Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção)

24 de setembro de 2019*

[Texto retificado por Despacho de 30 de janeiro de 2020]

«Marca da União Europeia — Processo de declaração de nulidade — Marca nominativa da União Europeia *Crédit Mutuel* — Motivos absolutos de recusa — Caráter descritivo — Falta de caráter distintivo — Caráter distintivo adquirido pelo uso — Recurso subordinado — Artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), e n.º 3, do Regulamento (UE) 2017/1001 — Artigo 59.º, n.º 1, alínea a), e n.º 2, do Regulamento 2017/1001»

No processo T-13/18,

Crédit Mutuel Arkéa, com sede em Relecq Kerhuon (França), representado por A. Casalonga, F. Codevelle e C. Bercial Arias, advogados,

recorrente,

contra

Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), representado por D. Hanf, na qualidade de agente,

recorrido,

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

Confédération nationale du Crédit mutuel, com sede em Paris (França), representada por B. Moreau-Margotin e M. Merli, advogados,

que tem por objeto um recurso interposto contra a Decisão da Quinta Câmara de Recurso do EUIPO, de 8 de novembro de 2017 (processo R 1724/2016-5), relativa a um processo de declaração de nulidade entre o Crédit Mutuel Arkéa e a Confédération nationale du Crédit mutuel,

O TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção),

composto por: M. Prek, presidente, E. Buttigieg (relator) e B. Berke, juízes,

secretário: J. Palacio González, administrador principal,

vista a petição que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 15 de janeiro de 2018,

* Língua do processo: francês.

vista a resposta do EUIPO, que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 29 de março de 2018,

vista a resposta da interveniente, que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 29 de março de 2018,

visto o recurso subordinado da interveniente, que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 29 de março de 2018,

vista a resposta do recorrente ao recurso subordinado, que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 2 de agosto de 2018,

vista a resposta do EUIPO ao recurso subordinado, que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 29 de maio de 2018,

vistas as perguntas escritas do Tribunal Geral às partes e as respetivas respostas a essas perguntas, que deram entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 1 e 4 de fevereiro de 2019,

após a audiência de 26 de fevereiro de 2019,

profere o presente

Acórdão

Antecedentes do litígio

1 O recorrente, o Crédit Mutuel Arkéa, é um banco cooperativo e mutualista.

2 O recorrente faz parte do grupo Crédit Mutuel, que é um conjunto bancário mutualista organizado em três escalões territoriais (local, regional e nacional) (a seguir «grupo Crédit Mutuel»). Cada caixa local de crédito mútuo deve aderir a uma federação regional e cada federação deve aderir à interveniente, a Confédération nationale du Crédit mutuel (a seguir «CNCM»), órgão central da rede, em conformidade com os artigos L. 512-55 e L. 512-56 do code monétaire et financier (Código Monetário e Financeiro francês; a seguir «CMF»). Os bancos que fazem parte do grupo Crédit Mutuel estruturaram-se, principalmente, em torno de dois grupos autónomos e concorrentes, o Crédit Mutuel Arkéa e o CM11-CIC.

3 Em 5 de maio de 2011, a interveniente apresentou um pedido de registo de marca da União Europeia no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 207/2009 do Conselho, de 26 de fevereiro de 2009, sobre a marca da União Europeia (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)].

4 A marca cujo registo foi pedido é o sinal nominativo Crédit Mutuel.

5 Os produtos e os serviços para os quais o registo foi pedido pertencem, designadamente, às classes 9, 16, 35, 36, 38, 42 e 45, 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.

6 O sinal Crédit Mutuel foi registado como marca individual da União Europeia em 20 de outubro de 2011, sob o número 9943135, designadamente, para os produtos e serviços referidos no n.º 5, *supra*.

7 Em 26 de fevereiro de 2015, o recorrente apresentou um pedido de declaração de nulidade da marca controvertida para todos os produtos e serviços para os quais a marca tinha sido registada, com fundamento, designadamente, 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], pelo facto de essa marca ter sido registada em violação do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento n.º 207/2009 [atual artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento 2017/1001].

