Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2019. gada 24. septembrī*

[Teksts labots ar 2020. gada 30. janvāra rīkojumu]

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesamības atzīšanas process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme "Crédit Mutuel" – Absolūts atteikuma pamats – Aprakstošs raksturs – Atšķirtspējas neesamība – Izmantošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja – Pretprasība – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkti un 3. punkts – Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunkts un 2. punkts

Lietā T-13/18

Crédit Mutuel Arkéa, Releka Keriona [*Relecq Kerhuon*] (Francija), ko pārstāv *A. Casalonga*, *F. Codevelle* un *C. Bercial Arias*, *avocats*,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*), ko pārstāv *D. Hanf*, pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībniece, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

Confédération nationale du Crédit mutuel, Parīze (Francija), ko pārstāv *B. Moreau-Margotin* un *M. Merli*, *avocats*,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas piektās padomes 2017. gada 8. novembra lēmumu lietā R 1724/2016-5 attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Crédit Mutuel Arkéa* un *Confédération nationale du Crédit mutuel*,

VISPĀRĒJĀ TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Preks [*M. Prek*], tiesneši E. Butidžidžs [*E. Buttigieg*] (referents) un B. Berke [*B. Berke*],

sekretārs: H. Palasio Gonsaless [*J. Palacio González*], galvenais administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 15. janvārī,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 29. martā,

* Tiesvedības valoda – franču.

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kurš Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 29. martā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, pretprasību, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegta 2018. gada 29. martā,

ņemot vērā prasītājas atbildes rakstu uz pretprasību, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 2. augustā,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu uz pretprasību, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 29. maijā,

ņemot vērā Vispārējās tiesas lietas dalībniekiem uzdotus rakstveida jautājumus un atbildes uz šiem jautājumiem, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegtas 2019. gada 1. un 4. februārī,

pēc tiesas sēdes 2019. gada 26. februārī

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

1 Prasītāja *Crédit Mutuel Arkéa* ir krājaizdevu sabiedrība.

2 Tā ietilpst *Crédit Mutuel* grupā, kas ir krājaizdevu sabiedrību kopums, kurš organizēts trīs teritoriālos līmeņos (vietējais, reģionālais un valsts līmenis) (turpmāk tekstā – “*Crédit Mutuel* grupa”). Katrai vietējai *Crédit mutuel* krājaizdevu sabiedrībai ir jābūt reģionālās federācijas dalībniecei, un katrai federācijai ir jāpievienojas *Confédération nationale du Crédit mutuel* (turpmāk tekstā – “*CNCM*”), kas ir tīkla centrālā iestāde *code monétaire et financier français* [Francijas Monetārā un finanšu kodeksa] (turpmāk tekstā – “*CMF*”) L.512-55. un L.512-56. panta izpratnē. Bankas, kas ietilpst *Crédit Mutuel* grupā, ir apvienojušās galvenokārt divās autonomās un konkurējošās grupās – *Crédit Mutuel Arkéa* un *CM11-CIC*.

3 2011. gada 5. maijā persona, kas iestājusies lietā, iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar grozīto Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.) (aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.)).

4 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums “Crédit Mutuel”.

5 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 9., 16., 35., 36., 38., 42. un 45. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

6 Apzīmējums “Crédit Mutuel” tika reģistrēts kā Eiropas Savienības individuāla preču zīme 2011. gada 20. oktobrī ar numuru 9943135, it īpaši attiecībā uz iepriekš 5. punktā minētajām precēm un pakalpojumiem.

7 2015. gada 26. februārī prasītāja, pamatojoties it īpaši uz Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu (tagad Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunkts), iesniedza pieteikumu par apstrīdētās preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, pamatojot, ka šī preču zīme bija reģistrēta, pārkāpjot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktu (tagad Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktu).

8 Ar 2016. gada 11. augusta lēmumu Anulēšanas nodaļa pilnībā noraidīja pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu, uzskatot, ka, pirmkārt, apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz vienu konkrēto preču un pakalpojumu daļu, bet tā ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem izmantošanas rezultātā un, otrkārt, ka šī preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz citām precēm un pakalpojumiem, kas neietilpst banku jomā.

9 2016. gada 20. septembrī prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu (tagad Regulas 2017/1001 66.–71. pants), iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl, pirmkārt, tā uzskatīja, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem, un, otrkārt, tā secināja, ka apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā tika uzskatīta par aprakstošu.

10 2017. gada 16. februāra atbildes apsvērumos persona, kas iestājusies lietā, lūdza Apelācijas padomei noraidīt apelācijas sūdzību un atcelt Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl tā uzskatīja, ka apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem.

11 Ar 2017. gada 8. novembra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) *EUIPO* Apelācijas piektā padome noraidīja apelācijas sūdzību.

12 Pirmkārt, tāpat kā Anulēšanas nodaļa tā uzskatīja, ka konkrēto sabiedrības daļu veido, pirmkārt, samērā uzmanīga un apdomīga plaša sabiedrība un, otrkārt, profesionāļi – vismaz attiecībā uz tehniskajiem vai specializētajiem produktiem un pakalpojumiem. Turklāt attiecībā uz dažiem pakalpojumiem, piemēram, finanšu vai nekustamo īpašumu pakalpojumiem, kuri, Apelācijas padomes ieskatā, varēja radīt būtiskas finansiālas sekas to lietotājiem, tā uzskatīja, ka plašai sabiedrībai piederošo patērētāju uzmanības līmenis ir augsts. Tā arī precizēja, ka, tā kā apstrīdētā preču zīme sastāvēja no vārdiem franču valodā, ir jāuzskata, ka konkrētais patērētājs, kas jāņem vērā, ir franču valodā runājošs patērētājs.

13 Otrkārt, Apelācijas padome uzskatīja, ka vārdu salikums “crédit mutuel” attiecas uz bankas darbības veidu, ko veic krājaizdevu sabiedrības, kuru darbības “[ir] identiskas tā saukto “klasisko” banku darbībām, lai gan tām [nav] tāds pats mērķis, proti, gūt finansiālu peļņu”. Līdz ar to Apelācijas padome uzskatīja, ka, tā kā apstrīdētajā preču zīmē ir norādīts, ka preces un pakalpojumi, uz kuriem tā attiecas, ir sniegti banku darbību ietvaros, tā ir aprakstoša attiecībā uz to veidu, mērķi vai paredzēto nolūku.

14 Treškārt, līdz ar to, sniedzot vispārēju pamatojumu par katru preču un pakalpojumu grupu, tā uzskatīja, ka apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša un bez atšķirtspējas attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem (turpmāk tekstā – “preces un pakalpojumi, kas ietilpst pirmajā kategorijā”), jo tos raksturoja pietiekami tieša un cieša saikne ar banku jomu:

– 9. klase: “automātiskas ierīces, kuras iedarbina, ievadot bankas karti, bankomāti; bankas kartes; mikroshēmu kartes, proti, atmiņas kartes vai viedkartes, vai magnētiskas kartes, vai mikroshēmu kartes, kas satur kredītvienības”;

– 35. klase: “uzņēmējdarbības konsultēšana, informācija vai pētījumi; atbalsta sniegšana rūpniecības uzņēmumiem un komercuzņēmumiem, brīvo profesiju pārstāvjiem, amatniekiem, pašvaldībām, privātpersonām to uzņēmējdarbībā; profesionālas darījumu konsultācijas; ekonomiskā, statistiskā

un komerciālā izpēte attiecībā uz finanšu, monetāro un biržu tirgiem, kas ir tostarp pieejama telemātiski, ar informātikas tīklu, interneta, intraneta un ekstraneta tīklu palīdzību; pakalpojumi saistībā ar drošu interneta vietņu abonēšanu, kuri ļauj piekļūt personīgajai banku un finanšu informācijai; failu, datu banku un bāžu, elektronisko profesionālo uzziņu krājumu pārvaldīšana bankas, finanšu, valūtas un biržas sektoros; finanšu produktu, vērtspapīru portfeļu biržā administratīvā pārvaldīšana, portfeļu administratīvā pārvaldīšana uz pilnvarojuma pamata; bankas kontu un kontu izrakstu pārbaudes pakalpojumi”;

– 36. klase: “finanšu darījumi; monetārie darījumi; banku darījumi; banku pakalpojumi tiešsaistē; bankas kontu pārvaldīšana; portfeļa pārvaldīšana; kredītkaršu un debetkaršu pakalpojumi; biržas brokeru pakalpojumi; finanšu novērtēšana (bankas), fiskālā novērtēšana un ekspertīze; parādu piedziņa; faktorings; ceļojuma čeku un kredītvēstuļu izsniegšana; finanšu, bankas, monetārie un biržas pakalpojumi, kas ir pieejami, izmantojot telefonu tīklus, datora sakaru tīklus; uzdevumu pieņemšana, izpilde un nosūtīšana trešo personu interesēs (emitenti un investori) attiecībā uz vienu vai vairākiem finanšu instrumentiem; vērtspapīru portfeļu pārvaldīšana; procentu likmju, valūtas maiņas un akciju tirgus finanšu analīze; informācijas un konsultāciju pakalpojumi investīciju un finanšu ieguldījumu jomā; finanšu investīciju un ieguldījumu pakalpojumi; valūtas maiņas biroji, vērtslietu depozīts, depozīts seifos; kapitālā pārvaldīšana; aizdevumu pakalpojumi; līzings; uzkrājumi; operācijas un pārskaitījumi finanšu tirgos; līdzekļu pārveduma pakalpojumi; drošu maksājumu pakalpojumi; akciju, obligāciju un PVKIU emisija un pārvaldīšana; bankas, finanšu un valūtas informācija, kas pieejama, izmantojot telemātikas līdzekļus, datortīklus, internetu, intranetu un ekstranetu”.

15 Tomēr tā tāpat kā Anulēšanas nodaļa uzskatīja, ka persona, kas iestājusies lietā, saskaņā ar Regulas Nr. 2017/1001 7. panta 3. punktu bija iesniegusi pierādījumus, kas var pierādīt apstrīdētās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju attiecībā uz pirmajā kategorijā ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem.

16 Ceturtkārt, tā uzskatīja, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša un tai ir atšķirtspēja attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem (turpmāk tekstā – “preces un pakalpojumi, kas ietilpst otrajā kategorijā”), jo tos raksturoja pietiekami specifiskas, tiešas, ciešas vai skaidras saiknes ar banku jomu neesamība:

– 9. klase: “ar žetoniem vai monētām darbināmi automāti; magnētiski, digitāli un optiski datu nesēji; lasāmatmiņas kompaktdiski, videodiski; programmatūra, jo īpaši informācijas apstrādes programmatūras; tiešsaistes informatīvie izdevumi”;

– 16. klase: “iespiedprodukcija; grāmatas; preses apskati; avīzes; žurnāli; salokāmi izdevumi no papīra, prospekti no papīra, plakāti, kalendāri, uzlīmes, drukātie reklāmas materiāli, veidlapas; biļeteni un drukātie abonementi”;

– 36. klase: “apdrošināšana; darījumi ar nekustamo īpašumu; pensiju fondi; apdrošināšanas starpniecība; finanšu novērtēšana (apdrošināšana un nekustamais īpašums); kustamā vai nekustamā īpašuma pārvaldīšana; finansiālā sponsorēšana”;

– 38. klase: “datu nosūtīšana un izplatīšana; tādas informācijas nosūtīšana, kas ir pieejama, izmantojot informātiskās un telemātiskās datubāzes un datu bāžu centrālserverus; informācijas sūtīšana, izmantojot pieejas kodu, uz informātiskām vai telemātiskām datu bāzēm vai datu bāžu centrālserveriem”;

– 42. klase: “datu drošas lejuplādēšanas pakalpojumi”;

– 45. klase: “juridiskie pakalpojumi; ar tiesvedību saistīti pakalpojumi; drošības pakalpojumi īpašuma un cilvēku aizsardzībai”.

Tiesvedība un lietas dalībnieku prasījumi

17 Prasītāja cēla šo prasību, 2018. gada 15. janvārī iesniedzot prasības pieteikumu Vispārējās tiesas kancelejā.

18 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai būtībā ir šādi:

– daļēji atcelt apstrīdēto lēmumu;

– noraidīt pretprasību;

– piespriest *EUIPO* un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

19 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– noraidīt prasību;

– noraidīt pretprasību;

– piespriest prasītājai un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

20 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– noraidīt prasību;

– apmierināt pretprasību un norādīt, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša un līdz ar to ir spēkā esoša;

– piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

Par pieņemamību

Par prasības pamatlietā priekšmetu

21 Atbildot uz Vispārējās tiesas rakstveida jautājumu un ņemot vērā *EUIPO* argumentu par prasības nepieņemamību, ciktāl tā attiecas uz 16. klasē ietilpstošajām precēm “plakāti, kalendāri, uzlīmes”, prasītāja norādīja, ka tās prasība neattiecas uz šīm precēm. Tas ir jāņem vērā.

