aos quais, devido às características do lugar designado, seja inverosímil que os meios interessados possam pensar que a categoria de produtos ou de serviços em causa provém desse lugar (Acórdãos de 25 de outubro de 2005, Cloppenburg, T-379/03, EU:T:2005:373, n.º 36; de 15 de janeiro de 2015, MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, n.º 49; e de 27 de abril de 2016, NIAGARA, T-89/15, não publicado, EU:T:2016:244, n.º 17).
- 23 À luz de tudo o que precede, a apreciação do caráter descritivo de um sinal só pode ser feita, por um lado, relativamente aos produtos ou aos serviços em causa e, por outro, relativamente à compreensão que o público relevante tenha deste (Acórdãos de 25 de outubro de 2005, Cloppenburg, T-379/03, EU:T:2005:373, n.º 37; de 15 de janeiro de 2015, MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, n.º 50; e de 27 de abril de 2016, NIAGARA, T-89/15, não publicado, EU:T:2016:244, n.º 18).
- 24 Nesta apreciação, o EUIPO é obrigado a demonstrar que o nome geográfico é conhecido nos meios interessados como designação de um lugar. Além disso, é necessário que o nome em causa apresente efetivamente, aos olhos dos meios interessados, uma relação com a categoria de produtos ou de serviços em causa, ou que seja razoável pensar que esse nome pode designar, aos olhos desse público, a proveniência geográfica da referida categoria de produtos ou de serviços. No âmbito desta apreciação, convém, mais especialmente, ter em conta o maior ou menor conhecimento que os meios interessados possuem do nome geográfico em causa, bem como as características do lugar por este designado e da

categoria de produtos ou serviços em causa (Acórdãos de 25 de outubro de 2005, Cloppenburg, T-379/03, EU:T:2005:373, n.º 38; de 15 de janeiro de 2015, MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, n.º 51; e de 27 de abril de 2016, NIAGARA, T-89/15, não publicado, EU:T:2016:244, n.º 19).

- 25 Por outro lado, é jurisprudência constante que a única data relevante para efeitos da análise de um pedido de declaração de nulidade com base no artigo 52.º, n.º 1, do Regulamento n.º 207/2009 é a da apresentação do pedido de registo da marca controvertida. A circunstância de a jurisprudência admitir a tomada em consideração de elementos posteriores a essa data, não só não infirma essa interpretação do referido artigo como a corrobora, uma vez que essa tomada em consideração só é possível se esses elementos disserem respeito à situação existente na data da apresentação do pedido de registo [v., neste sentido, Despachos de 23 de abril de 2010, IHMI/Frosch Touristik, C-332/09 P, não publicado, EU:C:2010:225, n.ºs 52 e 53, e de 4 de outubro de 2018, Safe Skies/EUIPO, C-326/18 P, não publicado, EU:C:2018:800, n.º 5; Acórdãos de 3 de junho de 2009, Frosch Touristik/IHMI — DSR touristik (FLUGBÖRSE), T-189/07, EU:T:2009:172, n.ºs 18 e 19, e de 26 de fevereiro de 2016, provima Warenhandels/IHMI — Renfro (HOT SOX), T-543/14, não publicado, EU:T:2016:102, n.º 44]. No caso em apreço, a data relevante para analisar a conformidade com o artigo 7.º do Regulamento n.º 207/2009 da marca controvertida era portanto a da apresentação do pedido de registo, ou seja, 21 de janeiro de 2011.
- 26 É à luz destas considerações que deve ser examinada a primeira parte do primeiro fundamento de recurso.
- 27 No caso em apreço, está assente que Devin (forma latinizada de Девин) é uma cidade do sul da Bulgária, situada no maciço montanhoso dos Ródopes. Nos n.ºs 30 a 33 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso fez outras precisões, não contestadas pelas partes. Assim, a cidade de Devin «dispõe de nascentes quentes e de estâncias termais» bem como de reservas de água, em que se inclui um poço de perfuração V-5 (ou B-5) atualmente explorado pela recorrente em virtude de uma autorização concedida pelo Estado búlgaro. O Portal Oficial de Turismo da Bulgária, que consagra uma rubrica a Devin, faz referência «à expansão do seu “turismo termal” e às suas “célebres” nascentes de água mineral», com «virtudes curativas» conhecidas desde a antiguidade. Por sua vez, a recorrente precisa, de forma pacífica, que Devin tem cerca de 7 000 habitantes e, a esse título, figura sensivelmente no 109.º lugar das cidades da Bulgária em número de habitantes.
- 28 A Câmara de Recurso indicou também que a água de Devin, associada à nascente «Devin sondazh 5», figura na lista oficial das águas minerais naturais reconhecidas pela Bulgária e pelos outros Estados-Membros, publicada no *Jornal Oficial da União Europeia* (JO 2010, C 65, p. 1) em conformidade com o disposto no artigo 1.º da Diretiva 2009/54/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de junho de 2009, relativa à exploração e à comercialização de águas minerais naturais (JO 2009, L 164, p. 45). A Câmara de Recurso mencionou igualmente uma indicação geográfica «Devin Natural Mineral Water», registada na Bulgária sob o número 190-01/1995, e uma denominação de origem idêntica, registada sob o número 883/2006 em determinados Estados-Membros da União, incluindo a Grécia e a Roménia, que fazem parte do Acordo de Lisboa relativo à proteção das denominações de origem e ao seu registo internacional, de 31 de outubro de 1958, conforme revisto e alterado.
- 29 A este propósito, há que notar que o presente litígio não diz respeito a um eventual motivo de recusa (ou a uma causa de nulidade) com fundamento no novo artigo 7.º, n.º 1, alínea j), do Regulamento 2017/1001, nos termos do qual «é recusado o registo [...] de marcas excluídas do Registo, em conformidade com a legislação da União ou com o direito nacional, ou com acordos internacionais em que a União ou o Estado-Membro em causa é Parte, que prevejam a proteção das denominações de origem e das indicações geográficas», nem no Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (JO 2012, L 343, p. 1).

- 30 Por outro lado, no n.º 27 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso declarou que, uma vez que os produtos em causa eram de consumo corrente, o público relevante é o consumidor médio da União, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado. Entendendo-se que o consumidor médio desses produtos de consumo corrente é o grande público, não há que pôr em causa esta declaração, que, de resto, favorece a recorrente.
- 31 Importa analisar, passo a passo, a perceção do termo «devin» pelo consumidor médio da União e a disponibilidade do nome geográfico Devin.

a) Quanto à perceção do termo «devin» pelo consumidor médio da União

- 32 A Câmara de Recurso entendeu que a perceção do termo «devin» pelo grande público fora da Bulgária era o «ponto central do litígio» entre as partes. Deve considerar-se, à semelhança do que faz a recorrente, que, na sua apreciação sobre o carácter descritivo da marca controvertida, a Câmara de Recurso estabeleceu, em substância, uma distinção entre três categorias geográficas de consumidores médios que comporta, em primeiro lugar, o consumidor búlgaro médio, em segundo lugar, o consumidor médio dos países vizinhos da Bulgária, a saber, a Grécia e a Roménia, e, em terceiro lugar, o consumidor médio dos outros Estados-Membros da União.