8 Por Decisão de 11 de agosto de 2016, a Divisão de Anulação indeferiu na íntegra o pedido de declaração de nulidade por considerar, por um lado, que a marca controvertida era descritiva para uma parte dos produtos e serviços em causa, mas que tinha adquirido, no que respeita a esses produtos e serviços, caráter distintivo pelo uso, e, por outro, que essa marca não era descritiva no que respeita a outros produtos e serviços não abrangidos pelo domínio bancário.

9 Em 20 de setembro de 2016, o recorrente interpôs recurso no EUIPO, nos termos dos artigos 58.º a 64.º do Regulamento n.º 207/2009 (atuais artigos 66.º a 71.º do Regulamento 2017/1001), contra a decisão da Divisão de Anulação, uma vez que, por um lado, considerou que a marca controvertida não era descritiva de certos produtos e serviços e, por outro, concluiu que a marca controvertida adquiriu caráter distintivo pelo uso para os produtos e os serviços para os quais foi considerada como sendo descritiva.

10 Nas suas observações, em resposta de 16 de fevereiro de 2017, a interveniente pediu à Câmara de Recurso que negasse provimento ao recurso e anulasse a decisão da Divisão de Anulação na medida em que considerou que a marca controvertida era descritiva para certos produtos e serviços.

11 Por Decisão de 8 de novembro de 2017 (a seguir «decisão impugnada»), a Quinta Câmara de Recurso do EUIPO negou provimento ao recurso.

12 Em primeiro lugar, a Câmara de Recurso considerou, à semelhança da Divisão de Anulação, que o público pertinente era composto, por um lado, pelo público em geral, normalmente atento e avisado e, por outro, por profissionais, pelo menos no que respeita aos produtos e serviços técnicos ou especializados. Além disso, para determinados serviços, como os serviços financeiros ou imobiliários, que, segundo a Câmara de Recurso, poderiam ter consequências financeiras significativas para os seus utilizadores, considerou que o nível de atenção dos consumidores pertencentes ao público em geral era elevado. A Câmara de Recurso precisou igualmente que, na medida em que a marca controvertida era composta por termos franceses, o consumidor pertinente a ter em consideração era o consumidor francófono.

13 Em segundo lugar, a Câmara de Recurso considerou que a expressão «crédit mutuel» fazia referência a um tipo de atividade bancária prestada por bancos mutualistas, cujas atividades «[eram] idênticas às dos bancos ditos “clássicos”, embora não [prosseguissem] o mesmo fim, a saber, a realização de ganhos financeiros». Assim, segundo a Câmara de Recurso, na medida em que a marca controvertida indicava que os produtos e serviços por ela visados intervinham no âmbito de atividades bancárias, a referida marca era descritiva quanto à espécie, ao objeto ou ao destino dos mesmos.

14 Em terceiro lugar, em consequência, a Câmara de Recurso considerou, ao apresentar uma fundamentação global por grupos de produtos e de serviços, que a marca controvertida era descritiva e não distintiva no que respeita aos seguintes produtos e serviços (a seguir «produtos e serviços da primeira categoria»), na medida em que se caracterizavam por uma ligação suficientemente direta e estreita com o domínio bancário:

– classe 9: «Aparelhos automáticos acionados pela introdução de um cartão bancário, caixas automáticas de dinheiro em notas; cartões bancários; cartões de circuito integrado, nomeadamente, cartões de memória, ou com microprocessador ou magnéticos ou de circuito integrado com um crédito de unidades»;

– classe 35: «Consultadoria, informações ou dados em matéria de negócios; apoio às empresas industriais ou comerciais, às profissões liberais, aos artesãos, às coletividades locais, aos particulares na condução dos seus negócios; consultas profissionais de negócios; análises, estimativas, informações e previsões económicas; dados económicos, estatísticos e comerciais sobre os mercados financeiros, monetários e bolsistas acessíveis, nomeadamente, por vias telemáticas, por redes informáticas, pelas redes Internet, Intranet e Extranet; serviços de assinatura de um sítio Internet seguro que permite aceder a informações bancárias, financeiras pessoais; gestão de ficheiros, de bases e de bancos de dados informáticos, de anuários profissionais eletrónicos nos setores bancário, financeiro, monetário e bolsista; gestão administrativa de produtos financeiros, de carteiras de títulos em Bolsa, gestão administrativa de carteiras sob mandato; serviços de verificação de contas e de extratos de contas»;