22 Turklāt attiecībā uz 36. klasē ietilpstošajiem “banku darījumiem” prasītāja prasības pieteikumā norādīja, ka apstrīdētā preču zīme ir jāatzīst par spēkā neesošu attiecībā uz šiem pakalpojumiem, jo vārdu salikums “crédit mutuel” ir sugasvārds, bet Francijā tas arī likumiski apzīmē viena veida bankas pakalpojumu, un ka līdz ar to apstrīdētajai preču zīmei nav atšķirtspējas, un ka līdz ar to apstrīdētā preču zīme vismaz ir aprakstoša attiecībā uz minētajiem “banku darījumiem”.

23 *EUIPO* atsaucas uz šāda iebilduma nepieņemamību, pamatojoties uz to, ka, ņemot vērā šī sprieduma 14. punktā atgādināto Apelācijas padomes secinājumu, prasītājas mērķis ir panākt, lai Vispārējā tiesa taisa apstiprinošu spriedumu.

24 [Ar labojumu, kas izdarīts ar 2020. gada 30. janvāra rīkojumu] Atbildot uz Vispārējās tiesas rakstveida jautājumu, prasītāja norādīja, ka šīs prasības ietvaros tā neapstrīd Apelācijas padomes secinājumu par apstrīdētās preču zīmes aprakstošo raksturu attiecībā uz pirmajā kategorijā ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem, tostarp attiecībā uz “banku darījumiem”, kas ietilpst 36. klasē, bet vienīgi secinājumu, ka attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem tā esot ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Tas ir jāņem vērā.

Par pretprasības priekšmetu

25 *EUIPO* norāda, ka ar savu pretprasību persona, kas iestājusies lietā, lūdz Vispārējo tiesu norādīt, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst pirmajā kategorijā, un ka tā ir spēkā esoša. Šāds prasījums, ar kuru persona, kas iestājusies lietā, vēloties panākt, lai Vispārējā tiesa taisa deklarējošu spriedumu, būtu jānoraida kā nepieņemams.

26 Pretprasība būtu pieņemama tikai tad, ja Vispārējā tiesa būtu gatava interpretēt personas, kas iestājusies lietā, prasījumu tādējādi, ka tā mērķis faktiski ir grozīt apstrīdēto lēmumu, lai panāktu, ka pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu, pamatojoties uz Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, tiek noraidīts arī attiecībā uz pirmajā kategorijā ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem Apelācijas padome ir konstatējusi apstrīdētās preču zīmes aprakstošo raksturu.

27 2018. gada 4. septembra vēstulē, ar kuru persona, kas iestājusies lietā, lūdza rīkot tiesas sēdi, tā norādīja, ka tās prasības mērķis ir grozīt apstrīdēto lēmumu, ciktāl tas ir balstīts uz kļūdainu argumentāciju attiecībā uz apstrīdētajai preču zīmei raksturīgo aprakstošo raksturu.

28 Tiesas sēdē, atbildot uz Vispārējās tiesas jautājumu, prasītāja un *EUIPO* norādīja, ka tie neceļ iebildumus pret to, ka pretprasība tiek interpretēta kā tāda, kas vērsta uz apstrīdētā lēmuma grozīšanu, un tas tika atzīmēts tiesas sēdes protokolā.

29 Ir jānorāda, ka ar tādu prasījumu persona, kas iestājusies lietā, noteikti lūdz ne tikai apstrīdētā lēmuma grozīšanu, bet arī pēdējā minētā atcelšanu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 27. februāris, *Advance Magazine Publishers/*ITSB – *Nanso Group* (“TEEN VOGUE”), T-509/12, EU:T:2014:89, 16. punkts un tajā minētā judikatūra), kas turklāt ir izsecināms no pretprasības vienīgā pamata argumentiem, kurš būtībā ir par Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

Par atsevišķu prasības pieteikuma pielikumu pieņemamību

30 Tiesas sēdē *EUIPO* atsauca savus iebildumus par prasības pieteikuma A.47. un A.49. pielikumu pieņemamību, kas tika atzīmēts tiesas sēdes protokolā.

Par lietas būtību

31 Lai pamatotu savu prasību, prasītāja izvirza trīs pamatus. Pirmais pamats būtībā attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu. Otrais un trešais pamats būtībā attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 3. punktu.

32 Pretprasībā, kas iesniegta saskaņā ar Vispārējās tiesas Reglamenta 182. pantu, persona, kas iestājusies lietā, izvirza tikai vienu pamatu, kas būtībā attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

33 Tā kā ar pretprasības vienīgo pamatu persona, kas iestājusies lietā, apstrīd Apelācijas padomes secinājumu, ka apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša un tādējādi tai nepiemīt atšķirtspēja attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst pirmajā kategorijā, pirmkārt, ir jāizvērtē šis pamats. Pēc tam, otrkārt, ir jāizvērtē prasības pamatlietā pirmais pamats, kas attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, un, treškārt, ir jāizvērtē prasības pamatlietā otrais un trešais pamats kopā, jo tie būtībā attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 3. punktu.

Par pretprasības vienīgo pamatu, kas būtībā attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu

34 Persona, kas iestājusies lietā, būtībā norāda, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša un tātad tai ir atšķirtspēja attiecībā uz pirmajā kategorijā ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem.

35 Pirmkārt, tā apstrīd vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīmi konkrētās sabiedrības daļas uztverē, uz kuru atsaukusies Apelācijas padome.

36 Šajā ziņā tā vispirms norāda, ka vārdu salikums “crédit mutuel” nav definēts “Larousse” vārdnīcā, bet norāde uz to minētajā vārdnīcā attiecas uz *Crédit Mutuel* tīkla organizāciju, kuras centrālā iestāde ir persona, kas iestājusies lietā.

37 Turklāt šie vārdi neesot bankas produktu vai pakalpojumu apzīmējošs sugasvārds, jo tie neapzīmējot īpaša banku pakalpojuma veidu, bet konkrētā sabiedrības daļa tos uztverot kā atšķirtspējīgu apzīmējumu, kas ļauj identificēt preces un pakalpojumus, kuri satur šos vārdus, kā tādus, ko piedāvā *CNCM* vai *Crédit Mutuel* tīkls.

38 Otrkārt, tā uzskata, ka apstāklis, ka šie vārdi ir minēti *CMF*, tomēr tiem nepiešķir sugasvārda raksturu, lai vispārīgi apzīmētu krājaizdevu sabiedrības vai vienu no to banku darbībām, jo *CMF* noteikumi liecina, pirmkārt, ka vārdu salikums “crédit mutuel” nav definēts precīzi un tiek izmantots tikai, atsaucoties uz *CNCM* un *Crédit Mutuel* krājaizdevu sabiedrību tīklu, un, otrkārt, ka šis vārdu salikums ir paredzēts tikai *CNCM* un tās biedriem.

39 Treškārt, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka mutuālisma vēsturiskās teorijas neietekmē to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver apstrīdēto preču zīmi, un ka apstrīdētās preču zīmes iespējami izraisītās asociācijas ar krājaizdevu sabiedrības veidu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas pretprasība, nav nedz tiešas, nedz tūlītējas.

40 Prasītāja un *EUIPO* apstrīd personas, kas iestājusies lietā, argumentus un lūdz noraidīt pretprasības vienīgo pamatu.

41 Kā izriet no šī sprieduma 27. un 29. punkta, persona, kas iestājusies lietā, lūdz Vispārējo tiesu atcelt un grozīt apstrīdēto lēmumu, ciktāl tas, pēc tās domām, balstās uz kļūdainu argumentāciju attiecībā uz apstrīdētās preču zīmes raksturīgo aprakstošo raksturu.

42 Šajā ziņā vispirms ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunktu Eiropas Savienības preču zīmi paziņo par spēkā neesošu, ja *EUIPO* iesniegts attiecīgs iesniegums par to, ka tā reģistrēta pretrunā šīs regulas 7. panta noteikumiem.

43 Saskaņā ar Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu nereģistrē “preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības”.

44 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir vispārējo interešu mērķis, kas prasa, lai visi var brīvi izmantot norādes vai apzīmējumus, kuri apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, īpašības. Šī tiesību norma tātad neļauj rezervēt šādus apzīmējumus vai norādes tikai vienam uzņēmumam, reģistrējot tos kā preču zīmi (skat. spriedumu, 2003. gada 23. oktobris, ITSB/*Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31. punkts un tajā minētā judikatūra).

45 Turklāt apzīmējumi vai norādes, kas tirdzniecībā var tikt izmantoti, lai apzīmētu to preču vai pakalpojumu īpašības, attiecībā uz kuriem ir pieteikta reģistrācija, saskaņā ar Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu ir uzskatāmi par tādiem, kas nevar pildīt preču zīmes pamatfunkciju, proti, identificēt preces vai pakalpojuma komerciālo izcelsmi, tādējādi sniedzot iespēju patērētājam, kurš ir iegādājies ar preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu, vēlākas iegādes gadījumā atkārtoti izdarīt to pašu izvēli, ja pieredze ir bijusi pozitīva, vai izdarīt citādu izvēli, ja tā ir bijusi negatīva (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, *MacLean-Fogg*/ITSB (“LOKTHREAD”), T-339/05, nav publicēts, EU:T:2007:172, 28. punkts un tajā minētā judikatūra).

46 No tā izriet, ka, lai apzīmējumam būtu piemērojams iepriekš 43. punktā paredzētais aizliegums, tam jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez turpmākām pārdomām uztvert attiecīgo preču vai pakalpojumu vai kādas no to īpašībām aprakstu (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, *LOKTHREAD*, T-339/05, nav publicēts, EU:T:2007:172, 29. punkts un tajā minētā judikatūra).

47 Šajā ziņā ir jāprecizē, ka Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā izmantojot vārdus “veids, kvalitāte, daudzums, paredzētais nolūks, vērtība, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfiskā izcelsme vai laiks, un citas preču un pakalpojumu īpašības”, likumdevējs ir, pirmkārt, norādījis, ka šie vārdi visi ir jāuzskata par preču vai pakalpojumu īpašībām, un, otrkārt, precizējis, ka šis uzskaitījums nav izsmeļošs un var tāpat ņemt vērā ikvienu citu preču vai pakalpojumu īpašību (spriedums, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 49. punkts).

48 Tas, ka likumdevējs ir izvēlējies vārdu “īpašība”, rakstveidā parāda, ka apzīmējumi, uz ko attiecas minētā tiesību norma, nav apzīmējumi, kurus izmanto, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem lūgta reģistrācija, īpatnību, kas ir viegli atpazīstama starp ieinteresētajām personām. Tādējādi, atteikt apzīmējuma reģistrāciju, pamatojoties uz Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, var vienīgi tad, ja ir saprātīgi paredzams, ka vidusmēra ieinteresētā persona to atpazīs kā aprakstu vienai no minētajām īpašībām (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 50. punkts un tajā minētā judikatūra).

49 Visbeidzot ir jāatgādina, ka apzīmējuma aprakstošā rakstura izvērtējumu var veikt tikai, pirmkārt, saistībā ar to, kā to uztver konkrētā sabiedrības daļa, un, otrkārt, saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, *LOKTHREAD*, T-339/05, nav publicēts, EU:T:2007:172, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).

50 Līdz ar to ir jāizvērtē, vai Apelācijas padome apstrīdētajā lēmumā ir pamatoti atzinusi, ka vārdiskais apzīmējums “Crédit Mutuel” no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa bija aprakstošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst pirmajā kategorijā.

51 Pirmkārt, attiecībā uz konkrētās sabiedrības daļas noteikšanu ir jākonstatē, ka Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 39. un 40. punktā ir uzskatījusi, ka preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, ir paredzēti ne tikai plašai sabiedrībai, kas ir samērā uzmanīga un apdomīga, bet arī profesionāļiem vismaz attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir tehniski un specializēti. Apelācijas padome uzskatīja, ka šie pēdējie minētie izrāda lielāku uzmanību nekā plašā sabiedrība, iegādājoties minētos pakalpojumus. Turklāt attiecībā uz atsevišķiem pakalpojumiem, tādiem kā finanšu

vai nekustamā īpašuma pakalpojumi, kas var izraisīt būtiskas finansiālas sekas to lietotājiem, plašai sabiedrībai piederošo patērētāju uzmanības līmenis, veicot izvēli, ir drīzāk augsts. Apelācijas padome arī precizēja, ka, tā kā apstrīdētā preču zīme sastāv no vārdiem franču valodā, ir jāuzskata, ka konkrētais patērētājs, kas jāņem vērā, ir franču valodā runājošs patērētājs. Šajā konkrētās sabiedrības daļas definīcijā, kuru persona, kas iestājusies lietā, neapstrīd, nav pieļauta kļūda.