1) Quanto ao consumidor búlgaro médio

- 33 No que respeita ao consumidor búlgaro médio, a recorrente não contesta que o mesmo possa entender o termo «devin» como o nome de uma cidade na Bulgária. No entanto, a recorrente alega que este termo também é conhecido e manifestamente entendido por uma parte importante dos consumidores búlgaros como sendo uma marca de água. Em seu entender, os únicos consumidores suscetíveis de compreender a palavra «devin» como uma indicação de origem geográfica, isto é, os consumidores búlgaros, também conhecem bem a marca devido ao carácter distintivo adquirido na sequência da sua utilização, na aceção do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento n.º 207/2009. Assim, a marca controvertida não indica simplesmente a origem geográfica, mas fornece uma indicação clara sobre a origem comercial dos produtos visados. A recorrente deduz deste facto que a marca controvertida é válida na Bulgária, mesmo que possa ser entendida como uma referência ao nome de uma cidade, uma vez que é ainda mais entendida como sendo uma marca. Acrescenta que o termo «devin» não só adquiriu carácter distintivo na sequência da sua utilização, como também adquiriu um carácter distintivo elevado na Bulgária, onde foi considerada uma marca de água notoriamente conhecida. A recorrente menciona para o efeito a Decisão n.º OM-22 do Патентно ведомство на Република България (Serviço de Patentes da República da Bulgária) de 19 de março de 2010, válida por cinco anos e que declara que a marca nominativa búlgara Девин (Devin), registada sob o n.º 24137 e detida pela recorrente, goza de prestígio no território da Bulgária desde 1 de dezembro de 2005 para os produtos integrados na classe 32, a saber, a «água mineral». Na audiência, a recorrente clarificou que, mesmo que esta decisão não pudesse ter sido renovada em 2015 devido a uma revogação legislativa, a constatação factual que lhe estava subjacente continua válida.
- 34 A este respeito, basta constatar que a falta de impugnação pela recorrente do reconhecimento, por parte do consumidor búlgaro médio, do termo «devin» como sendo o nome geográfico de uma cidade da Bulgária em nada é decisiva no caso em apreço, uma vez que a recorrente se apressa a acrescentar que a marca controvertida adquiriu um carácter distintivo acrescido, e mesmo prestígio, junto do consumidor búlgaro médio, no que respeita às águas minerais.
- 35 Por outro lado, importa salientar que, uma vez que o Serviço de Patentes da República da Bulgária reconheceu o prestígio da marca nominativa búlgara *Devin*, afigura-se, *prima facie*, extremamente pouco plausível que a marca impugnada, a saber, a marca nominativa da União Europeia *DEVIN*, não tenha, pelo menos, adquirido um carácter distintivo normal, sem sequer nos pronunciarmos sobre o seu carácter distintivo acrescido ou o seu prestígio.

2) *Quanto ao consumidor grego ou romeno médio*

- 36 No que se refere ao consumidor médio dos países vizinhos (Grécia e Roménia), a recorrente alega que a interveniente não apresentou nenhum elemento de prova que permita à Câmara de Recurso dar como provado que o termo «devin» é entendido pelo consumidor como um local geográfico. Sustenta que, para chegar a essa conclusão, a Câmara de Recurso se baseou em deduções ou hipóteses não fundamentadas, essencialmente assentes no número de turistas que visitam a Bulgária. Quanto ao mais, a recorrente alega que, apesar de o ónus da prova não lhe pertencer, produziu meios de prova fiáveis e concretos em apoio do argumento contrário que defende, segundo o qual o consumidor grego ou romeno médio não estabelece uma relação direta entre a marca controvertida e uma origem geográfica.
- 37 Há que analisar os elementos tidos em conta pela Câmara de Recurso para considerar a marca controvertida como descritiva para o consumidor médio da Grécia e da Roménia.
- 38 Em primeiro lugar, na esteira da Divisão de Anulação, a Câmara de Recurso baseou-se em várias fontes de informação relativas ao turismo, em especial do Portal Oficial do Turismo da Bulgária e outras páginas da Internet. Baseando-se no facto de mais de 5,4 milhões de turistas estrangeiros terem visitado a Bulgária em 2014, um número «impressionante» tendo em conta os 7,3 milhões de habitantes deste país, a Câmara de Recurso considerou que, «[m]esmo que fosse verdade que a maior parte destes turistas escolhe afinal passar férias em estâncias balneares ou de ski, como afirmou a [recorrente], este facto não exclui que conheçam outras regiões ou outros lugares». Considerou que, «[q]uando uma pessoa escolhe um local para passar férias, geralmente estuda vários destinos antes de escolher um destino em particular» e deduziu desse facto que, «[a]quando da análise dos diferentes destinos propostos, uma pessoa que deseje visitar a Bulgária irá seguramente descobrir destinos menos conhecidos ou menos acessíveis, mesmo que, no final, o potencial turista opte por outro destino». Baseando-se nestas meras hipóteses, a Câmara de Recurso conjecturou a seu respeito que era «muito pouco provável que Devin, e a sua associação com águas termais, não aparecessem em buscas feitas na Internet relativamente a destinos de férias na Bulgária».
- 39 No entanto, impõe-se constatar, à semelhança do que faz a recorrente, que o mero facto de a cidade de Devin ser detetada pelos motores de busca da Internet não basta para considerar provado que, em conformidade com os requisitos legais e jurisprudenciais, se trata de um lugar conhecido de uma parte importante do público relevante da Grécia e da Roménia. Conforme salienta a recorrente, um raciocínio como o da Câmara de Recurso, levado ao absurdo, levaria a considerar que os consumidores estrangeiros poderiam, através de uma mera pesquisa na Internet, conhecer todas as cidades do mundo qualquer que fosse a sua dimensão, ainda que pequena.
- 40 A Câmara de Recurso também mencionou «a presença detetável de Devin nas páginas da Internet que contêm opiniões em matéria de viagens e nos fóruns de viagem interativos», como o «TripAdvisor.com» ou o «Booking.com». Na passagem, afastou a observação da recorrente segundo a qual Devin ocupa apenas a 68.^a posição (ou, a partir de agora, a 59.^a, segundo a interveniente) nos 70 destinos mais populares na Bulgária na classificação da página da Internet «TripAdvisor.com», pelo facto de isso demonstrar, pelo menos, a existência de um perfil turístico não negligenciável na Internet, contrariamente a centenas de cidades e vilas da Bulgária que aí não figuram.
- 41 Todavia, a existência de um «perfil turístico não negligenciável na Internet», em si mesmo, não basta para dar como provado o conhecimento de uma pequena cidade pelo público relevante no estrangeiro. A este respeito, o facto de Devin não figurar entre os destinos mais populares da Bulgária na página da Internet «TripAdvisor.com» é, no mínimo, relevante, uma vez que é razoável considerar que o público relevante no estrangeiro conhece apenas as atrações principais de um país terceiro como a Bulgária.