– classe 36: «Negócios financeiros; negócios monetários; negócios bancários; serviços de bancos em linha; gestão de contas bancárias; gestão de carteiras; serviços de cartões de crédito e de débito; corretagem em Bolsa; avaliações financeiras (bancos), avaliações e peritagens fiscais; cobrança de dívidas; fomento comercial; emissão de cheques de viagem e de letras de crédito; serviços financeiros, bancários, monetários e bolsistas acessíveis por redes telefónicas, por redes de comunicações informáticas; receção, execução e transmissão de ordens por conta de terceiros (emissores e investidores) num ou vários instrumentos financeiros; gestão financeira de carteiras de títulos; análise financeira dos mercados de taxas, de câmbios e de ações; serviços de informações e de consultadoria em matéria bancária e financeira; serviços de informações e de consultadoria em investimentos e aplicações financeiros; serviços de investimentos e aplicações financeiros; agências de câmbios, depósitos de valores, depósitos em cofres-fortes; administração de fortunas; serviços de empréstimos; locação financeira; poupança; operações e transações nos mercados financeiros; serviços de transferência de fundos; serviços de pagamentos seguros; emissão e gestão de ações, de obrigações e de OICVM; informações bancárias, financeiras e monetárias acessíveis, nomeadamente, por vias telefónicas, por vias telemáticas, por redes informáticas, por redes Internet, Intranet e Extranet».

15 Todavia, a Câmara de Recurso considerou, à semelhança da Divisão de Anulação, que a interveniente tinha, nos termos do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, oferecido prova suscetível de demonstrar o caráter distintivo adquirido pelo uso da marca controvertida para os produtos e serviços da primeira categoria.

16 Em quarto lugar, a Câmara de Recurso considerou que a marca controvertida era não descritiva e distintiva para os seguintes produtos e serviços (a seguir «produtos e serviços da segunda categoria»), na medida em que se caracterizavam pela inexistência de ligação suficientemente específica, direta, estreita ou clara com o domínio bancário:

– classe 9: «Aparelhos automáticos acionados pela introdução de moedas ou fichas; suportes de registo magnéticos, digitais e óticos, CD-ROM, videodiscos; software, nomeadamente software para tratamento de informação; boletins informativos em linha»;

– classe 16: «Produtos de tipografia; livros; revistas; magazines; jornais; desdobráveis em papel, prospetos em papel, cartazes, calendários, autocolantes, impressos publicitários, formulários; boletins e impressos de assinatura»;

– classe 36: «Seguros; negócios imobiliários; caixas de previdência; corretagem de seguros; avaliações financeiras (seguros, imobiliário); gestão de patrimónios mobiliários ou imobiliários; patrocínio financeiro»;

– classe 38: «Transmissão e difusão de dados; transmissão de informações acessíveis através de bases de dados e de centros servidores de bases de dados informáticas ou telemáticas; transmissão de informações por código de acesso a bases de dados e a centros servidores de bases de dados informáticas ou telemáticas»;

– classe 42: «Serviços de download seguro de dados»;

– classe 45: «Serviços jurídicos; serviços de contencioso; serviços de segurança para a proteção dos bens e das pessoas».

Tramitação processual e pedidos das partes

17 Por petição que deu entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 15 de janeiro de 2018, o recorrente interpôs o presente recurso.

18 O recorrente conclui pedindo, em substância, que o Tribunal Geral se digne:

– anular parcialmente a decisão impugnada;

– negar provimento ao recurso subordinado;

– condenar o EUIPO e a interveniente nas despesas.

19 O EUIPO conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:

– negar provimento ao recurso;

– negar provimento ao recurso subordinado;

– condenar o recorrente e a interveniente nas despesas.

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

– negar provimento ao recurso;

– julgar procedente o recurso subordinado e declarar que a marca controvertida não é descritiva e que, por conseguinte, é válida;

– condenar o recorrente nas despesas.