52 Otrkārt, attiecībā uz vārdu, kas veido apstrīdēto preču zīmi, nozīmi šādi definētas konkrētās sabiedrības daļas uztverē, pamatojoties uz vārdu “crédit” [aizdevums] un “mutuel” [savstarpējs] definīciju, kas sniegta vārdnīcas “Larousse” elektroniskajā versijā, un apstiprinošā veidā pamatojoties uz prasītājas iesniegtajiem dokumentiem, Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 46. un 47. punktā uzskatīja, ka “[šo vārdu] savienošana norāda uz ideju par kooperatīvu finanšu jomā, kura galvenā darbība ir piešķirt un nodrošināt finanšu kredītus vairāku kooperatīva biedru starpā, kas ir apvienojušies vienā struktūrā, ko apzīmē kā “uz mutuālisma principiem balstītu”, kurā ikviens lietotājs ir gan saņēmējs, gan īpašnieks”, un ka līdz ar to vārdu salikums “crédit mutuel” ir atsauce uz bankas darbības veidu, kuru veic krājaizdevu sabiedrības, kuru darbības ir identiskas tā saukto “klasisko” banku darbībām, lai gan tām nav tāds pats mērķis, proti, gūt finansiālu peļņu.

53 Visbeidzot, ņemot vērā šo vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīmi, Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 48. punktā secināja, ka apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst pirmajā kategorijā, attiecībā uz to veidu, mērķi un paredzēto nolūku, ciktāl tā skaidri atsaucas uz šīm precēm un pakalpojumiem, norādot, ka tie tiek piedāvāti banku darbības ietvarā. Turklāt apstrīdētā lēmuma 73. punktā Apelācijas padome norādīja, ka apstrīdētā preču zīme neļauj konkrētajai sabiedrības daļai identificēt minēto preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi un ka līdz ar to ir jāuzskata, ka tai nav atšķirtspējas attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem.

54 Lai apstrīdētu šo Apelācijas padomes secinājumu, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīme konkrētās sabiedrības daļas uztverē, ko izmanto Apelācijas padome, ir kļūdaina.

55 Šajā ziņā, pirmkārt, tā apgalvo, ka vārdu salikums “crédit mutuel” nav definēts “Larousse” vārdnīcā. Tomēr šādam apstāklim nav nozīmes, jo, kā Apelācijas padome ir norādījusi apstrīdētā lēmuma 41. punktā, kad runa ir par vārdu salikumu, vārdnīcās nav minētas visas iespējamās attiecīgo vārdu kombinācijas. Tādējādi Apelācijas padome pamatoti ir secinājusi, ka ir jāņem vērā šāda vārdu salikuma parastā un acīmredzamā nozīme.

56 Otrkārt, ir jānorāda, ka pretēji tam, ko apgalvo persona, kas iestājusies lietā, no apstrīdētā lēmuma neizriet ne tas, ka Apelācijas padome ir uzskatījusi, ka vārdisko elementu “crédit” un “mutuel” kombinācija ir bankas produktu vai pakalpojumu apzīmējošs sugasvārds, nedz arī tas, ka tā ir norādījusi, ka vārdu salikums “crédit mutuel” apzīmē “īpašu banku pakalpojuma veidu” īpaša aizdevuma veida, kas pastāv banku praksē, nozīmē. Norādot, ka apstrīdētā preču zīme atsaucas uz “bankas darbības veidu, kuru veic krājaizdevu sabiedrības”, Apelācijas padome ir balstījusies uz atšķirību starp tā dēvēto “klasisko” banku un tā dēvēto “uz mutuālisma principu pamata darbojošos” banku, kurām nav viens un tas pats mērķis, proti, gūt finansiālu peļņu, bet kuras veic tādas pašas banku darbības (piemēram, sniedz aizdevumu, kredītu vai finansējuma pakalpojumus).

57 No tā izriet, ka Apelācijas padomes secinājums attiecībā uz vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīmi konkrētās sabiedrības daļas uztverē nav kļūdains.

58 Turklāt šo secinājumu apstiprina *cour d’appel de Paris* [Parīzes Apelācijas tiesas] (Francija) apsvērumi 2018. gada 27. februāra spriedumā (lieta Nr. 16/14398), ko persona, kas iestājusies lietā, ir iesniegusi Vispārējai tiesai savas pretprasības pielikumā. Minētais spriedums tika pasludināts tiesvedībā par prasītājas pieteikumu par Francijas kolektīvās preču zīmes, kuras īpašniece ir persona, kas iestājusies lietā, spēkā neesamības atzīšanu, un kura sastāv no tiem pašiem vārdiem “crédit” un “mutuel”, no kuriem sastāv apstrīdētā preču zīme. Saskaņā ar apsvērumiem, ko šajā spriedumā izvirzījusi *cour*

d’appel de Paris, no *CMF*, it īpaši tā L.515-55. un R.512-20. panta, izriet, ka vārdu salikums “crédit mutuel” tajā ir izmantots, lai apzīmētu konkrētu bankas darbības veidu, kura mērķis ir piedāvāt banku pakalpojumus, ar kuriem tiek īstenoti krājaizdevu sabiedrību darbības principi. *Cour d’appel de Paris* piebilda, ka šajā ziņā neesot nozīmes tam, ka *CMF* nav paredzēta precīza “crédit mutuel” definīcija, jo šiem *CMF* lietotajiem vārdiem esot nozīme saistībā ar krājaizdevu sabiedrību priekšmeta definīciju, un ka *CMF* R.512-20. pantā esot definēti vispārējie krājaizdevu sabiedrību darbības principi, piemēram, bezpeļņas raksturs, krājaizdevu sabiedrību darbības ierobežošana noteiktā teritoriālā apgabalā vai viendabīgā kooperatīva biedru grupā un kooperatīva biedru atbildības noteikšana. Tādējādi *cour d’appel de Paris* uzskata, ka šo bankas darbības veidu, proti, krājaizdevu sabiedrību darbību, definē šie vispārējie principi.

59 Tātad nozīme, ko *cour d’appel de Paris* ir piešķīrusi vārdu salikumam “crédit mutuel”, kas veido Francijas preču zīmi, kuras īpašniece ir persona, kas iestājusies lietā, būtībā atbilst nozīmei, ko Apelācijas padome ir piemērojusi tiem pašiem vārdiem, kas veido apstrīdēto preču zīmi.

60 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, lai arī Eiropas Savienības preču zīmju sistēma ir autonoma sistēma, kuru veido īpašu normu kopums un kurai ir īpaši mērķi, un tās piemērošana ir neatkarīga no jebkādas valsts tiesību sistēmas, no judikatūras tāpat izriet, ka ne lietas dalībniekiem, ne Vispārējai tiesai Savienības tiesību interpretācijā nevar tikt liegts ietekmēties no elementiem, kas izriet no valsts judikatūras. Tādējādi, lai gan, piemērojot Eiropas Savienības preču zīmju tiesības, valsts iestāžu lēmumi nav saistoši, tie var tikt ņemti vērā, it īpaši, kā tas ir šajā lietā, lai novērtētu apstrīdēto preču zīmi veidojošo vārdu nozīmi konkrētās sabiedrības daļas uztverē (skat. spriedumu, 2014. gada 25. novembris, *UniCredit/*ITSB, T-303/06 RENV un T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, 91. punkts un tajā minētā judikatūra).

61 Otrkārt, persona, kas iestājusies lietā, apstrīd Apelācijas padomes secinājumu, ka, ņemot vērā tās nozīmi konkrētajai sabiedrības daļai, apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir saistīti ar banku darbībām. Tomēr argumenti, ko šajā ziņā ir izvirzījusi persona, kas iestājusies lietā, nav pārliecinoši.

62 Pirmkārt, attiecībā uz tās argumentu, ka konkrētā sabiedrības daļa uztver vārdu salikumu “crédit mutuel” kā atšķirtspējīgu apzīmējumu, kas ļauj identificēt ar to apzīmētās preces un pakalpojumus kā *CNCM* vai *Crédit Mutuel* tīkla preces un pakalpojumus, ir jākonstatē, ka uz to attiecas Regulas 2017/1001 7. panta 3. punkts, nevis tās 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts, jo [šī apzīmējuma] analīze nozīmē, ka ir jāizvērtē īpašības, ko apstrīdētā preču zīme būtu varējusi iegūt izmantošanas rezultātā konkrētās sabiedrības daļas uztverē, tādējādi, ka šī sabiedrības daļa identificētu attiecīgās preces un pakalpojumus kā *CNCM* vai *Crédit Mutuel* tīkla preces un pakalpojumus. Līdz ar to šādu argumentu nevar ņemt vērā, novērtējot raksturīgo aprakstošo raksturu.

63 Otrkārt, personas, kas iestājusies lietā, norādītajam faktam, ka vārdu salikuma “crédit mutuel” izmantošana esot reglamentēta vai pat rezervēta tikai vienam saimnieciskās darbības subjektam, nav nozīmes, vērtējot apstrīdētās preču zīmes raksturīgo aprakstošo raksturu vai tās atšķirtspēju. Šāds apstāklis neietekmē to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver un saprot vārdu salikumu “crédit mutuel” pašu par sevi attiecībā uz šajā lietā aplūkotajām precēm un pakalpojumiem, bet labākajā gadījumā varētu būt būtisks elements, pārbaudot to, vai apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, kas tai ļauj norādīt to preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi, kurus piedāvā konkrēts saimnieciskās darbības subjekts.

64 Treškārt, attiecībā uz personas, kas iestājusies lietā, argumentu, ar kuru tā pārmet Apelācijas padomei, ka tā ir pamatojusies uz mutuālisma teorijām, lai gan tām neesot nozīmes, analizējot konkrētās sabiedrības daļas uztveri, ir jākonstatē, ka no apstrīdētā lēmuma skaidri neizriet, ka Apelācijas padome ir pamatojusies uz prasītājas iesniegtajiem dokumentiem par mutuālisma teoriju, lai secinātu, ka vārdu salikums “crédit mutuel” norāda uz konkrētu banku darbības veidu, kuru veic krājaizdevu sabiedrības, ne arī tas, ka, pat ja tas tā būtu, šie dokumenti ir bijuši izšķiroši, lai izdarītu šādu secinājumu.

65 Katrā ziņā, pat ja Apelācijas padome būtu balstījusies konkrēti uz minētajiem dokumentiem, lai apstiprinātu savu secinājumu par vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīmi, ir jānorāda, ka mutuālisma teorijās ir aprakstīti vispārējie principi, ko ievēro krājaizdevu sabiedrības, un tādējādi tās apstiprina Apelācijas padomes secinājumu, saskaņā ar kuru vārdu salikums “crédit mutuel” apzīmē bankas darbības veidu, ko veic krājaizdevu sabiedrības, kuru darbības ir identiskas tā saukto “klasisko” banku darbībām, lai gan tām nav tāds pats mērķis, proti, gūt finansiālu peļņu. Līdz ar to ir jānoraida personas, kas iestājusies lietā, arguments par to, ka mutuālisma teorijām neesot nozīmes, izvērtējot, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver apstrīdēto preču zīmi veidojošo vārdu nozīmi.

66 Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, ir jānoraida vienīgais pamats, ko izvirzījusi persona, kas iestājusies lietā, un līdz ar to ir jānoraida arī pretprasība.

Par prasības pamatlietā pirmo pamatu, kas attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu

67 Ņemot vērā iepriekš 21. un 24. punktā atgādinātos precizējumus, ir jānorāda, ka šī pamata ietvaros prasītāja apstrīd Apelācijas padomes secinājumu, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst otrajā kategorijā, izņemot “plakātus, kalendārus, uzlīmes”, kas ietilpst 16. klasē.

68 Šajā ziņā prasītāja norāda, ka šīs preces un pakalpojumi tiek parasti piedāvāti banku darbības ietvaros vai vismaz tos var piedāvāt, kas izrietot no tā, ka *CNCM* ir lūgusi reģistrēt apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz minētajām precēm un pakalpojumiem. Līdz ar to apstrīdētā preču zīme esot aprakstoša Vispārējās tiesas judikatūras izpratnē attiecībā uz vienu no šo preču un pakalpojumu īpašībām, proti, to paredzēto nolūku, jo to mērķis var būt krājaizdevu sabiedrību darbība, un tāpēc tā ir jāatzīst par spēkā neesošu.

69 Prasītāja arī norāda, ka, tā kā nav konstatēts apstrīdētās preču zīmes aprakstošais raksturs attiecībā uz šīm pēdējām minētajām precēm un pakalpojumiem, *CNCM* varētu aizliegt visiem uzņēmējiem izmantot vārdu salikumu “crédit mutuel” krājaizdevu sabiedrību darbības īstenošanas ietvaros. Tas būtu pretrunā judikatūrai, saskaņā ar kuru jebkuram uzņēmējam, kas nākotnē var piedāvāt preces vai pakalpojumus, kuri konkurē ar tiem, attiecībā uz kuriem ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, ir jābūt iespējai brīvi izmantot apzīmējumus vai norādes, kas var kalpot viņa preču vai pakalpojumu īpašību aprakstam.

70 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus un lūdz šo pamatu noraidīt.

71 Tādējādi ir jāizvērtē, vai, ņemot vērā iepriekš 44.–49. punktā atgādināto judikatūru, vārdiskais apzīmējums “Crédit Mutuel” no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa ir aprakstošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst otrajā kategorijā, izņemot 16. klasē ietilpstošos “plakātus, kalendārus, uzlīmes”, attiecībā uz kuriem šis secinājums nav apstrīdēts, kā to apgalvo prasītāja pretēji tam, ko ir norādījusi Apelācijas padome apstrīdētajā lēmumā.