- 42 Em seguida, a Câmara de Recurso baseou-se na «infraestrutura turística considerável» ou «importante» do município de Devin, comportando, segundo ela, «cerca de duas dúzias de hotéis na região», nomeadamente vários hotéis termais e hotéis de luxo de cinco estrelas.
- 43 Todavia, este simples facto, em si mesmo, não permite concluir que um consumidor grego ou romeno médio passe a ter conhecimento da cidade Devin além fronteiras ou a estabelecer uma relação direta com esta. Com efeito, nada permite excluir que esta infraestrutura turística é principalmente utilizada pelo consumidor búlgaro médio, relativamente ao qual não é contestado que conheça a cidade de Devin, e, acessoriamente, por uma pequena percentagem de consumidores estrangeiros médios que visita a Bulgária como turistas.
- 44 Além disso, a Câmara de Recurso, no n.º 41 da decisão impugnada, conjecturou que o facto de os registos dos hotéis de Devin mencionarem um número restrito de estrangeiros «pode não refletir com precisão o número de visitantes que esta cidade recebe», uma vez que «[u]ma grande parte dos visitantes sensíveis à natureza não irão necessariamente dormir em hotéis de luxo, mas irão optar por alojamento em parques de campismo ou em quartos de hóspedes nas cidades ou vilas das proximidades», precisando, além disso, que «a popular estância de Pamporovo fica apenas a pouco mais de meia hora de automóvel». Formulou ainda uma hipótese segundo a qual «seria extremamente surpreendente que os turistas que ficam alojados em Pamporovo (décimo sexto destino mais popular da Bulgária, segundo a página da Internet «TripAdvisor.com») não se aventurassem a visitar uma região de uma beleza natural alegadamente estonteante, situada a um pulo dali».
- 45 Todavia, é forçoso constatar que nenhum dos meios de prova apresentados pela interveniente serve de base a uma destas hipóteses e que o valor probatório das mesmas é menor do que o de cada afirmação exatamente em sentido contrário.
- 46 Sobretudo no que respeita aos elementos que precedem, deve sublinhar-se que o critério jurídico a aplicar não consiste em fazer a contagem a conta-gotas do número de turistas estrangeiros que visitam a cidade de Devin, mas em estabelecer a perceção do termo «devin» pela totalidade do público relevante da União, incluindo as pessoas que não visitam forçosamente Devin ou a Bulgária e que constituem a maioria desse grupo. Ora, a argumentação da Câmara de Recurso não diz respeito a esta maioria dos consumidores médios da União, em especial gregos e romenos, que não visitam a Bulgária, mas concentra-se sobre a minoria daqueles que pretendem visitar este país, e mais ainda uma ínfima parte dos que visitam Devin ou efetuam pesquisas a seu respeito.
- 47 A este propósito, importa sublinhar que o consumidor médio de água mineral e de bebidas na União não goza de um alto grau de especialização em geografia ou em turismo. Assim, por analogia, no processo que deu origem ao Acórdão de 15 de outubro de 2008, Powerserv Personalservice/IHMI — Manpower (MANPOWER) (T-405/05, EU:T:2008:442, n.ºs 85, 89 e 93), o Tribunal Geral afastou como «manifestamente demasiado vagas» as alegações relativas a um «[intercâmbio] lingüístic[o] através do turismo de cidadãos ingleses e alemães» noutros países da União, e declarou que a Câmara de Recurso não tinha tomado em consideração o público relevante no seu conjunto, constituído pelo conjunto da população em idade ativa, focando-se erradamente nos empregadores que procuram pessoal.
- 48 No caso em apreço, é forçoso constatar que a Câmara de Recurso, ao focar-se erradamente nos turistas estrangeiros que visitam a Bulgária ou Devin, nomeadamente os gregos ou os romenos, não tomou em consideração o público relevante no seu conjunto, constituído pelo consumidor médio da União, nomeadamente da Grécia e da Roménia, mas limitou-se, erradamente, a uma minoria ou a uma ínfima parte do público relevante, que, em todo o caso, se revela negligenciável e não pode ser tida como suficientemente representativa deste à luz da jurisprudência acima referida no n.º 18. É essa limitação a uma minoria ou a uma ínfima parte do público relevante, a saber, os turistas estrangeiros que visitam a Bulgária ou Devin, que explica a razão pela qual os elementos tomados em consideração

pela Câmara de Recurso revestem apenas um valor probatório muito reduzido, ao ponto de serem quase inoperantes. Em suma, a Câmara e Recurso aplicou um mau teste, o qual a conduziu fatalmente a uma apreciação factual errada da perceção do termo «devin» pelo público relevante.