Questão de direito

Quanto à admissibilidade

Quanto ao objeto do recurso principal

21 Em resposta a uma pergunta escrita do Tribunal Geral, e atendendo ao argumento do EUIPO que visa a inadmissibilidade do recurso na parte em que este diz respeito aos produtos «Cartazes, calendários, autocolantes» abrangidos pela classe 16, o recorrente indicou que o seu recurso não tinha por objeto esses produtos. Facto que deve ficar registado.

22 Além disso, no que respeita aos «negócios bancários» abrangidos pela classe 36, o recorrente alegou, no âmbito da petição, que a marca controvertida devia ser declarada nula relativamente a esses serviços, na medida em que os termos «crédit mutuel» constituíam a designação genérica, mas igualmente a designação legal em França, de um tipo de serviço bancário e que, consequentemente, a marca controvertida era desprovida de caráter distintivo e, no mínimo, era descritiva dos referidos «negócios bancários».

23 O EUIPO suscita a exceção da inadmissibilidade dessa acusação com o fundamento de que, tendo em conta a conclusão da Câmara de Recurso conforme relembrada no n.º 14, *supra*, o recorrente pretende que o Tribunal Geral profira um acórdão confirmatório.

24 [Conforme retificado por Despacho de 30 de janeiro de 2020] Em resposta a uma pergunta escrita do Tribunal Geral, o recorrente indicou que, no âmbito do presente recurso, não contestava a conclusão da Câmara de Recurso relativa ao caráter descritivo da marca controvertida para os produtos e serviços da primeira categoria, da qual fazem parte os «negócios bancários» abrangidos pela classe 36, mas unicamente a conclusão segundo a qual, para esses produtos e serviços, a marca adquiriu um caráter distintivo pelo uso. Facto que deve ficar registado.

Quanto ao objeto do recurso subordinado

25 O EUIPO observa que, com o seu recurso subordinado, a interveniente pede ao Tribunal Geral que saliente que a marca controvertida não é descritiva dos produtos e serviços da primeira categoria e que, por conseguinte, é válida. Este pedido, pelo qual a interveniente procura obter da parte do Tribunal Geral um acórdão declaratório, deve ser julgado inadmissível.

26 O recurso subordinado só seria admissível se o Tribunal Geral estivesse disposto a interpretar o pedido da interveniente no sentido de que este visa, na realidade, a reforma da decisão impugnada com o intuito de obter a improcedência do pedido de declaração de nulidade baseado no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001 igualmente no que respeita aos produtos e serviços da primeira categoria, para os quais a Câmara de Recurso concluiu pelo caráter descritivo da marca controvertida.

27 Na sua correspondência de 4 de setembro de 2018, através da qual solicita a realização da audiência, a interveniente indicou que o seu recurso visava a reforma da decisão impugnada na parte em que esta assentava num raciocínio errado no que respeita ao caráter descritivo intrínseco da marca controvertida.

28 Na audiência, em resposta a uma pergunta do Tribunal Geral, o recorrente e o EUIPO indicaram não levantar objeções quanto à interpretação do recurso subordinado no sentido de visar a reforma da decisão impugnada, facto que ficou registado da ata da audiência.

29 Há que salientar que, com esse pedido, a interveniente pede necessariamente, não só a reforma da decisão impugnada, mas também a anulação desta [v., neste sentido, Acórdão de 27 de fevereiro de 2014, Advance Magazine Publishers/IHMI — Nanso Group (TEEN VOGUE), T-509/12, EU:T:2014:89, n.º 16 e jurisprudência referida], o que, aliás, se deduz da apresentação dos argumentos do fundamento único do recurso subordinado, relativo, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento 2017/1001, conjugado como artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento.

Quanto à admissibilidade de certos anexos da petição

30 Na audiência, o EUIPO retirou as suas objeções quanto à admissibilidade dos anexos A.47 e A.49 da petição, facto que ficou registado na ata da audiência.