72 Šajā ziņā ir jānorāda, ka prasītāja nav apstrīdējusi konkrētās sabiedrības daļas definīciju un vārdu salikuma “crédit mutuel” nozīmi, kurus Apelācijas padome ir pamatoti izmantojusi apstrīdētajā lēmumā un kas ir atgādināti 51. un 52. punktā.

73 Attiecībā uz jautājumu, vai no apstrīdētās preču zīmes nozīmes un otrajā kategorijā ietilpstošo preču un pakalpojumu rakstura izriet, ka apzīmējums “Crédit Mutuel” var aprakstīt šo preču un pakalpojumu paredzēto nolūku, kā to apgalvo prasītāja, ir jānorāda turpmāk minētais.

74 Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 60.–64. punktā būtībā norādīja, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst otrajā kategorijā, jo, lai gan tos var izmantot vai piedāvāt banku darbību ietvaros, no tiem nevar izsecināt, ka tie ir saistīti ar banku nozari. Apelācijas padome uzskatīja, ka nevar uzskatīt, ka apstrīdētā preču zīme satur acīmredzamu un tiešu informāciju par minēto preču un pakalpojumu veidu, mērķi un paredzēto nolūku.

75 Ir svarīgi konstatēt, ka, lai gan prasītāja norāda, ka otrajā kategorijā ietilpstošās preces un pakalpojumus “parasti piedāvā banku darbības ietvaros” vai “tos var piedāvāt”, tā nav iesniegusi nevienu konkrētu argumentu, lai apstrīdētu iepriekš 74. punktā atgādināto Apelācijas padomes vērtējumu vai lai konkrēti pierādītu, kādā veidā šīs preces un pakalpojumi, kas ietilpst otrajā kategorijā, varētu kalpot, lai īstenotu banku darbības.

76 Pirmkārt, pretēji prasītājas apgalvojumam, ar to vien, ka preču zīmes īpašnieks ir lūdzis reģistrēt apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem, nepietiek, lai pierādītu, ka tie tiek parasti piedāvāti banku darbības ietvaros.

77 Otrkārt, attiecībā uz apgalvojumu, ka otrajā kategorijā ietilpstošās preces un pakalpojumi “varētu” tikt piedāvāti banku darbības ietvaros, ir jānorāda, ka, protams, apzīmējumiem un norādēm, kas veido Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā minēto preču zīmi, reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī nav obligāti jābūt izmantotām, lai aprakstītu preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem ir iesniegts pieteikums, vai lai raksturotu šīs preces vai pakalpojumus. Kā norāda šīs tiesību normas redakcija, pietiek ar to, ka šos apzīmējumus un norādes var izmantot šādos nolūkos (spriedums, 2003. gada 23. oktobris, ITSB/*Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 32. punkts). Piemērojot minēto noteikumu, ir jāatsaka vārdiska apzīmējuma reģistrācija vai tā ir jāatceļ, ja vismaz vienā no tā iespējamām nozīmēm apzīmējums norāda uz attiecīgo preču vai pakalpojumu raksturīgajām īpašībām (spriedums, 2017. gada 14. decembris, *GeoClimaDesign/EUIPO – GEO* (“GEO”), T-280/16, nav publicēts, EU:T:2017:913, 29. punkts).

78 Tomēr, kā izriet no 46. punktā atgādinātās judikatūras, lai uz apzīmējumu attiektos Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais aizliegums, tam jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez turpmākām pārdomām uztvert attiecīgo preču vai pakalpojumu vai kādas no to īpašībām aprakstu.

79 Prasītāja nav iesniegusi nevienu konkrētu pierādījumu, lai pierādītu, ka pastāv šāda tieša un konkrēta saikne starp apstrīdēto preču zīmi un precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst otrajā kategorijā, izņemot “plakātus, kalendārus, uzlīmes”, kas ietilpst 16. klasē. Prasītājas izvirzītais fakts vien, ka šīs preces un pakalpojumi var kalpot, lai īstenotu banku darbības, nav pietiekams, lai pierādītu, ka pastāv pietiekami tieša un konkrēta saikne starp apstrīdēto preču zīmi un attiecīgajām precēm un pakalpojumiem tādējādi, ka konkrētā sabiedrības daļa uztvertu šo preču zīmi uzreiz un bez turpmākām pārdomām, kā, piemēram, minēto preču un pakalpojumu paredzēto nolūku.

80 Kā pamatoti norādīja Apelācijas padome, otrajā kategorijā ietilpstošās preces un pakalpojumi noteikti ir vai var tikt piedāvāti banku darbību ietvaros. Tomēr tie nav paredzēti tikai šādām darbībām vai nav īpaši saistīti ar šādām darbībām, bet tos var izmantot daudzās citās darbībās, tādējādi, ka konkrētā sabiedrības daļa neuztvers uzreiz un bez turpmākām pārdomām preču zīmi “Crédit Mutuel”, kas norāda uz banku darbības veidu, kā tas ir norādīts iepriekš 52. punktā, kā tādu, kas apzīmē šīs preces un pakalpojumus vai kādu no to īpašībām, piemēram, to paredzēto nolūku.

81 Šo secinājumu neatspēko argumenti, ko prasītāja izvirza, balstoties uz Vispārējās tiesas judikatūru.

82 Proti, 2010. gada 9. septembra spriedumā *Nadine Trautwein Rolf Trautwein/*ITSB (“Hunter”) (T-505/08, nav publicēts, EU:T:2010:378), uz kuru atsaucas prasītāja, ir taisnība, ka Vispārējā tiesa 37.–40. punktā konstatēja, ka 25. klasē ietilpstošās preces “var izmantot tostarp medībām vai var būt saistītas ar šo nodarbi” un ka attiecīgais apzīmējums ir aprakstošs, jo tas “apzīmē[ja] attiecīgo preču paredzēto nolūku un kvalitātes līmeni un līdz ar to dažas to būtiskākās iezīmes”.

83 Tomēr Vispārējās tiesas secinājums, ka konkrētā sabiedrības daļa, ko veido mednieki, varēja uzreiz un bez turpmākām pārdomām uztvert apzīmējumu “Hunter” kā tādu, kas norāda, ka “apģērbi atpūtai, iekštelpu un sporta apģērbi”, “vidukļa jostas” un “pieressaites [apģērbs]”, kas ietilpst 25. klasē, kaut arī tie neesot speciāli izstrādāti medībām, bija īpaši piemēroti medībām un to kvalitātes līmenis bija piemērots medībām un ka līdz ar to vārdiskais apzīmējums “Hunter” bija aprakstošs, ciktāl tas apzīmēja attiecīgo preču paredzēto nolūku un kvalitātes līmeni, balstījās uz iepriekšēju konstatāciju, ka precēm, kas paredzētas medniekiem un ko izmanto medībām, ir jāatbilst īpašiem funkcionāliem kritērijiem, un mednieku apģērbu bieži raksturo tā augstā kvalitāte, kas piemērota lietošanai ārā.

84 Tādējādi no šī sprieduma izriet, ka saikne starp apzīmējumu un attiecīgajām precēm tika uzskatīta par pietiekami tiešu un konkrētu, pamatojoties uz apzīmējuma nozīmi, kas norādīja uz medībām, kā arī uz apstākli, ka medībām izmantotajam apģērbam piemīt īpašas pazīmes, kas konkrētajai sabiedrības daļai ļāva uztvert minēto apzīmējumu kā tādu, kas apraksta attiecīgo preču kvalitāti un paredzēto nolūku.

85 Savukārt prasītāja nav iesniegusi nevienu konkrētu elementu, lai pierādītu, kā šis Vispārējās tiesas vērtējums būtu attiecināms uz šo lietu. Konkrētāk, tā nekādā veidā nepierāda, ka banku darbības īpaša pazīme, uz ko norāda apstrīdētā preču zīme, ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez turpmākām pārdomām konstatēt saikni starp šo preču zīmi un kādu no preču un pakalpojumu, kas nav īpaši paredzēti banku darbībām, būtiskajām iezīmēm.

86 Tāpat prasītāja nav pierādījusi, kā Vispārējās tiesas vērtējums 2009. gada 19. novembra spriedumā *Clearwire/*ITSB (“CLEARWIFI”) (T-399/08, nav publicēts, EU:T:2009:458) ļautu pierādīt, ka pastāv tūlītēja saikne starp apstrīdēto preču zīmi un precēm un pakalpojumiem, kas nav specifiski saistīti ar banku jomu. Šajā pēdējā spriedumā Vispārējā tiesa konstatēja, ka konkrētā sabiedrības daļa, pirmkārt, var uztvert apzīmējumu “CLEARWIFI” kā tādu, kas apzīmē bezvadu tehnoloģiju, kura sniedz skaidru piekļuvi bez traucējumiem, piemēram, internetam, un, otrkārt, konstatēt bez grūtībām saikni starp minēto apzīmējumu un īpašu telekomunikāciju pakalpojumu, proti, piekļuvi internetam, kā arī starp minēto apzīmējumu un vienu no šī pakalpojuma iezīmēm, proti, traucējumu neesamību. Līdz ar to Vispārējā tiesa uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa varēja uztvert preču zīmi “CLEARWIFI” kā norādi uz attiecīgo pakalpojumu kvalitāti un paredzēto nolūku.

87 Prasītāja neizvirza nevienu argumentu, kas ļautu uzskatīt, ka šis Vispārējās tiesas vērtējums, kas balstīts uz pakalpojumu īpašu pazīmi, kura aptverta ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi un uz kuru norādīja attiecīgais apzīmējums, būtu attiecināms uz šo lietu.

88 Līdz ar to Apelācijas padome pamatoti uzskatīja, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst otrajā kategorijā, uz kuriem atsaucas prasītāja.

89 It īpaši attiecībā uz pakalpojumiem, kas saistīti ar apdrošināšanu un kas ietilpst 36. klasē, proti, “apdrošināšanas risku parakstīšanas”, “noguldījumu fondu pakalpojumu”, “apdrošināšanas starpniecības” un “finanšu novērtēšanas (apdrošināšana)” pakalpojumi, Apelācijas padomes vērtējumā apstrīdētā lēmuma 63. punktā arī nav pieļauta kļūda. Protams, ir taisnība, kā apgalvo prasītāja, ka apdrošināšanas joma ietilpst finanšu nozarē un ka apdrošināšanas pakalpojumus piedāvā bankas, konkrēti, *Crédit Mutuel* grupā ietilpstošās bankas. Turklāt diezgan bieži vienā ekonomiskajā grupējumā ietilpst gan finanšu iestādes, gan apdrošināšanas sabiedrības. Tāpat ir taisnība, ka dažos savos lēmumos par reģistrācijas atteikuma relatīvajiem pamatiem *EUIPO* instances ir secinājušas, ka banku pakalpojumi un ar apdrošināšanu saistīti pakalpojumi ir līdzīgi.

90 Tomēr ir svarīgi norādīt, tāpat kā to ir darījusi Apelācijas padome, ka apdrošināšanas darbībām un banku darbībām ir atšķirīgi mērķi, jo apdrošināšanas pakalpojumu mērķis ir saglabāt jebkāda veida aktīvus neparedzētos gadījumos, kamēr banku pakalpojumu mērķis ir finanšu aktīvu pārvalde un vērtības palielināšana. Līdz ar to prasītājai bija jāsniedz pierādījumi, kas ļautu konstatēt, ka, it īpaši ņemot vērā faktu, ka apdrošināšanas pakalpojumus bieži piedāvā bankas, konkrētā sabiedrības daļa uzreiz un bez turpmākām pārdomām uztvertu apstrīdēto preču zīmi kā tādu, kas apraksta arī apdrošināšanas pakalpojumus, kuri neietilpst bankas “tradicionālajā” darbības jomā, vai apraksta vienu no šo pakalpojumu pazīmēm, piemēram, to, ka tos piedāvā krājaizdevu sabiedrība atbilstoši krājaizdevu sabiedrības darbības principiem, kas reglamentē tās darbību. Proti, tā kā, ņemot vērā Regulas 2017/1001 59. un 62. panta noteikumus, uz Eiropas Savienības preču zīmi attiecas spēkā esamības prezumpcija līdz brīdim, kad tā spēkā neesamības atzīšanas procesā ir atzīta par spēkā neesošu, personai, kas iesniegusi pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu, ir jāiesniedz *EUIPO* konkrēti pierādījumi, kas ļautu apšaubīt tās spēkā esamību (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2016. gada 28. septembris, *European Food/EUIPO – Société des produits Nestlé* (“FITNESS”), T-476/15, EU:T:2016:568, 47. un 48. punkts un tajā minētā judikatūra).