- 49 Por último, no n.º 55 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso disse estar «convencida de que o prestígio incontestável de Devin enquanto cidade termal de águas naturais não termina arbitrariamente na fronteira búlgara, mas se estende aos países vizinhos» e declarou, para terminar, que «seria estranho que o prestígio considerável de que Devin goza na Bulgária devido às suas águas desaparecesse misteriosamente na passagem da fronteira entre a Bulgária e a Grécia».
- 50 Todavia, é forçoso constatar, à semelhança do que faz a recorrente, que essa declaração não pode servir de elemento de prova válida para demonstrar que a cidade de Devin é conhecida «de uma “grande parte” dos consumidores nos países vizinhos, como a Grécia e a Roménia», como considerou a Câmara de Recurso, na esteira da Divisão de Anulação sobre esse ponto. Acresce ainda que importa salientar que a cidade de Devin, dificilmente acessível e separada da fronteira grega por uma cadeia montanhosa, apresenta uma situação geográfica particular que torna essa declaração ainda mais inverosímil.
- 51 Por analogia, deve recordar-se que, no processo que deu origem ao Acórdão de 25 de outubro de 2005, Cloppenburg (T-379/03, EU:T:2005:373, n.ºs 39 e 46), relacionado com a cidade de Cloppenburg, situada na Baixa Saxónia (Alemanha) e com aproximadamente 30 000 habitantes, ou seja, mais de quatro vezes a população de Devin, o Tribunal Geral pôde deixar por decidir a questão de saber se o público relevante, a saber, o consumidor alemão médio, conhecia a cidade de Cloppenburg como local geográfico e, em qualquer dos casos, considerou que, dada a «dimensão pouco significativa» desta cidade, mesmo admitindo que o consumidor alemão a conhecesse, esse conhecimento deve ser qualificado de fraco ou, na melhor das hipóteses, mediano. Neste processo, o Tribunal Geral nem sequer previu que esta cidade alemã «de dimensão pouco significativa» pudesse ser conhecida do consumidor médio dos outros Estados-Membros da União.
- 52 Daqui resulta que os fundamentos expostos na decisão impugnada para demonstrar que o consumidor médio na Grécia e na Roménia conhece Devin como local geográfico não são de todo convincentes ou concludentes.
- 53 Quanto ao mais, a recorrente apresentou outros meios de prova em apoio do argumento que defende, segundo o qual o consumidor grego ou romeno médio não estabelece uma relação direta entre a marca controvertida e uma origem geográfica.
- 54 Assim, a recorrente apresentou uma síntese oficial elaborada pelo próprio Município de Devin que, com base em declarações dos proprietários de hotéis, fornece informação sobre o número de turistas estrangeiros que visitaram a cidade de Devin em 2014, alegadamente um «ano recorde». Este documento mostra que, durante esse ano, menos de 3 500 turistas estrangeiros, de todas as nacionalidades, visitaram a cidade de Devin e que, entre eles, havia apenas 400 turistas gregos e 50 turistas romenos. Em comparação com os 5,4 milhões de turistas estrangeiros que visitaram a Bulgária em 2014 (v. n.º 38, *supra*) e a população dos Estados-Membros da União, nomeadamente a da Grécia e a da Roménia - que se eleva, respetivamente, a 10,7 milhões e a 19,6 milhões de habitantes em 1 de janeiro de 2017, segundo o Serviço de Estatística da União Europeia (Eurostat) - estes dados sugerem que a cidade de Devin não representa uma grande atração para os turistas estrangeiros, nomeadamente gregos e romenos, e, por maioria de razão, não é conhecida do consumidor médio no estrangeiro.
- 55 A recorrente apresentou também os dados resultantes de um estudo de mercado «*omnibus*» efetuado em vários Estados-Membros, incluindo a Grécia (parte continental e Creta), a Roménia, a Alemanha e o Reino Unido (a seguir «estudo *omnibus*»). No que se refere ao estudo realizado na Grécia e que

abrangia uma amostra de 1 007 pessoas do público grego, os resultados pareceram demonstrar que menos de 1% dessa amostra associava o termo «devin» a um local na Bulgária, e menos de 3% a qualquer local.

- 56 A Câmara de Recurso considerou este estudo *omnibus* «lacunoso em certos aspetos», enumerados nos n.ºs 44 a 47 da decisão impugnada. Em seu entender, em primeiro lugar, o estudo tentava provar um facto negativo, a saber, que o público não conhece a cidade de Devin, e, em razão dessa premissa duvidosa, a maior parte dos dados recolhidos era ambígua. Teria sido necessário que as pessoas questionadas fossem «encorajadas a ser mais precisas», mas não esclareceu como. Em segundo lugar, nada indicava se as pessoas que vivem em regiões fronteiriças da Bulgária tinham participado no estudo grego e, tendo sido o caso, em que medida. Em terceiro lugar, os resultados do estudo grego continham erros e havia falta de fiabilidade ocasional dos dados (na ordem de um total de erros de 71, em vez de 72). Em quarto lugar, mesmo que os dados fossem interpretados do modo mais favorável do ponto de vista da recorrente, havia de ter em consideração o facto de, no estudo grego, 30 das pessoas interrogadas terem respondido que Devin era uma «cidade», ou «um local», ou uma «região da Bulgária». A Câmara de Recurso inferiu deste facto que estas 30 pessoas questionadas, numa amostra de 1 007 pessoas, correspondiam a mais de 270 000 habitantes numa população grega total de 11 milhões, o que não era um número insignificante. A Câmara de Recurso concluiu de tudo isto que os dados do estudo não eram «com toda a evidência [...] convincentes» e «concludentes».
- 57 Ora, mesmo pressupondo que este estudo *omnibus* tenha as lacunas identificadas pela Câmara de Recurso, deve considerar-se que, pelo menos, as suas conclusões podem ser tidas em consideração, com uma margem de erro suficiente e sem por isso serem decisivas. Assim, mesmo pressupondo que a percentagem real do público grego que reconhece Devin como local geográfico (na Bulgária ou fora dela) seja de 3%, ou mesmo duas ou três vezes mais elevada, não deixa de ser uma percentagem mínima que não pode ser considerada representativa do consumidor grego médio.
- 58 Sobretudo, mesmo que 270 000 habitantes não seja um número insignificante em absoluto, permanece a questão pertinente da perceção pelo público relevante no seu conjunto, em relação ao qual uma percentagem relativa de 3% é muito pouco representativa. O mesmo resultado também pode ser lido como significando que 97% (ou uma percentagem aproximada) da população grega não reconhece o termo «devin» nem como sendo uma «cidade», nem como um «local», nem como uma «região da Bulgária», o que é claramente mais convincente e concludente.
- 59 Por outro lado, no que diz respeito à falta de indicação, no estudo grego, de pessoas residentes na fronteira com a Bulgária, basta recordar que, em todo o caso, uma ampla maioria de consumidores gregos médios não vive nas proximidades da fronteira búlgara.
- 60 Por último, importar afastar a alegação que o EUIPO formulou na resposta, segundo a qual o facto de a Grécia e a Roménia fazerem parte do Acordo de Lisboa implica que os cidadãos destes Estados-Membros conheçam Devin como indicação geográfica de uma água mineral búlgara. Tal alegação carece manifestamente de suporte factual, na medida em que presume no consumidor grego ou romeno médio um grau de conhecimento extremamente elevado que este, com evidência, não possui, que inclua os tratados internacionais e a lista das indicações geográficas protegidas no seu país. Acresce que a proteção jurídica de uma indicação geográfica por um Estado-Membro não basta para demonstrar automaticamente o reconhecimento, pelo consumidor médio desse Estado-Membro, do termo correspondente a essa indicação como sendo descritivo de uma origem geográfica.
- 61 Em consequência, há que concluir, à semelhança do que faz a recorrente, que a Câmara de Recurso não cumpriu os requisitos estabelecidos pela jurisprudência constante referida no n.º 24, *supra*, que impunham que «demonstrasse» que o termo «devin» é conhecido pelo consumidor médio na Grécia e na Roménia como a designação de uma origem geográfica.