Quanto ao mérito

31 Em apoio do seu recurso, o recorrente invoca três fundamentos. O primeiro fundamento é relativo, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), deste regulamento. Os segundo e terceiro fundamentos são relativos, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 3, do mesmo regulamento.

32 No âmbito do recurso subordinado, interposto ao abrigo do artigo 182.º do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, a interveniente invoca um fundamento único, relativo, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do referido regulamento.

33 Na medida em que, com o fundamento único do recurso subordinado, a interveniente contesta a conclusão da Câmara de Recurso segundo a qual a marca controvertida é descritiva e, assim, não distintiva em relação aos produtos e serviços da primeira categoria, há que examinar esse fundamento em primeiro lugar. Em seguida, há que examinar, em segundo lugar, o primeiro fundamento do recurso principal, relativo à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento, e, em terceiro lugar, os segundo e terceiro fundamentos do recurso principal em conjunto, na medida em que são relativos, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 3, do referido regulamento.

Quanto ao fundamento único do recurso subordinado, relativo, em substância, à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento

34 A interveniente alega, em substância, que a marca controvertida não é descritiva e, por conseguinte, é distintiva em relação aos produtos e serviços da primeira categoria.

35 Em primeiro lugar, a interveniente contesta o significado, para o público pertinente, da expressão «crédit mutuel» acolhido pela Câmara de Recurso.

36 A este respeito, a interveniente alega, em primeiro lugar, que a expressão «crédit mutuel» não está definida no dicionário *Larousse*, mas que a sua menção no referido dicionário remete para a organização da rede Crédit Mutuel, de que a interveniente é o órgão central.

37 Além disso, esses termos não constituem a designação genérica de um produto ou de um serviço bancário, uma vez que não designam um tipo de serviço bancário específico, mas são percecionados pelo público pertinente como um sinal distintivo que permite identificar os produtos e serviços revestidos desses termos como provenientes da CNCM ou da rede Crédit Mutuel.

38 Em segundo lugar, a interveniente considera que o facto de os referidos termos serem mencionados no CMF não lhes confere um caráter genérico para designar, de modo geral, os bancos mutualistas ou uma das atividades bancárias destes, uma vez que as disposições do CMF demonstram, por um lado, que a expressão «crédit mutuel» não é definida de forma precisa e é utilizada unicamente em referência à CNCM e à rede de caixas de crédito mútuo e, por outro, que essa expressão é reservada à CNCM e aos seus membros.

39 Em terceiro lugar, a interveniente salienta que as teorias históricas do mutualismo não têm influência sobre a perceção da marca controvertida pelo público pertinente e que a evocação que poderia ter a marca controvertida de um tipo de organização mutualista no que respeita aos produtos e serviços visados pelo recurso subordinado, não é nem direta nem imediata.

40 O recorrente e o EUIPO contestam os argumentos da interveniente e concluem pela improcedência do fundamento único do recurso subordinado.

41 Conforme resulta dos n.os 27 e 29, *supra*, a interveniente pede ao Tribunal Geral a anulação e a reforma da decisão impugnada na parte em que esta assenta, em seu entender, num raciocínio errado no que respeita ao caráter descritivo intrínseco da marca controvertida.

42 A este respeito, há que, em primeiro lugar, recordar que, nos termos do artigo 59.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento 2017/1001, a marca da União Europeia é declarada nula na sequência de pedido apresentado ao EUIPO sempre que tenha essa marca sido registada contrariamente ao disposto no artigo 7.º deste regulamento.

43 Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, é recusado o registo «[d]e marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações 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».

44 Segundo jurisprudência constante, o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001 prossegue um objetivo de interesse geral, que exige que as indicações ou os sinais descritivos das categorias de produtos ou serviços para os quais é pedido o registo possam ser livremente utilizados por todos. Esta disposição impede, portanto, que tais sinais ou indicações sejam reservados a uma única empresa em razão do registo destes como marca (v. Acórdão de 23 de outubro de 2003, IHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, n.º 31 e jurisprudência referida).