91 Ar abstraktu atsauci uz darbību, kas ir pazīstama ar nosaukumu “bancassurance” [banku piedāvāta apdrošināšana], kā izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2002/92/EK (2002. gada 9. decembris) par apdrošināšanas starpniecību (OV 2003, L 9, 3. lpp.) 9. apsvēruma, uz kuru atsaucas prasītāja, vai ar to, ka dažos savos lēmumos par reģistrācijas atteikuma relatīvajiem pamatiem *EUIPO* instances ir konstatējušas, ka banku pakalpojumi un ar apdrošināšanu saistīti pakalpojumi ir līdzīgi, nepietiek, lai konkrēti pierādītu, ka konkrētā sabiedrības daļa apstrīdēto preču zīmi uztver kā tādu, kas apraksta arī šos pēdējos minētos pakalpojumus.

92 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, prasības pamatlietā pirmais pamats ir jānoraida.

Par prasības pamatlietā otro un trešo pamatu, kas attiecas uz Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta pārkāpumu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 3. punktu

93 Otrā un trešā pamata ietvaros prasītāja būtībā pārmet Apelācijas padomei Regulas 2017/1001 59. panta 2. punkta un minētās regulas 7. panta 3. punkta pārkāpumu, jo tā esot nepamatoti secinājusi, ka apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā bija ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst pirmajā kategorijā, attiecībā uz kuriem tā bija secinājusi, ka tā bija aprakstoša un bez atšķirtspējas.

94 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas 2017/1001 7. panta 3. punktu, ja preču zīmei *ab initio* nav atšķirtspējas, tā to var iegūt attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem tās izmantošanas rezultātā. Šādu atšķirtspēju var iegūt, it īpaši noslēdzoties parastajam procesam, kurā attiecīgā sabiedrības daļa iepazīstas ar preču zīmi. No minētā izriet, ka, lai novērtētu, vai preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir jāņem vērā visi apstākļi, kuriem pastāvot, konkrētā sabiedrības daļa sastopas ar šo preču zīmi (spriedumi, 2006. gada 22. jūnijs, *Storck/*ITSB, C-24/05 P, EU:C:2006:421, 70. un 71. punkts, un 2014. gada 21. maijs, *Bateaux mouches/*ITSB (“BATEAUX-MOUCHES”), T-553/12, nav publicēts, EU:T:2014:264, 58. punkts).

95 Tāpat Regulas 2017/1001 59. panta 2. punktā konkrēti ir noteikts, ka, ja Eiropas Savienības preču zīme ir reģistrēta, pārkāpjot šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta prasības, to tomēr var neatzīt par spēkā neesošu, ja tās izmantošanas rezultātā tā ir ieguvusi atšķirtspēju saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz ko tā ir reģistrēta.

96 Preču zīmes atšķirtspējas iegūšanai izmantošanas rezultātā ir vajadzīgs, lai vismaz vērā ņemama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties preču zīmei, identificē attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādus, kuras ražojis vai sniedzis konkrētais uzņēmums (spriedumi, 2013. gada 1. februāris, *Ferrari/*ITSB (“PERLE”), T-104/11, nav publicēts, EU:T:2013:51, 37. punkts, un 2013. gada 22. marts, *Bottega Veneta International/*ITSB (Rokas somas forma), T-409/10, nav publicēts, EU:T:2013:148, 75. punkts).

97 Atšķirtspējas iegūšana izmantošanas rezultātā ir jāizvērtē stingri un precīzi. Reģistrācijas pieteikuma iesniedzējam ir jāpierāda, ka šī preču zīme viena pati, pretstatā jebkurai citai preču zīmei, kas arī var pastāvēt, norāda uz preču izcelsmi (spriedums, 2015. gada 16. septembris, *Société des Produits Nestlé*, C-215/14, EU:C:2015:604, 66. punkts).

98 Dažādie iebildumi, ko izvirzījusi prasītāja saistībā ar otro un trešo pamatu, var tikt sagrupēti vairākos iebildumos. Tādējādi pirmais iebildums būtībā ir par to, ka apstrīdētā preču zīme nevar iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Otrais iebildums attiecas uz preču zīmes izmantošanas neesamību tādā formā, kādā tā ir reģistrēta. Trešais iebildums attiecas uz to, ka preču zīme nav izmantota kā izcelsmes norāde un kā preču zīme. Ceturtais iebildums attiecas uz pierādījumu nepietiekamību saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā attiecībā uz katru preci un pakalpojumu, attiecībā uz kuriem apstrīdētajai preču zīmei nebija atšķirtspējas *ab initio*, vai uz šo pierādījumu izvērtēšanas, ko veica Apelācijas padome, visaptveroša rakstura nepietiekamību.

– Par neiespējamību apstrīdētajai preču zīmei iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā

99 Otrā pamata ietvaros prasītāja būtībā apgalvo, ka apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā nevar iegūt atšķirtspēju, jo no *CMF* noteikumiem izriet, ka vārdu salikums “crédit mutuel”, pirmkārt, likumiski un kā sugas vārds apzīmē, no vienas puses, krājaizdevu sabiedrību banku darbības un, no otras puses, krājaizdevu sabiedrības, kas ir organizētas tīklā un kuru darbība ir savstarpējā kredīta izsniegšana. Turklāt neviens no *CMF* noteikumiem neatļaujot *CNCM* piesavināties šos vārdus, radot neizdevīgāku stāvokli citiem uzņēmumiem, kas veic vai var veikt savstarpējā kredīta izsniegšanas darbību. Līdz ar to, tā kā Francijas likumdevējs esot vēlējies atstāt šos vārdus bez [īpašnieku] tiesībām, ņemot vērā to nozīmi un mērķi, ciktāl citiem uzņēmējiem ir vai var būt ar likumu atļauts tos lietot, vārdu salikumu “crédit mutuel” nevarot piesavināties un tas nevarot iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

100 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.

101 Saistībā ar šo iebildumu prasītāja būtībā pārmet Apelācijas padomei, ka tā nav noteikusi visas *CMF* sekas, no kura izrietot, ka Francijas likumdevējs esot vēlējies ļaut jebkuram uzņēmumam, kurš vēlas veikt savstarpējā kredīta izsniegšanas darbību, izmantot vārdu salikumu “crédit mutuel”.

102 Šajā ziņā no judikatūras izriet, ka Regulas 2017/1001 7. panta 3. punktā paredzētajā gadījumā tas, ka konkrētā sabiedrības daļa faktiski uztver attiecīgo preču zīmi veidojošo apzīmējumu kā kādas preces vai pakalpojuma komerciālās izcelsmes norādi, ir preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja ekonomisko centienu rezultāts. Šis apstāklis pamato to, ka tiek noraidīti šī paša panta 1. punkta b)–d) apakšpunkta pamatā esošie vispārējo interešu apsvērumi, ar kuriem ir noteikta prasība, lai šajās tiesību normās minētās preču zīmes varētu izmantot brīvi, lai izvairītos no neleģitīmas konkurences priekšrocības radīšanas tikai vienam saimnieciskās darbības subjektam (skat. spriedumu, 2016. gada 15. decembris, *Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé* (Šokolādes tāfelītes forma), T-112/13, nav publicēts, EU:T:2016:735, 67. punkts un tajā minētā judikatūra).

103 Līdz ar to ir svarīgi norādīt, ka Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunkta pamatā esošie vispārējo interešu apsvērumi, ar kuriem ir noteikta prasība, ka apzīmējumi, kas ir aprakstoši, kas pēc būtības nav atšķirtspējīgi vai kas ir kļuvuši parasti, ir jāatstāj brīvi, ir precīzi noraidīti, piemērojot šīs regulas 7. panta 3. punktu.

104 Turklāt ir jānorāda, tāpat kā to dara *EUIPO*, ka ne Regulā 2017/1001, ne Savienības tiesu judikatūrā nav paredzēts, ka apzīmējumam ir jābūt ar zināmu “potenciālu”, lai iegūtu atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, un vēl jo mazāk, ka Regulas 2017/1001 7. panta 3. punkts nav piemērojams, ja preču zīmi veido vārdi, kas apzīmē reglamentētu darbību. Nekas ne Regulas 2017/1001 7. panta 3. punkta formulējumā, ne arī kādā citā Regulas 2017/1001 tiesību normā neļauj konstatēt, ka dažu vārdu likumiska atzīšana izslēdz to, ka tie var iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

105 No tā izriet, ka Savienības tiesībās ir paredzēta iespēja jebkuram apzīmējumam, kuram *ab initio* nav atšķirtspējas atbilstoši Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktam, iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, pat ja vārdi, no kuriem sastāv strīdīgais apzīmējums, apzīmē darbību, kas ir reglamentēta likumā.

106 Tādējādi šis prasītājas arguments ir jānoraida, jo tas ierobežotu Regulas 2017/1001 7. panta 3. punkta piemērošanas jomu.

107 Līdz ar to šis iebildums ir jānoraida.

– Par preču zīmes izmantošanas neesamību tādā formā, kādā tā ir reģistrēta

108 Prasītāja norāda, ka tikai vārdu “crédit” un “mutuel” kombinācija nevar pildīt preču zīmes pamatfunkciju, proti, norādīt preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi, kas konkrēti izrietot no fakta, ka apstrīdētā preču zīme vienmēr ir tikusi izmantota rakstveidā ar papildu grafiskiem elementiem, piemēram, logotipiem, vai kopā ar saukļiem. Tātad tikai šie pēdējie minētie ļaujot noteikt preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi. No tā prasītāja būtībā secina, ka šī apstrīdētās preču zīmes izmantošana kā kombinētu preču zīmju daļai tai neļauj iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

109 *EUIPO* norāda – ja Vispārējā tiesa apstiprinātu, ka apstrīdētā preču zīme ir tikusi izmantota “kā individuāla preču zīme”, proti, tādā veidā, kas garantē patērētājam, ka attiecīgās preces vai pakalpojumus piedāvā preču zīmes īpašnieks kā viens uzņēmums, kurš ir atbildīgs par to kvalitāti, prasītājas izvirzītie argumenti par preču zīmes izmantošanas formu būs jānoraida. Šādā gadījumā fakts, ka apstrīdētā preču zīme ir tikusi izmantota mazliet stilizētā formā un apvienojumā ar attiecīgajiem papildu grafiskajiem un vārdiskajiem elementiem, nav noteicošs, jo preču zīmes īpašnieks aptaujas veikšanas rezultātā ir pierādījis, ka tieši vārdi “crédit” un “mutuel” ir tie, kas nozīmīgai konkrētās sabiedrības daļai asociējas ar ideju par banku.

110 Persona, kas iestājusies lietā, attiecībā uz vārdiskas preču zīmes “Crédit Mutuel” izmantošanu kombinētu preču zīmju ietvaros atgādina, ka atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai preču zīmes atšķirtspēja var tikt iegūta šīs preču zīmes kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļas izmantošanas rezultātā vai šīs sastāvdaļas izmantošanas kopā ar šo preču zīmi rezultātā un ka preču zīmes vārdiskie elementi principā ir atšķirtspējīgāki nekā grafiskie elementi. Līdz ar to vārdiskais elements “crédit mutuel” esot vieglāk iegaumējams par logotipiem vai saukļiem, kuriem esot tikai otršķirīga loma.

111 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka atšķirtspējas iegūšana tāpat var izrietēt gan no tā, ka tiek izmantots kāds elements, kas ir reģistrētas preču zīmes sastāvdaļa, gan arī no tā, ka atsevišķa preču zīme tiek izmantota kopā ar reģistrētu preču zīmi. Abos gadījumos pietiek ar to, ka šīs izmantošanas rezultātā ieinteresētās personas ar pieteikto preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu faktiski uztver kā tādu, ko ražo vai sniedz attiecīgais uzņēmums (spriedumi, 2005. gada 7. jūlijs, *Nestlé*, C-353/03, EU:C:2005:432, 30. punkts, un 2008. gada 17. jūlijs, *L &D/*ITSB, C-488/06 P, EU:C:2008:420, 49. punkts).

112 Tādējādi neatkarīgi no jautājuma, vai lietošana attiecas uz apzīmējumu kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļu vai apzīmējumu kopā ar šo preču zīmi, pamata nosacījums ir tāds, ka šīs izmantošanas rezultātā apzīmējums ieinteresēto personu uztverē var apzīmēt preces, uz kurām tas ir izvietots, kā tādas, ko ražo konkrēts uzņēmums (spriedums, 2015. gada 16. septembris, *Société des Produits Nestlé*, C-215/14, EU:C:2015:604, 65. punkts).

113 Apstrīdētā lēmuma 111. un 112. punktā Apelācijas padome norādīja, ka, pat ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota tādā formā, kas atšķiras no tās, kādā tā ir reģistrēta, šis apstāklis šajā lietā neietekmē secinājumu, ka šāda izmantošana varētu ļaut apstrīdētajai preču zīmei iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Apelācijas padome uzskatīja, ka elementi, ar kuriem apstrīdētā preču zīme tika izmantota, proti, grafiskas formas vai citu vārdisku preču zīmju saukļu veidā pievienošana, nemaina tās atšķirtspēju.