3) Quanto ao consumidor médio dos outros Estados-Membros da União

- 62 A Câmara de Recurso, tendo entendido que a marca controvertida era descritiva para o consumidor grego ou romeno médio, analisou com brevidade a mesma questão do ponto de vista do consumidor médio dos outros Estados-Membros da União. No n.º 47 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso limitou-se a considerar que se poderia deduzir por extrapolação do estudo *omnibus*, o qual, no entanto, tinha afastado por ser «pouco concludente», que cerca de 455 000 consumidores alemães entendem o termo «devin» como o nome de uma cidade ou uma cidade na Bulgária. No n.º 55 da referida decisão, acrescentou que «[s]eria irrealista afirmar que nenhum desses membros do grande público de outros Estados-Membros [que visitam a Bulgária] se familiariza com a cultura, a história e as atrações naturais da Bulgária, entre as quais a cidade de Devin, quando preparam a sua viagem».
- 63 Ora, é forçoso constatar, à semelhança do que faz a recorrente, que 455 000 consumidores correspondem a menos de 0,6% da população alemã total, o que dificilmente pode constituir uma percentagem considerável ou representar o consumidor alemão médio de água mineral ou de bebidas. Além disso, o simples facto de os consumidores terem respondido «cidade» a uma questão de um estudo não faz prova, uma vez que essa resposta não pode ser equiparada ao conhecimento de uma determinada cidade ou à existência de um especial nexo direto com os produtos em causa.
- 64 Quanto à caracterização do consumidor médio da União como um turista que prepara uma viagem à Bulgária e se familiariza com uma atração relativamente menor do país, a mesma parece bem menos «realista» do que a afirmação inversa. A este propósito, importa sublinhar novamente que o consumidor médio de água mineral e de bebidas na União não goza de um alto grau de especialização em geografia ou em turismo (v. n.º 47, *supra*).
- 65 Por outro lado, a interveniente não apresentou um elemento de prova específico que permita estabelecer que o consumidor médio da União entende o termo «devin» como um local geográfico na Bulgária.
- 66 No que diz respeito à afirmação da Divisão de Anulação segundo a qual o nome geográfico Devin, no futuro, será potencialmente compreendido pelo público da União como uma descrição da origem geográfica dos produtos relevantes, atendendo aos esforços de *marketing* desenvolvidos e o crescimento do setor turístico búlgaro (v. n.º 4, *supra*), importa declarar que essa afirmação não é corroborada pelos elementos existentes nos autos e constitui uma mera hipótese, em especial porque a cidade de Devin não figura entre os 50 principais destinos da Bulgária e só muito marginalmente beneficia do crescimento do turismo estrangeiro neste país. Não é assim «razoável», na aceção da jurisprudência referida no n.º 24, *supra*, considerar que o nome Devin possa, aos olhos do público da União, designar a proveniência geográfica dos produtos em causa. Acresce que o ónus da prova não pode ser invertido pela imposição à recorrente da demonstração de um facto negativo, a saber, que a cidade de Devin não pode ser visitada ou conhecida no futuro.
- 67 Deve concluir-se que não resulta dos autos que o termo «devin» seja reconhecido como a designação de uma proveniência geográfica pelo consumidor médio dos Estados-Membros da União, com exclusão da Bulgária.
- 68 Tendo em conta o interesse geral em preservar a disponibilidade dos nomes geográficos (v. n.º 20, *supra*), importa analisar as consequências da conclusão que precede sobre a disponibilidade do nome geográfico Devin.

b) Quanto à disponibilidade do nome geográfico Devin

- 69 A Câmara de Recurso, no n.º 8 da decisão impugnada, recordou que a Divisão de Anulação tinha salientado o interesse geral em preservar a disponibilidade dos nomes geográficos. Segundo a Divisão de Anulação, o caso de Devin ilustra a lógica subjacente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009, a saber, a necessidade de certas descrições geográficas continuarem disponíveis para que outros operadores possam utilizá-las, e a existência de uma marca da União Europeia não deve obstar aos esforços económicos atuais e futuros para o desenvolvimento do prestígio de uma cidade termal tradicional além das fronteiras do país. A Divisão de Anulação tinha afastado o argumento da recorrente que afirmava que a concessão da água foi concedida apenas a uma empresa, pelo facto de esse argumento não ter em conta a jurisprudência constante, segundo a qual o interesse geral ou o interesse público em deixar as marcas descritivas ou potencialmente descritivas para o uso de terceiros estava preestabelecida e era presumida.
- 70 A própria Câmara de Recurso, nos n.ºs 49 a 52 da decisão impugnada, rejeitou um «argumento essencial» da recorrente descrito pela Câmara de Recurso como tendo por objeto «a alegada “exclusividade” do seu contrato, que lhe permite explorar as reservas de água de Devin», uma disposição de direito búlgaro segundo a qual «uma concessão de extração [...] só é concedida a um único concessionário» (artigo 47.º, n.º 11, da Lei da Água) bem como um «monopólio de facto sobre a indicação geográfica “Devin Natural Mineral Water”» (v. n.º 28, *supra*) que impede, segundo a referida Câmara, que «essa indicação permaneça disponível para ser utilizada por outros operadores».
- 71 Para o efeito, a Câmara de Recurso começou por considerar que o monopólio potencial da recorrente é limitado no tempo e revogável por diversas razões comerciais ou jurídicas. Além disso, considerou que a «exploração» de uma nascente natural e o posterior engarrafamento da sua água podem implicar diversas empresas, devendo cada uma delas ter o direito de fazer figurar a palavra «Devin» nas suas etiquetas. Por último, observou que «[i]ndependentemente das atuais restrições jurídicas na Bulgária, [...] a Diretiva [2009/54] não restringe a exploração de nascentes de águas minerais a uma única empresa», que «[o] artigo 8.º, n.º 2, da [referida] diretiva impõe apenas uma restrição segundo a qual a água proveniente de uma mesma fonte deve ser sempre comercializada sob a mesma e única “designação comercial”, mas não limita a comercialização a uma única empresa» e que «[e]sta disposição não pretende regulamentar o número de “concessionários” [como parecia defender a recorrente]».
- 72 No n.º 54 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso abordou outro argumento da recorrente, o qual salienta que o EUIPO registou as marcas nominativas da União Europeia VITTEL (sob o número 958322) e EVIAN (sob o número 1422 716) para, nomeadamente, «águas minerais» incluídas na classe 32. A Câmara de Recurso retorquiu que o EUIPO não tinha necessariamente por «prática» aceitar sem contestação o registo dessas marcas, uma vez que a análise do histórico desta última marca revela que foi formulada uma objeção contra a mesma durante a análise dos motivos absolutos de recusa, apesar de essa objeção ter sido posteriormente afastada após a produção dos meios de prova.
- 73 O EUIPO, tanto na resposta como na audiência, considera que a Câmara de Recurso protegeu assim, de forma correta, o interesse geral em preservar a disponibilidade de um nome geográfico como o da cidade termal de Devin. Especifica que a recorrente pode evidentemente prosseguir a exploração da sua marca de prestígio na Bulgária. Todavia, acrescenta, o facto de a mesma possuir uma marca de prestígio na Bulgária não lhe dá o direito de ter um monopólio à escala da União sobre a palavra descritiva «devin», o que colocaria obstáculos aos esforços económicos para o desenvolvimento do prestígio de uma vila termal tradicional além das fronteiras da Bulgária. Também não exclui que outros concorrentes possam, no futuro, ter um interesse legítimo em utilizar a indicação descritiva «devin» noutros Estados-Membros da União em que Devin é conhecida e associada às suas águas, mas não adquiriu caráter distintivo através da utilização.