114 Lai arī prasītāja neapstrīd principu, saskaņā ar kuru preču zīmes atšķirtspēja var tikt iegūta šīs preču zīmes kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļas izmantošanas rezultātā vai šīs sastāvdaļas izmantošanas kopā ar šo preču zīmi rezultātā, tā, pamatojoties uz judikatūru, norāda, ka ir arī nepieciešams, lai konkrētā sabiedrības daļa uztver preču zīmes daļu vai preču zīmi, kura ir nošķirta no tās, ar kuru tā bija kombinēta, aplūkojot to atsevišķi, kā tādu, kas norāda uz preces vai pakalpojuma, kuru tā apzīmē, izcelsmi.

115 Šajā ziņā ir jānorāda, kā to dara prasītāja, ka tās preču zīmes īpašniekam, attiecībā uz kuru tiek lūgts atzīt spēkā neesamību, ir jāpierāda, ka šī preču zīme viena pati, pretstatā jebkurai citai preču zīmei, kas arī var pastāvēt, norāda uz preču izcelsmi (spriedums, 2015. gada 16. septembris, *Société des Produits Nestlé*, C-215/14, EU:C:2015:604, 66. punkts).

116 Līdz ar to šajā lietā iepriekš 113. punktā atgādinātā Apelācijas padomes secinājuma pamatotība, kā būtībā apgalvo *EUIPO*, ir atkarīga no tā, vai apstrīdētā preču zīme ir tikusi izmantota tā, ka šī preču zīme viena pati norāda attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi, garantējot patērētājam, ka tos ražo vai sniedz konkrēts uzņēmums.

117 Šis jautājums tiks izvērtēts otrā un trešā pamata trešā iebilduma izvērtējuma ietvaros.

– Par apstrīdētās preču zīmes neizmantošanu kā izcelsmes norādi un neizmantošanu kā preču zīmi

118 Otrā pamata ietvaros prasītāja būtībā apgalvo, ka pretēji tam, ko ir norādījusi Apelācijas padome, “*Crédit Mutuel* kopums” neapzīmē *CNCM*, kas ir centrālā iestāde, kura neveic banku darbību un kura patērētājam nav zināma, bet apzīmē, kā norādīts *CMF*, krājaizdevu sabiedrības kopumā, kuras galvenokārt apvienojušās divās autonomās un konkurējošās grupās – *Crédit Mutuel Arkéa* un *CM11-CIC*. Šis apstāklis traucējot apstrīdētajai individuālajai preču zīmei pildīt tās izcelsmes norādes funkciju, ko apstiprinot fakts, ka, lai apzīmētu savas preces un pakalpojumus saviem klientiem, *Crédit Mutuel Arkéa* un *CM11-CIC* izmantojot dažādas preču zīmes, lai izvairītos no sajaukšanas. Turklāt, lai atšķirtos no sava konkurenta, *Crédit Mutuel Arkéa* izmantojot vārdu salikumu “crédit mutuel” kopā ar logotipu, kas atšķiras no tā, ko izmanto *CM11-CIC*. Tādējādi vārdu salikums “crédit mutuel”, aplūkojot to atsevišķi, neļaujot sabiedrībai noteikt attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi.

119 Trešā pamata ietvaros prasītāja apgalvo, ka lielākajā daļā dokumentu, ko *CNCM* iesniegusi kā pierādījumu tam, ka apstrīdētā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, vārdu salikums “crédit mutuel” netiek izmantots kā preču zīme, lai apzīmētu preces un pakalpojumus, bet gan kā atsauce uz *Crédit Mutuel* grupu. Šāda atsauce nevarot būt izmantošana preču zīmei raksturīgā veidā, kas ļauj pierādīt atšķirtspējas iegūšanu attiecībā uz dažādām attiecīgajām precēm un pakalpojumiem, jo tā neļaujot apstrīdētajai preču zīmei pildīt tās izcelsmes norādes funkciju, vēl jo vairāk tāpēc, ka vārdu salikums “crédit mutuel” ir pašas darbības un pakalpojumu sniedzēju, kas veic šo darbību, likumiskais apzīmējums un sugas vārds.

120 Tāpat, tā kā, pirmkārt, banku nozarē neesot pieņemts, ka patērētājs personificē preču zīmi, un, otrkārt, nepastāvot sabiedrības nosaukumam vai komercnosaukumam, kas precīzi atbilst nosaukumam “Crédit Mutuel”, vārdu salikuma “crédit mutuel” lietošanu nevarot analizēt kā sabiedrības nosaukuma vai komercnosaukuma izmantošanu, kas ir līdzvērtīgs izmantošanai preču zīmei raksturīgā veidā.

121 *EUIPO* norāda, ka prasītāja būtībā apgalvo, ka preču zīmes īpašnieka pierādītā izmantošana ir nevis izmantošana “individuālas preču zīmes veidā”, bet gan drīzāk izmantošana “kolektīvas preču zīmes veidā”. Šajā ziņā *EUIPO* paļaujas uz Vispārējās tiesas vērtējumu par Savienības tiesu judikatūras par preču zīmes piemērošanu saskaņā ar tās pamatfunkciju un it īpaši par individuālas preču zīmes izmantošanu kā kolektīvas komerciālās izcelsmes norādi piemērošanu šīs lietas faktiem.

122 Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka iespējamā konkurence *Crédit Mutuel* grupas ietvaros neietekmē vārdu salikuma “crédit mutuel” potenciālu iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Pirmkārt, *Crédit Mutuel* skaidri apzīmējot grupu ar tādu pašu nosaukumu, kā to konkrēti ir atzinusi *Conseil d’État* [Francijas Valsts padome] un Francijas Konkurences iestāde. Līdz ar to, tā kā apstrīdēto preču zīmi izmanto vairākas juridiski saistītas ekonomiskas struktūras, sabiedrība to atpazīstot kā piederošu šai grupai.

123 Otrkārt, tas, ka pastāv preču zīmes, kas apzīmē preces un pakalpojumus, ko attiecīgi piedāvā prasītāja un *CM11-CIC*, nenozīmē, ka *Crédit Mutuel* “lietussarga preču zīme” vairs netiktu izmantota, jo tā tiek izmantota sistemātiski un nozīmē piederību grupai, un šī zīme uzrunā sabiedrību, izvēloties bankas produktu.

124 Trešķārt, apstāklim, ka *CNCM* kā centrālā iestāde neveicot nekādas bankas darbības un tādēļ tā neesot zināma patērētājam, neesot nozīmes, jo saskaņā ar judikatūru nav nepieciešams, lai preču zīmi izmantotu tās īpašnieks, un pietiek ar to, ka to faktiski izmanto trešās personas, kam ir atļauts to darīt, kā tas ir šajā gadījumā.

125 Ceturtkārt, arī apstāklim, ka prasītāja izmanto logotipu, kas atšķiras no *CM11-CIC* izmantotā, arī neesot nozīmes, jo patērētājs vieglāk iegaumē vārdisko elementu un šādos apstākļos vārdiskais apzīmējums “Crédit Mutuel” ir atšķirtspējīgais elements, kas ļauj sabiedrībai asociēt preces un pakalpojumus ar vienu un to pašu komerciālo izcelsmi.

126 Piektkārt, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka vārdiskais apzīmējums “Crédit Mutuel” tiek izmantots kā preču zīme. Šajā ziņā tā atgādina, ka saskaņā ar judikatūru sabiedrības nosaukuma vai komercnosaukuma izmantošanu var uzskatīt par izmantošanu finanšu produktiem pat tad, ja šis apzīmējums nav piestiprināts šiem produktiem, ja trešā persona minēto apzīmējumu izmanto tā, ka izveidojas saikne starp sabiedrības nosaukumu, komercnosaukumu vai firmas zīmi un attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem. Persona, kas iestājusies lietā, piebilst, ka apzīmējums “Crédit Mutuel” galvenokārt ir pakalpojumu preču zīme, kas jāizmanto, to piestiprinot uz dažādiem materiāliem nesējiem, kuri ir saistīti ar šiem pakalpojumiem. Visbeidzot tā atgādina, pirmkārt, ka nepastāv sabiedrības nosaukums vai komercnosaukums, kas precīzi atbilstu nosaukumam “Crédit Mutuel”, un, otrkārt, ka vārdu salikums “crédit mutuel” parādās uz dokumentiem, kas tiek izsniegti neatkarīgi no jebkādas sabiedrības formas norādes, kā to norādīja Apelācijas padome.

127 Sestkārt, persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka tās iesniegtie dokumenti pierāda, ka patērētāja uztverē vārdiskā preču zīme “Crédit Mutuel” jau daudzus gadus nozīmē atsauci uz bankas produktiem un pakalpojumiem, ko piedāvā nevis visas krājaizdevu sabiedrības vai kooperatīvās bankas, bet gan viena banka, kas atbilst banku tīklam, kurā *CNCM* ir centrālā iestāde.

128 Saistībā ar šo otrā un trešā pamata iebildumu prasītāja būtībā apgalvo, ka personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie pierādījumi ļauj uzskatīt, ka ar apstrīdēto preču zīmi labākajā gadījumā tiek apzīmēta *Crédit Mutuel* grupa un tātad tajā ietilpstošās krājaizdevu sabiedrības, bet tā neapzīmē *CNCM*, kas ir preču

zīmes īpašniece. Šī iemesla dēļ apstrīdētā preču zīme neesot tikusi izmantota kā preču zīme, bet kā atsauce uz šo grupu. Šis apstāklis traucējot apstrīdētajai individuālajai preču zīmei pildīt tās izcelsmes norādes funkciju un tādējādi iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

129 No judikatūras izriet, ka preču zīmes atšķirtspējas iegūšanai izmantošanas rezultātā ir vajadzīgs, lai vismaz vērā ņemama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties preču zīmei, identificē attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādus, kuras ražojis vai sniedzis konkrētais uzņēmums (skat. spriedumu, 2016. gada 15. decembris, Šokolādes tāfelītes forma, T-112/13, nav publicēts, EU:T:2016:735, 68. punkts un tajā minētā judikatūra).

130 Ja ieinteresētās personas vai vismaz vērā ņemama to daļa, pateicoties preču zīmei, identificē preci kā tādu, kuru ražojis konkrētais uzņēmums, ir jāsecina, ka Regulas 2017/1001 7. panta 3. punktā paredzētais nosacījums preču zīmes reģistrācijai ir izpildīts (skat. spriedumu, 2016. gada 15. decembris, Šokolādes tāfelītes forma, T-112/13, nav publicēts, EU:T:2016:735, 70. punkts un tajā minētā judikatūra).

131 Lai gan atšķirtspējas iegūšana var izrietēt gan no tā, ka tiek izmantots kāds elements, kas ir reģistrētas preču zīmes sastāvdaļa, gan arī no tā, ka atsevišķa preču zīme tiek izmantota kopā ar reģistrētu preču zīmi, kā tas ir atgādināts iepriekš 111. punktā, no judikatūras izriet, ka šīs izmantošanas rezultātā ieinteresētajām personām ar pieteikto preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu faktiski jāuztver kā tādu, ko ražo vai sniedz attiecīgais uzņēmums. Tādējādi neatkarīgi no jautājuma, vai lietošana attiecas uz apzīmējumu kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļu vai apzīmējumu kopā ar šo preču zīmi, pamata nosacījums ir tāds, ka šīs izmantošanas rezultātā apzīmējums, attiecībā uz kuru ir iesniegts preču zīmes reģistrācijas pieteikums, ieinteresēto personu uztverē var apzīmēt preces, uz kurām tas ir izvietots, kā tādas, ko ražo konkrēts uzņēmums (spriedums, 2015. gada 16. septembris, *Société des Produits Nestlé*, C-215/14, EU:C:2015:604, 64. un 65. punkts).

132 Turklāt saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā ir jāatgādina, ka preces vai pakalpojuma kā tāda, kas nāk no attiecīgā uzņēmuma, identificēšanai, ko veic ieinteresētās personas, jānotiek, pateicoties preču zīmes izmantošanai preču zīmes veidā. Izteiciens “preču zīmes izmantošana preču zīmes veidā” ir jāsaprot kā atsauce uz tādu preču zīmes izmantošanu, kuras mērķis ir ļaut ieinteresētajām personām identificēt preci vai pakalpojumu kā tādu, kas nāk no attiecīgā uzņēmuma (skat. spriedumu, 2006. gada 22. jūnijs, *Storck*/ITSB, C-24/05 P, EU:C:2006:421, 61. punkts un tajā minētā judikatūra).

133 Tātad jebkāda preču zīmes izmantošana nav noteikti uzskatāma par izmantošanu preču zīmes veidā (spriedums, 2006. gada 22. jūnijs, *Storck/*ITSB, C-24/05 P, EU:C:2006:421, 62. punkts).

134 Tieši ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, ir jāizvērtē, vai Apelācijas padome pamatoti ir uzskatījusi, ka šajā lietā personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie pierādījumi ir tādi, kas pierāda, ka apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju tā, ka ieinteresēto personu uztverē tā apzīmē preces un pakalpojumus kā tādus, ko ražo vai sniedz konkrēts uzņēmums.