- 74 A recorrente defende que o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 não visa bloquear sistematicamente o registo de sinais descritivos como marca. Precisa que, quando um sinal descritivo tenha adquirido um significado autónomo como marca, através da utilização que dele foi feita, pode ser registado, o que não impede terceiros de fazer uma utilização descritiva do sinal.
- 75 A este respeito, em primeiro lugar, deve recordar-se que, nos termos do artigo 12.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009 [atual artigo 14.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento 2017/1001, sob uma forma ligeiramente alterada], «[o] direito conferido pela marca [da União Europeia] não permite ao seu titular proibir a um terceiro a utilização, na vida comercial [...] de indicações relativas à [...] proveniência geográfica [...] do produto ou da prestação do serviço ou a outras características destes».
- 76 O Tribunal de Justiça considerou que, ao limitar desse modo os efeitos do direito exclusivo do titular da marca, o artigo 12.º do Regulamento n.º 207/2009 visa conciliar os interesses fundamentais da proteção dos direitos de marca com os da livre circulação de mercadorias e da livre prestação de serviços no mercado comum, de forma a que o direito de marca possa desempenhar o seu papel de elemento essencial do sistema de concorrência não falseado que o TFUE pretende estabelecer e manter (v., neste sentido e por analogia, Acórdão de 10 de abril de 2008, Adidas e Adidas Benelux, C-102/07, EU:C:2008:217, n.º 45 e jurisprudência referida).
- 77 Mais especificamente, o artigo 12.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 207/2009 visa salvaguardar a possibilidade de todos os operadores económicos utilizarem indicações descritivas. Esta disposição constitui, portanto, uma expressão do imperativo de disponibilidade. Todavia, o imperativo de disponibilidade não pode nunca constituir uma limitação autónoma dos efeitos da marca que acresce às expressamente previstas no referido artigo (v., neste sentido e por analogia, Acórdão de 10 de abril de 2008, Adidas e Adidas Benelux, C-102/07, EU:C:2008:217, n.ºs 46 e 47 e jurisprudência referida).
- 78 É certo que importa realçar que, em circunstâncias diferentes das do caso em apreço, foi decidido que o princípio jurisprudencial, evocado nos n.ºs 19 e 20, *supra*, relativo ao interesse geral subjacente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009, não está em contradição com o artigo 12.º, n.º 1, alínea b), deste regulamento, que também não influencia determinadamente a interpretação da primeira disposição. Todavia, mesmo que o artigo 12.º, n.º 1, alínea b), do referido regulamento, que visa nomeadamente resolver os problemas que surgem quando uma marca composta, no todo ou em parte, por um nome geográfico tenha sido registada, não confere aos terceiros o uso desse nome como marca, antes se limita a garantir que eles possam utilizá-lo de modo descritivo, ou seja, como indicação relativa à proveniência geográfica, na condição de a utilização ser feita em conformidade com práticas honestas em matéria industrial ou comercial [v., neste sentido, Acórdãos de 15 de outubro de 2003, Nordmilch/IHMI (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, n.º 55, e de 20 de julho de 2016, Internet Consulting/EUIPO — Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL), T-11/15, EU:T:2016:422, n.º 55; v. também, neste sentido e por analogia, Acórdão de 4 de maio de 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 e C-109/97, EU:C:1999:230, n.ºs 26 a 28].
- 79 É assim permitida, nomeadamente, uma utilização descritiva do nome «Devin» para efeitos de promover a cidade enquanto destino turístico. Contrariamente aos receios da interveniente, a marca controvertida não constitui assim um obstáculo aos esforços económicos feitos para desenvolver, para lá das fronteiras da Bulgária, a reputação da cidade de Devin pelas suas águas termais.
- 80 Por razões de clareza, importa precisar que esta evocação da legislação e da jurisprudência não equivale a defender um controlo mínimo dos motivos de recusa previstos no artigo 7.º do Regulamento n.º 207/2009 aquando do exame do pedido de registo, sob pretexto de o risco de que os operadores se possam apropriar de determinados sinais que deviam continuar disponíveis ser neutralizado pelos limites impostos, por força do artigo 12.º deste regulamento, na fase da aplicação dos efeitos da marca registada. Com efeito, a apreciação dos motivos de recusa que figuram no artigo 7.º do referido regulamento deve ser efetuada pela autoridade competente para o procedimento de registo ou de declaração de nulidade da marca, e não pode ser-lhe retirada para a transferir para os órgãos

jurisdicionais encarregados de garantir o exercício concreto dos direitos conferidos pela marca (v., neste sentido e por analogia, Acórdão de 6 de maio de 2003, *Libertel*, C-104/01, EU:C:2003:244, n.º 58).

- 81 No que diz respeito à referência feita pela Câmara de Recurso ao Acórdão de 23 de outubro de 2003, *IHMI/Wrigley* (C-191/01 P, EU:C:2003:579, n.º 32), segundo o qual «[u]m sinal verbal deve, assim, ser objeto de uma recusa de registo [...] se, em pelo menos um dos seus significados potenciais, designar uma característica dos produtos ou serviços em causa», basta recordar que esta jurisprudência responde, pela negativa, à questão de saber se é «necessário que os sinais e as indicações que constituem a marca [...] sejam efetivamente utilizados, no momento do pedido de registo, para fins descritivos». Ora, no caso em apreço, a questão pertinente não é esta — sendo o termo «devin» descritivo na Bulgária, sem prejuízo do caráter distintivo adquirido através da utilização da marca controvertida pelos produtos em causa —, mas a da perceção deste termo pelo público relevante fora da Bulgária.
- 82 A este respeito, embora a probabilidade de uma indicação de proveniência geográfica poder influir nas relações concorrenciais seja grande quando se trata de uma grande região reputada pela qualidade de uma vasta gama de produtos e de serviços, é, em contrapartida, reduzida quando se trata de um lugar bem determinado, cuja reputação se limita a um número restrito de produtos ou de serviços [v., neste sentido, Acórdãos de 15 de dezembro de 2011, *Mövenpick/IHMI (PASSIONATELY SWISS)*, T-377/09, não publicado, EU:T:2011:753, n.º 41, e de 20 de julho de 2016, *SUEDTIROL*, T-11/15, EU:T:2016:422, n.º 44]. Ora, no caso vertente, Devin é um local bem determinado, conhecido do consumidor médio apenas na Bulgária e largamente desconhecido do consumidor médio no resto da União, e cuja reputação não se deve apenas às suas águas.
- 83 Em segundo lugar, importa salientar que, pressupondo que a marca controvertida tenha adquirido um significado autónomo e um caráter distintivo na Bulgária, único Estado-Membro em que o termo «devin» é descritivo, e, por conseguinte, seja válida como marca da União Europeia, ainda resta o facto de o Regulamento n.º 207/2009 prever, na própria definição do direito exclusivo conferido por essa marca, salvaguardas destinadas a preservar os interesses de terceiros.
- 84 Assim, o Tribunal de Justiça recordou que o Regulamento n.º 207/2009 visa, de um modo geral, conciliar, por um lado, os interesses do titular de uma marca em salvaguardar a função essencial desta e, por outro, os interesses de outros operadores económicos em dispor de sinais suscetíveis de designar os seus produtos e serviços. Daqui resulta que a proteção dos direitos que o titular de uma marca tira deste regulamento não é incondicional (v., neste sentido e por analogia, Acórdão de 27 de abril de 2006, *Levi Strauss*, C-145/05, EU:C:2006:264, n.ºs 29 e 30 e jurisprudência referida; de 22 de setembro de 2011, *Budějovický Budvar*, C-482/09, EU:C:2011:605, n.ºs 34 e 48; de 6 de fevereiro de 2014, *Leidseplein Beheer e de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, n.ºs 41 a 43; e de 30 de maio de 2018, *Tsujimoto/EUIPO*, C-85/16 P e C-86/16 P, EU:C:2018:349, n.º 90).
- 85 Por um lado, a proteção da função de indicação de origem da marca, prevista no artigo 9.º, n.º 2, alíneas a) e b), do Regulamento n.º 207/2009 [atual artigo 9.º, n.º 2, alíneas a) e b), do Regulamento 2017/1001], abrange apenas a sua utilização para produtos (ou serviços) idênticos ou similares e exige um risco de confusão no espírito do público relevante, o qual se presume em caso de dupla identidade dos sinais e dos produtos.
- 86 Por outro lado, a proteção da função publicitária da marca de prestígio, prevista no artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 [atual artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento 2017/1001], abrange também produtos não similares, mas exige um risco de diluição, de enfraquecimento ou de parasitismo, ao que acresce o facto de não visar as utilizações que tenham um «motivo justificado».

- 87 Segundo a jurisprudência do Tribunal de Justiça, o conceito de «justo motivo» não pode ser interpretado como estando limitado a razões objetivamente imperiosas, mas pode também estar ligado aos interesses subjetivos de um terceiro que utiliza um sinal idêntico ou semelhante à marca de prestígio. Este conceito não tende a regular um conflito entre uma marca de prestígio e um sinal semelhante cuja utilização é anterior ao depósito dessa marca nem a limitar os direitos reconhecidos ao titular da referida marca, mas a encontrar um equilíbrio entre os interesses em questão, tendo em conta, no contexto específico do artigo 9.º, n.º 2, alínea c), da Diretiva 207/2009 e atenta a proteção alargada de que goza a mesma marca, os interesses do terceiro utilizador desse sinal (v., neste sentido e por analogia, Acórdão de 6 de fevereiro de 2014, *Leidseplein Beheer e de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, n.ºs 45 a 48).
- 88 Decorre do artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 que o titular de uma marca de prestígio pode ver-se obrigado, com base num «motivo justificado», a tolerar a utilização por um terceiro de um sinal semelhante à referida marca para um produto idêntico àquele para o qual esta marca foi registada, quando se verifique que esse sinal foi utilizado antes do depósito da marca de prestígio e que a utilização do produto idêntico foi feita de boa-fé. Do mesmo modo, nos termos do artigo 8.º, n.º 5, do mesmo regulamento (atual artigo 8.º, n.º 5, o Regulamento 2017/1001), o referido titular não pode opor-se ao registo desse sinal [Acórdão de 5 de julho de 2016, *Future Enterprises/EUIPO — McDonald's International Property (MACCOFFEE)*, T-518/13, EU:T:2016:389, n.º 113; v. também, neste sentido e por analogia, Acórdão de 6 de fevereiro de 2014, *Leidseplein Beheer e de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, n.º 60].
- 89 No caso em apreço, resulta do que precede que o nome da cidade de Devin continua disponível para terceiros não só através de uma utilização descritiva, como a promoção do turismo nessa cidade, mas também como sinal distintivo em caso de «motivo justificado» e de ausência de risco de confusão que exclua a aplicação dos artigos 8.º e 9.º do Regulamento n.º 207/2009.
- 90 O interesse geral em preservar a disponibilidade de um nome geográfico como a da cidade termal de Devin pode assim ser protegido graças à permissão das utilizações descritivas desses nomes e às salvaguardas que limitam o direito exclusivo do titular da marca controvertida, sem que seja necessária a anulação dessa marca e a aniquilação total do direito exclusivo que ela confere para os produtos da classe 32 visados pelo registo.
- 91 Quanto ao resto, é este necessário equilíbrio entre os direitos dos titulares e os interesses de terceiros que permite o registo de marcas que provenham de um nome geográfico epónimo, como as marcas nominativas da União Europeia VITTEL e EVIAN mencionadas pela recorrente, sob certas condições que se prendem em especial com a aquisição de um significado autónomo e de um carácter distintivo através da utilização nos territórios em que o sinal é intrinsecamente distintivo de uma proveniência geográfica, bem como com a falta de carácter enganador do referido sinal quanto à sua proveniência.

2. Conclusão sobre o primeiro fundamento e sobre o pedido de anulação

- 92 Tendo em conta as considerações feitas acima, em especial nos n.ºs 32 a 67, *supra*, há que concluir, à semelhança do que faz a recorrente, que a Câmara de Recurso não demonstrou a existência de um grau de reconhecimento suficiente da cidade de Devin pelo consumidor médio da União, nomeadamente o grego ou o romeno, e que a interveniente não sustentou o seu pedido de declaração de nulidade em nenhum meio de prova que permitisse concluir que o consumidor médio da União associa o termo «devin» a uma cidade na Bulgária. Se se dever considerar que uma parte dos consumidores da União conhece a cidade de Devin, essa parte deve, em todo o caso, ser considerada ínfima. Esta conclusão não coloca minimamente em causa a beleza natural de Devin e as virtudes curativas das suas águas termais, nem os esforços económicos desenvolvidos para a promoção do turismo na Bulgária.