135 No iepriekš 129.–131. punktā atgādinātās judikatūras izriet, ka preču zīmes izmantošana saskaņā ar tās pamatfunkciju, proti, norādīt komerciālo izcelsmi precēm un pakalpojumiem, kurus ražo vai sniedz konkrēts uzņēmums, ir noteicoša, izvērtējot pierādījumus, kuru mērķis ir pierādīt, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

136 No apstrīdētā lēmuma (27.–40. lpp.) izriet, ka persona, kas iestājusies lietā, ir iesniegusi lielu skaitu pierādījumu, lai pierādītu, ka apstrīdētā preču zīme bija pazīstama konkrētajai sabiedrības daļai un ka tādējādi tā ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Šie pierādījumi ietver viedokļu aptaujas, pierādījumus par *Crédit Mutuel* grupas dalību partnerattiecībās, finanšu informāciju, tostarp informāciju, kas pierāda *Crédit Mutuel* grupas reitingus dažādās klasifikācijās, un reklāmas kampaņas.

137 Secinājumi, ko Apelācijas padome izdarījusi no šiem pierādījumiem attiecībā uz preču un pakalpojumu, kas apzīmēti ar apstrīdēto preču zīmi, komerciālo izcelsmi, nav skaidri. Apelācijas padome norāda, ka konkrētā sabiedrības daļa uztver apstrīdēto preču zīmi kā tādu, kas apzīmē bankas produktus un pakalpojumus, kurus ražo vai sniedz vai nu [preču zīmes] “īpašnieks”, proti, *CNCM* (apstrīdētā lēmuma 97., 105., 108. punkts un būtībā apstrīdētā lēmuma 99. un 100. punkts), vai nu “konkrētā banka” vai “banka” (apstrīdētā lēmuma 103., 104. un 107. punkts), vai nu “*Crédit Mutuel* grupa”, “*Crédit Mutuel* tīkls” vai “*Crédit Mutuel* grupas uzņēmums” (apstrīdētā lēmuma 104. un 116. punkts).

138 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka apstrīdētā preču zīme ir individuāla preču zīme. Lai gan persona, kas iestājusies lietā, ir Francijas preču zīmes “Crédit Mutuel”, kas reģistrēta kā kolektīva preču zīme, īpašniece un attiecībā uz kuru *cour d’appel de Paris* 2018. gada 27. februāra spriedumā, pamatojoties uz pierādījumiem, kas ir līdzīgi pierādījumiem, ko procesā *EUIPO* ir iesniegusi persona, kas iestājusies lietā, secināja, ka tā ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, tā neizvēlējās reģistrēt apstrīdēto preču zīmi kā Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmi. Turklāt procesā Anulēšanas nodaļā tā uzstāja uz to, ka apstrīdētā preču zīme ir tikusi pieteikta un reģistrēta kā individuāla preču zīme (skat. Anulēšanas nodaļas lēmuma 4. lpp.).

139 Lietas dalībnieki tāpat arī piekrīt, ka apstrīdēto preču zīmi neizmanto tās īpašniece *CNCM*, kas nav krājaizdevu sabiedrība un kas tādējādi pati neīsteno banku darbības. Persona, kas iestājusies lietā, apstiprina, ka apstrīdēto preču zīmi izmanto vairāki uzņēmumi, kas apvienojušies *Crédit Mutuel* grupā, un tādējādi sabiedrība to atpazīstot kā piederošu šai grupai.

140 Tāpat nav strīda par to, ka bankas, kuras ietilpst *Crédit Mutuel* grupā un izmanto apstrīdēto preču zīmi, ir apvienojušās galvenokārt divās autonomās un konkurējošajās grupās – *Crédit Mutuel Arkéa* un *CM11-CIC*, kā izriet no apstrīdētā lēmuma 88. punkta, un kuras, lai apzīmētu saviem klientiem savas preces un pakalpojumus, izmanto apstrīdēto preču zīmi ar citām preču zīmēm vai tai pievieno pašas savus atsevišķus logotipus.

141 Tomēr nav izslēgts, ka šāda apstrīdētās individuālās preču zīmes kolektīva izmantošana tai ļauj iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

142 Kā izriet no šī sprieduma 135. punkta, novērtējot preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, ir nepieciešams, lai šī izmantošana būtu notikusi saskaņā ar preču zīmes pamatfunkciju. Attiecībā uz individuālām preču zīmēm – šī pamatfunkcija ir garantēt patērētājam vai galalietotājam preces vai pakalpojuma, ko ar to apzīmē, izcelsmes identitāti, ļaujot šim patērētājam vai šim lietotājam šo preci vai šo pakalpojumu bez sajaukšanas iespējas atšķirt no citas izcelsmes precēm un pakalpojumiem. Lai preču zīme varētu pildīt šo lomu – būt pamatelements netraucētas konkurences sistēmā, kuru Līgums paredz iedibināt un saglabāt, – tai ir jāgarantē, ka visas preces vai pakalpojumi, ko ar to apzīmē, ir ražoti vai piegādāti viena uzņēmuma kontrolē, kurš var būt uzskatāms par atbildīgu par to kvalitāti (šajā nozīmē un pēc analoģijas skat. spriedumus, 2017. gada 8. jūnijs, *W. F. Gözze Frottierweberei* un *Gözze*, C-689/15, EU:C:2017:434, 41. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2018. gada 7. jūnijs, *Schmid/EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark* (“Steirisches Kürbiskernöl”), T-72/17, pārsūdzēts, EU:T:2018:335, 44. punkts).

143 No tā izriet, ka, lai noteiktu, vai individuāla preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju kolektīvas izmantošanas rezultātā, ir jānosaka, vai tā patērētājiem garantē, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk tikai no konkrēta uzņēmuma, kas jāizprot kā viens uzņēmums, kura kontrolē tie tiek ražoti vai sniegti un kuram tādējādi var tikt noteikta atbildība par minēto preču vai pakalpojumu kvalitāti.

144 Šajā gadījumā ir jāpārbauda, vai persona, kas iestājusies lietā, proti, apstrīdētās preču zīmes īpašniece, ir jāuzskata par “vienu uzņēmumu” iepriekš 142. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē, kā to norāda šī pēdējā minētā, ņemot vērā juridiskās un ekonomiskās saiknes, kas to vieno ar *Crédit Mutuel* grupas

locekļiem, tādējādi, ka saikne starp apstrīdēto preču zīmi un šīs grupas locekļu ražotajām precēm un sniegtajiem pakalpojumiem ļautu uzskatīt, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

145 Šajā kontekstā tātad ir svarīgi noteikt, vai persona, kas iestājusies lietā, īsteno kontroli pār precēm un pakalpojumiem, ko ražo vai sniedz bankas, kas ietilpst *Crédit Mutuel* grupā, kuras faktiski izmanto šo preču zīmi tādējādi, ka patērētāji attiecīgās preces vai pakalpojumus uztver kā tādus, ko ražo vai piegādā viens uzņēmums, kurš var būt uzskatāms par atbildīgu par to kvalitāti.

146 Šajā ziņā ir jānorāda, ka *CNCM* ir *Crédit Mutuel* grupas centrālā iestāde. Saskaņā ar *CMF* L.512-56. pantu tai ir pienākums pārstāvēt kolektīvi krājaizdevu sabiedrības, lai aizstāvētu viņu kopējās tiesības un intereses, īstenot administratīvo, tehnisko un finanšu kontroli pār katras krājaizdevu sabiedrības organizāciju un vadību, kā arī veikt visus nepieciešamos pasākumus krājaizdevu sabiedrību sekmīgas darbības nodrošināšanai. Saskaņā ar *CMF* R.512-20. pantu krājaizdevu sabiedrībām ir jāapņemas ievērot *CNCM* statūtus, iekšējo noteikumus, norādījumus un lēmumus. Kā izriet no tās statūtiem, *CNCM* darbojas apvienības formā.

147 Atbildot uz Vispārējās tiesas rakstveida jautājumu, atgādinot savus kā *Crédit Mutuel* grupas centrālās iestādes uzdevumus, persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka tā īsteno administratīvo, tehnisko un finanšu kontroli pār tīkla locekļiem un ka tā veic nepieciešamos pasākumus it īpaši, lai nodrošinātu ikvienas grupā ietilpstošās krājaizdevu sabiedrības likviditāti un maksātspēju.

148 Tomēr šādi apstākļi neļauj konstatēt, ka tā īsteno arī kontroli pār precēm un pakalpojumiem, ko ražo vai sniedz bankas, kas ietilpst *Crédit Mutuel* grupā, iepriekš 142. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē.

149 Pretēji tam, ko apgalvo persona, kas iestājusies lietā, pat ja *Crédit Mutuel* grupa ir viens uzņēmums konkurences tiesību izpratnē vai prudenciālo prasību nozīmē, kā tas izriet no dažādajiem lēmumiem, kurus pieņēmušas Eiropas un valsts iestādes un uz kuriem šajā ziņā ir atsaukusies persona, kas iestājusies lietā, šāda konstatācija pati par sevi neļauj secināt, ka persona, kas iestājusies lietā kā šīs grupas centrālā iestāde, ir arī viens uzņēmums iepriekš 142. punktā minētās judikatūras izpratnē. Šim jēdzienam, kā tas ir interpretēts iepriekš minētajā judikatūrā, ir autonoms saturs Eiropas Savienības preču zīmju tiesībās, un to nedrīkst sajaukt ar vai piemērot pēc analoģijas jēdzieniem, kas noteikti citās Savienības tiesību jomās, piemēram, konkurences tiesībās vai kredītiestāžu prudenciālajā uzraudzībā.

150 Kritēriji, kas ir piemērojami, lai konstatētu *Crédit Mutuel* grupas pastāvēšanu prudenciālās uzraudzības vai konkurences tiesību piemērošanas nolūkos, nav tādi paši kā tie kritēriji, kas piemērojami, lai uzskatītu, ka pastāv “viens uzņēmums” judikatūras par Eiropas Savienības individuālas preču zīmes izmantošanu atbilstoši tās pamatfunkcijai izpratnē.

151 Šajā pēdējā gadījumā vienīgais piemērotais kritērijs ir tas, vai apstrīdētās preču zīmes izmantošana precēm un pakalpojumiem, ko ražo vai sniedz *Crédit Mutuel* grupas locekļi, garantē patērētājiem, ka šīs preces un pakalpojumus ražo vai sniedz tikai viens uzņēmums, kura kontrolē minētās preces un pakalpojumi tiek ražoti un sniegti, un kuram līdz ar to var noteikt atbildību par to kvalitāti. Tomēr persona, kas iestājusies lietā, nav pierādījusi, ka *Crédit Mutuel* grupas gadījumā tā tas ir.

152 Argumenti, kurus izvirzījusi persona, kas iestājusies lietā, lai pierādītu, ka tā netieši, bet obligāti īsteno kontroli pār *Crédit Mutuel* grupā ietilpstošo banku preču un pakalpojumu kvalitāti, nav pārliecinoši. Tā apgalvo, ka patērētājs no uzticamas bankas sagaida bankas finanšu stabilitāti, maksātspēju un likviditāti. Tā kā tā īsteno tieši šādu kontroli pār bankām, kas ietilpst šajā grupā, tā līdz ar to esot arī atbildīga par to piedāvāto preču un pakalpojumu kvalitāti.

153 Tomēr atbildība par kontroli prudenciālā nozīmē, lai arī šī kontrole var ietekmēt to, ka klientu uztverē *Crédit Mutuel* grupā ietilpstošajām bankām ir “uzticamu banku” reputācija, neļauj secināt, ka persona, kas iestājusies lietā, papildus to finansiālā stāvokļa uzraudzībai īsteno arī kontroli pār precēm un pakalpojumiem, ko tās sniedz patērētājiem, tādējādi, ka tā var tikt atzīta par atbildīgu par to kvalitāti. Tieši šis pēdējais kritērijs ir vienīgais, kas ļautu konstatēt, ka apstrīdētā individuālā preču zīme, kuras īpašniece ir persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka preces un pakalpojumus, ko tā apzīmē, ražo vai sniedz viens uzņēmums, kas tādējādi tai ļautu, garantējot to komerciālo izcelsmi, iegūt atšķirtspēju tādas kolektīvas izmantošanas rezultātā, kādu veic *Crédit Mutuel* grupas locekļi.

154 No tā izriet, ka šajā lietā apstrīdētā individuālā preču zīme nav tikusi izmantota atbilstoši tās pamatfunkcijai norādīt preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi kā tādu, kas nāk no viena uzņēmuma, kura kontrolē tie tiek ražoti vai sniegti un kuram var noteikt atbildību par to kvalitāti, bet, kā būtībā apgalvo *EUIPO* un prasītāja, [tā ir izmantota] kā norāde uz kolektīvu komerciālu izcelsmi vai, precīzāk, kā norāde uz to, ka attiecīgās preces un pakalpojumi nāk no ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja, kas ietilpst apvienībā vai kolektīvā, kurš sastāv no bankām, kas saistītas ar *Crédit Mutuel* grupu. Turklāt persona, kas iestājusies lietā, tieši apgalvo (skat. iepriekš 122.–127. punktā atgādinātos argumentus), ka apstrīdētā preču zīme ir zīme, kas konkrētajai sabiedrības daļai liek atpazīt piederību *Crédit Mutuel* grupai.

155 Tas, ka apstrīdētā preču zīme tiek šādi izmantota, lai norādītu, ka preču vai pakalpojumu izcelsme ir viena no *Crédit Mutuel* grupai piederošajām bankām, var attiecīgā gadījumā ļaut uzskatīt, ka kolektīva preču zīme pilda savu izcelsmes norādes funkciju. Atšķirībā no individuālas preču zīmes Eiropas Savienības kolektīva preču zīme neapzīmē preces vai pakalpojumus, kuru izcelsme ir viens uzņēmums, bet saskaņā ar Regulas 2017/1001 74. pantu ļauj identificēt preču vai pakalpojumu, kurus tā apzīmē, komerciālo izcelsmi, norādot, ka tie nāk no šīs preču zīmes īpašnieka – apvienības – biedriem (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2017. gada 8. jūnijs, *W. F. Gözze Frottierweberei* un *Gözze*, C-689/15, EU:C:2017:434, 50. punkts, un 2017. gada 20. septembris, *The Tea Board/EUIPO*, no C-673/15 P līdz C-676/15 P, EU:C:2017:702, 57. punkts).

156 Personas, kas iestājusies lietā, arguments, ka patērētājs sasaista ar preču zīmi “Crédit Mutuel” piedāvātos banku pakalpojumus ar *Crédit Mutuel* grupu, tādējādi tos nošķirot no tiem, kuriem ir cita izcelsme, drīzāk ilustrē, ka šī preču zīme tiek izmantota kolektīvas preču zīmes veidā, nevis individuālas preču zīmes veidā.

157 Tomēr, kā norādīts iepriekš 138. punktā, apstrīdētā preču zīme tika reģistrēta kā individuāla preču zīme, nevis kā kolektīva preču zīme.

158 Tā kā persona, kas iestājusies lietā, nav pierādījusi, ka apstrīdētā individuālā preču zīme izpildīja savu komerciālās izcelsmes norādes pamatfunkciju, proti, garantēt, ka preces un pakalpojumi, ko tā apzīmē, nāk no viena uzņēmuma, kura kontrolē tie tiek ražoti un sniegti un kuram tādējādi var noteikt atbildību par to kvalitāti iepriekš 142. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē, Apelācijas padome ir kļūdaini secinājusi, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju tādas izmantošanas rezultātā, kādu veica *Crédit Mutuel* grupas locekļi.

159 Šo secinājumu apstiprina prasītājas norādītais fakts, ka, lai apzīmētu savas preces un pakalpojumus saviem klientiem, *Crédit Mutuel Arkéa* un *CM11-CIC* – divas autonomas un konkurējošas grupas, kurās ir apvienojušās krājaizdevu sabiedrības, kas ietilpst apvienībā, kuras centrālā iestāde ir persona, kas iestājusies lietā, papildus apstrīdētajai preču zīmei izmanto dažādas preču zīmes vai izmanto to kopā ar īpašu logotipu, lai norādītu, ka šo preču un pakalpojumu komerciālā izcelsme ir viena vai otra grupa. Persona, kas iestājusies lietā, šo apstākli neapstrīd, tomēr tā uzskata, ka tam nav nozīmes, jo tas, ka pastāv atsevišķas preču zīmes, lai apzīmētu preces un pakalpojumus, ko attiecīgi piedāvā prasītāja un *CM11-CIC*, nenozīmē, ka vairs netiek izmantota *Crédit Mutuel* “lietussarga preču zīme”, ko persona, kas iestājusies lietā, šķiet, uztver kā preču zīmi, kuru izmanto visas *Crédit Mutuel* grupai piederošās bankas.

160 Tomēr, kā norādīts iepriekš 154. punktā un kā to apstiprina pati persona, kas iestājusies lietā, apstrīdētā preču zīme, pat ja tā būtu jāsaprot kā “lietussarga preču zīme”, nozīmē piederību grupai un tādējādi tikai norāda uz preču un pakalpojumu kolektīvo izcelsmi no *Crédit Mutuel* grupas.

161 Kā izriet no iepriekš 131. punktā atgādinātās judikatūras, apstrīdētajai individuālajai preču zīmei pašai par sevi ir jāapzīmē konkrētās sabiedrības daļas apziņā attiecīgās preces un pakalpojumi kā tādi, ko ražo vai sniedz viens uzņēmums iepriekš 142. punktā minētās judikatūras izpratnē.

162 Šajā kontekstā vēl ir jānorāda, ka Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 97. punktā ir kļūdaini uzskatījusi, ka viedokļu aptauja, ko persona, kas iestājusies lietā, iesniegusi kā pierādījumu tam, ka apstrīdētā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, “nepārprotami” pierāda, ka konkrētā sabiedrības daļa uztver apstrīdēto preču zīmi kā tādu, kas identificē bankas produktus un pakalpojumus kā tādus, ko sniedz persona, kas iestājusies lietā. No šīm aptaujām izriet, ka aptaujātajām personām apzīmējums “Crédit Mutuel” asociējas ar banku vai, vispārīgāk, ar finanšu iestādi, vai arī ar tādu bankas produktu kā aizņēmums. Tātad šīs aptaujas labākajā gadījumā var pierādīt, ka konkrētās sabiedrības daļas uztverē ar apzīmējumu “Crédit Mutuel” apzīmē preces un pakalpojumus, kas saistīti ar banku jomu vai banku vai finanšu iestādi, kura tos sniedz. Turklāt tieši šī iemesla dēļ apstrīdētā preču zīme tika uzskatīta par aprakstošu attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem, kas ir saistīti ar banku darbībām.

163 Ar faktu, uz kuru norāda persona, kas iestājusies lietā, ka aptaujāto personu noteikta procentuāla daļa norāda, ka ir dzirdējusi “nosaukumu” *Crédit Mutuel*, nevar nekādā veidā pierādīt, ka konkrētajai sabiedrības daļai apstrīdētā preču zīme asociējas ar personu, kas iestājusies lietā, bet labākajā gadījumā ar to pierāda, ka šī sabiedrības daļa pazīst šo vārdu, kas tai asociējas ar banku, finanšu iestādi vai bankas produktu.

164 Personas, kas iestājusies lietā, pārējie argumenti neatspēko iepriekš 158. punktā izdarīto secinājumu.

165 Pirmkārt, ir jānoraida arguments, saskaņā ar kuru, lai preču zīme iegūtu atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, nav nepieciešams, lai to izmantotu tās īpašnieks, bet pietiek ar to, ka to faktiski izmanto trešās personas, kam ir atļauts to darīt, kā tas ir šajā gadījumā attiecībā uz apstrīdēto preču zīmi.

166 Judikatūra, uz kuru šajā ziņā balstās persona, kas iestājusies lietā, attiecas uz preču zīmes faktiskas izmantošanas pierādījumiem ar tās īpašnieka piekrišanu Regulas 2017/1001 18. panta 2. punkta izpratnē, un šo faktisko izmantošanu uzskata par darbību, ko veic pats īpašnieks. Tomēr ir jākonstatē, ka Regulas Nr. 2017/1001 18. panta 2. punktam nav analoģiska noteikuma attiecībā uz preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, līdz ar to nevar uzreiz uzskatīt, ka tas, ka preču zīmi izmanto trešās personas ar īpašnieka piekrišanu, ļauj pierādīt preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā.

167 Lai gan Tiesa ir atzinusi, ka prasības, kas ir spēkā attiecībā uz preču zīmes faktiskas izmantošanas pārbaudi Regulas 2017/1001 18. panta 1. punkta izpratnē, ir analoģiskas tām, kas attiecas uz apzīmējuma – saistībā ar tā reģistrāciju – atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā šīs regulas 7. panta 3. punkta izpratnē (spriedums, 2013. gada 18. aprīlis, *Colloseum Holding*, C-12/12, EU:C:2013:253, 34. punkts), tā šajā ziņā nav atsaukusies uz prasībām, kas izriet no minētās regulas 18. panta 2. punkta.

168 Līdz ar to judikatūra, uz kuru atsaucas persona, kas iestājusies lietā, saistībā ar Regulas 2017/1001 18. panta 2. punkta piemērošanu nav atbilstoša šīs regulas 7. panta 3. punkta piemērošanas ietvaros.

169 Otrkārt, personas, kas iestājusies lietā, arguments, saskaņā ar kuru, lai arī sabiedrības nosaukuma vai komercnosaukuma mērķis pats par sevi nav atšķirt preces vai pakalpojumus, šādu sabiedrības nosaukumu var izmantot “attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem”, ja trešā persona minēto

apzīmējumu izmanto tādā veidā, ka tiek radīta saikne starp apzīmējumu, kas ir sabiedrības nosaukums vai komercnosaukums, un precēm, ko tirgo, vai pakalpojumiem, ko piedāvā trešā persona (spriedums, 2007. gada 11. septembris, *Céline*, C-17/06, EU:C:2007:497, 21.–23. punkts), neļauj konstatēt, ka apstrīdētā preču zīme apzīmē īpašnieku kā attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsmi. Kā Apelācijas padome ir norādījusi apstrīdētā lēmuma 117. punktā, preču zīmes īpašnieks ir persona, kas iestājusies lietā, kuras sabiedrības nosaukums ir “Confédération nationale du Crédit mutuel”. Tātad apstrīdētā preču zīme neatbilst tās sabiedrības nosaukumam.

170 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, ir jāapmierina prasības otrais un trešais pamats un daļēji jāatceļ apstrīdētais lēmums, ciktāl Apelācijas padome ir secinājusi, ka apstrīdētā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuri ietilpst pirmajā kategorijā, attiecībā uz kuriem tā ir aprakstoša un bez atšķirtspējas, un nav nepieciešams izskatīt pārējos prasītājas izvirzītos iebildumus, lai apstrīdētu Apelācijas padomes vērtējumu par apstrīdētās preču zīmes iegūto atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

Par tiesāšanās izdevumiem

171 Atbilstoši Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs. Turklāt saskaņā ar Reglamenta 134. panta 2. punktu Vispārējā tiesa lemj par tiesāšanās izdevumu sadali, ja nolēmums ir nelabvēlīgs vairākiem lietas dalībniekiem. Visbeidzot atbilstoši Reglamenta 134. panta 3. punktam, ja lietas dalībniekiem nolēmums ir daļēji labvēlīgs un daļēji nelabvēlīgs, lietas dalībnieki sedz savus tiesāšanās izdevumus paši. Tomēr Vispārējā tiesa, ja to pamato lietas apstākļi, var nolemt, ka lietas dalībnieks papildus saviem tiesāšanās izdevumiem atlīdzina daļu no pretējās puses tiesāšanās izdevumiem.

172 Šajā lietā prasītāja lūdza, lai *EUIPO* un personai, kas iestājusies lietā, tiktu piespriests atlīdzināt tiesāšanās izdevumus. *EUIPO* lūdza, lai prasītājai un personai, kas iestājusies lietā, tiktu piespriests atlīdzināt tiesāšanās izdevumus. Persona, kas iestājusies lietā, lūdza, lai prasītājai tiktu piespriests atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

173 Šajos apstākļos un ņemot vērā, ka prasītājai, *EUIPO* un personai, kas iestājusies lietā, spriedums ir daļēji nelabvēlīgs, ir jānolemj, ka attiecībā uz tiesāšanās izdevumiem, kas ir saistīti ar prasību pamatlietā, prasītāja sedz vienu trešdaļu savu tiesāšanās izdevumu un atlīdzina vienu trešdaļu *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumu, *EUIPO* sedz divas trešdaļas savu tiesāšanās izdevumu un atlīdzina divas trešdaļas prasītājas tiesāšanās izdevumu, un persona, kas iestājusies lietā, sedz divas trešdaļas savu tiesāšanās izdevumu. Persona, kas iestājusies lietā, sedz ar pretprasību saistītos tiesāšanās izdevumus.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (otrā palāta)

nospriež:

1) **Atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas piektās padomes 2017. gada 8. novembra lēmumu lietā R 1724/2016-5, ciktāl tā ir secinājusi, ka apstrīdētā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir aprakstoša un bez atšķirtspējas.**

2) **Pārējā daļā prasību noraidīt.**

3) **Pretprasību noraidīt.**

4) *Crédit Mutuel Arkéa* sedz vienu trešdaļu savu tiesāšanās izdevumu un vienu trešdaļu *EUIPO* un *Confédération nationale du Crédit mutuel* tiesāšanās izdevumu, kas saistīti ar prasību pamatlietā.

5) *EUIPO* sedz divas trešdaļas savu tiesāšanās izdevumu un divas trešdaļas prasītājas tiesāšanās izdevumu, kas saistīti ar prasību pamatlietā.

6) *Confédération nationale du Crédit mutuel* sedz divas trešdaļas savu tiesāšanās izdevumu, kas saistīti ar prasību pamatlietā, kā arī tiesāšanās izdevumus, kas saistīti ar pretprasību.

Prek Buttigieg Berke

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2019. gada 24. septembrī.

[Paraksti]