- 93 Por força da jurisprudência acima referida no n.º 22, em princípio, o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 207/2009 não se opõe ao registo de nomes geográficos desconhecidos nos meios interessados ou, pelo menos, desconhecidos enquanto designação de um lugar geográfico. Ora, no caso em apreço, embora o nome geográfico Devin seja conhecido dos meios interessados na Bulgária, país relativamente ao qual a recorrente invoca um carácter distintivo adquirido pela marca controvertida, é forçoso constatar que, no que se refere aos meios interessados de outros Estados-Membros da União, nomeadamente a Grécia e a Roménia, o nome geográfico Devin é aí amplamente desconhecido ou, pelo menos, desconhecido enquanto designação de um lugar geográfico.
- 94 Do mesmo modo, por força da jurisprudência acima referida no n.º 24, o EUIPO era obrigado a demonstrar que o nome geográfico é conhecido nos meios interessados como designação de um lugar. Ora, no caso em apreço, é forçoso constatar que, nos meios interessados, constituídos por consumidores médios, o nome geográfico Devin é desconhecido de uma larga maioria do público. A parte do público relevante que conhece esse nome enquanto local geográfico é apenas ínfima e negligenciável, totalizando um por cento ou pouco mais. Acresce que esta percentagem se afigura, *prima facie*, inferior à da parte do público relevante que conhece Devin como uma marca de água mineral.
- 95 Resulta do que precede que a Câmara de Recurso cometeu um erro de apreciação ao concluir que a marca controvertida era descritiva de uma proveniência geográfica para o consumidor médio dos países vizinhos da Bulgária, a saber, a Grécia e a Roménia, bem como para o de todos os outros Estados-Membros da União, com exceção da Bulgária. Ao fazê-lo, violou o artigo 52.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento n.º 207/2009, em conjugação com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento.
- 96 Por conseguinte, há que acolher a primeira parte do primeiro fundamento e, conseqüentemente, anular a decisão impugnada, em conformidade com o primeiro pedido da recorrente, sem que haja necessidade de analisar a segunda parte do primeiro fundamento ou o segundo fundamento, incluindo as exceções de inadmissibilidade arguidas, respetivamente, pela interveniente ou pelo EUIPO, nem de o Tribunal se pronunciar sobre a admissibilidade de determinados anexos apresentados pela interveniente, segundo a recorrente, pela primeira vez, perante o Tribunal Geral.

B. Quanto ao pedido de reforma

- 97 No que diz respeito ao segundo e terceiro pedidos da recorrente, que têm em vista a total improcedência do pedido de declaração da nulidade da interveniente e se destinam, em substância, à reforma da decisão impugnada (v. n.º 10, *supra*), importa recordar que o poder de reforma, reconhecido ao Tribunal Geral nos termos do artigo 65.º, n.º 3, do Regulamento n.º 207/2009, não tem por efeito conferir-lhe o poder de proceder a uma apreciação sobre a qual a referida Câmara ainda não tomou posição. Por conseguinte, o exercício do poder de reforma deve, em princípio, ser limitado às situações em que o Tribunal Geral, após ter fiscalizado a apreciação realizada pela Câmara de Recurso, está em condições de determinar, com base nos elementos de facto e de direito dados como provados, a decisão que a Câmara de Recurso devia ter tomado (Acórdãos de 5 de julho de 2011, Edwin/IHMI, C-263/09 P, EU:C:2011:452, n.º 72; e de 13 de maio de 2015, easyAir-tours, T-608/13, não publicado, EU:T:2015:282, n.º 68).
- 98 Ora, no caso em apreço, as condições para o exercício do poder de reforma do Tribunal Geral, tal como resulta do Acórdão de 5 de julho de 2011, Edwin/IHMI (C-263/09 P, EU:C:2011:452), não estão reunidas. Com efeito, embora resulte efetivamente das considerações formuladas no n.º 95, *supra*, que a Câmara de Recurso era obrigada a declarar que a marca controvertida não tinha carácter descritivo relativamente à parte não búlgara do público relevante, designadamente para o consumidor grego e romeno médio, não é menos verdade que a Câmara de Recurso — a partir do momento em que considerou, erradamente, que o carácter alegadamente descritivo da marca controvertida para a parte

grega ou romena do público relevante era suficiente para demonstrar a existência de uma causa de nulidade que justificava a falta de provimento do recurso interposto da decisão da Divisão de Anulação — não se pronunciou claramente sobre a aquisição de carácter distintivo através da utilização da marca contestada para a parte búlgara do público relevante, a única para a qual a marca controvertida é descritiva de uma proveniência geográfica. Uma vez que a questão da aquisição do carácter distintivo através da utilização da marca controvertida na Bulgária não foi claramente analisada e decidida pela Câmara de Recurso, não cabe ao Tribunal Geral conhecê-la, pela primeira vez, no âmbito da fiscalização da legalidade da decisão impugnada que efetua [v., neste sentido, Acórdãos de 5 de julho de 2011, *Edwin/IHMI*, C-263/09 P, EU:C:2011:452, n.ºs 72 e 73, e de 13 de maio de 2015, *easyAir-tours*, T-608/13, não publicado, EU:T:2015:282, n.ºs 69 e 70 e jurisprudência referida].

- 99 Daqui resulta que, no estado atual dos autos, o Tribunal Geral não pode exercer o seu poder de reforma da decisão impugnada para anular a decisão da Divisão de Anulação de 29 de janeiro de 2016 — a qual, de resto, tinha considerado, a este respeito, que «tendo em conta a prova produzida pela [recorrente], [...] não há qualquer dúvida de que a marca *Devin* adquiriu carácter distintivo na Bulgária» — e julgar improcedente o pedido de declaração de nulidade da marca controvertida.
- 100 Por isso, há que negar provimento ao segundo e terceiro pedidos da recorrente.

IV. Quanto às despesas

- 101 Nos termos do artigo 134.º, n.º 1, do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido.
- 102 Tendo o EUIPO e a interveniente ficado vencidos no essencial, há que, por um lado, condenar o EUIPO a suportar, além das suas próprias despesas, as despesas efetuadas pela recorrente, em conformidade com o pedido desta última, e, por outro, decidir que a interveniente suportará as suas próprias despesas.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL GERAL (Oitava Secção)

decide:

- 1) **É anulada a decisão da Segunda Câmara de Recurso do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), de 2 de dezembro de 2016 (processo R 579/2016-2).**
- 2) **É negado provimento ao recurso quanto ao restante.**
- 3) **O EUIPO suportará, além das suas próprias despesas, as despesas efetuadas pela Devin AD.**
- 4) **A Haskovo Chamber of Commerce and Industry suportará as suas próprias despesas.**

Collins

Kancheva

Passer

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 25 de outubro de 2018.

Assinaturas

Índice

I. Antecedentes do litígio	2
II. Pedidos das partes	3
III. Questão de direito	3
A. Quanto ao pedido de anulação	4
1. Quanto ao primeiro fundamento, relativo à violação do artigo 52.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento n.º 207/2009, em conjugação com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento	4
a) Quanto à perceção do termo «devin» pelo consumidor médio da União	8
1) Quanto ao consumidor búlgaro médio	8
2) Quanto ao consumidor grego ou romeno médio	9
3) Quanto ao consumidor médio dos outros Estados-Membros da União	13
b) Quanto à disponibilidade do nome geográfico Devin	14
2. Conclusão sobre o primeiro fundamento e sobre o pedido de anulação	17
B. Quanto ao pedido de reforma	18
IV. Quanto às despesas	19