45 Além disso, sinais ou indicações que possam servir, no comércio, para designar as características do produto ou do serviço para o qual o registo é pedido são, por força do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, considerados inaptos a preencher a função essencial da marca, a saber, a de identificar a origem comercial do produto ou do serviço, a fim de permitir assim ao consumidor, que adquire o produto ou o serviço designado pela marca, fazer, numa aquisição ulterior, a mesma escolha, se a experiência se revelar positiva, ou fazer uma outra escolha, se ela se revelar negativa [v. Acórdão de 12 de junho de 2007, MacLean-Fogg/IHMI (LOKTHREAD), T-339/05, não publicado, EU:T:2007:172, n.º 28 e jurisprudência referida].

46 Daqui decorre que, para que um sinal seja abrangido pela proibição enunciada na disposição mencionada n.º 43, *supra*, é necessário que apresente uma relação suficientemente direta e concreta com os produtos ou serviços em causa, de natureza a permitir ao público interessado ter a perceção, imediatamente e sem mais reflexão, de uma descrição dos produtos e dos serviços em causa ou de uma das características destes (v. Acórdão de 12 de junho de 2007, LOKTHREAD, T-339/05, não publicado, EU:T:2007:172, n.º 29 e jurisprudência referida).

47 A este respeito, deve precisar-se que, mediante o emprego, no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, dos termos «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», o legislador da União Europeia, por um lado, indicou que estes termos deviam ser todos considerados como sendo características de produtos ou de serviços e, por outro, precisou que esta lista não era exaustiva, podendo igualmente ser tomada em consideração qualquer outra característica de produtos ou de serviços (Acórdão de 10 de março de 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/IHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, n.º 49).

48 A escolha do legislador do termo «características» realça o facto de os sinais visados pela referida disposição serem apenas aqueles que servem para designar uma propriedade, facilmente reconhecível pelo público pertinente, dos produtos ou dos serviços para os quais o registo é pedido. Assim, o registo de um sinal só pode ser recusado com fundamento no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, se for razoável considerar que esse sinal será efetivamente reconhecido pelo

público pertinente como uma descrição de uma das referidas características (v., neste sentido, Acórdão de 10 de março de 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/IHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, n.º 50 e jurisprudência referida).

49 Por último, há que recordar que a apreciação do caráter descritivo de um sinal só pode ser feita, por um lado, tendo em conta a compreensão que dele tem o público interessado e, por outro, atendendo aos produtos ou serviços em causa (v. Acórdão de 12 de junho de 2007, LOKTHREAD, T-339/05, não publicado, EU:T:2007:172, n.º 32 e jurisprudência referida).

50 Há que apreciar, por conseguinte, se foi com razão que a Câmara de Recurso considerou na decisão impugnada que o sinal nominativo Crédit Mutuel era, do ponto de vista do público pertinente, descritivo dos produtos e serviços da primeira categoria.

51 Em primeiro lugar, no que diz respeito à determinação do público pertinente, há que referir que a Câmara de Recurso considerou, nos n.os 39 e 40 da decisão impugnada, que os produtos e serviços visados pela marca controvertida se destinavam não só ao público em geral, normalmente atento e avisado, mas também aos profissionais, pelo menos no que respeita aos produtos e serviços técnicos ou especializados. Estes últimos prestam, segundo a Câmara de Recurso, uma atenção mais elevada do que o consumidor do público em geral quando contratam os referidos serviços. Além disso, para alguns serviços, como os serviços financeiros ou imobiliários, que podem ter consequências financeiras significativas para os seus utilizadores, o nível de atenção dos consumidores que pertencem ao público em geral seria, de preferência, elevado no momento da sua escolha. A Câmara de Recurso precisou igualmente que, na medida em que a marca controvertida era composta por termos franceses, o consumidor pertinente a ter em conta era o consumidor francófono. Esta definição de público pertinente, que não é contestada pela interveniente, não enferma de erro.

52 Em seguida, quanto ao significado dos termos que compõem a marca controvertida para o público pertinente assim definido, baseando-se na definição das palavras «crédit» e «mutuel» na versão em linha do dicionário *Larousse* e, a título de confirmação, nos documentos fornecidos pelo recorrente, a Câmara de Recurso considerou, nos n.os 46 e 47 da decisão impugnada, que «a adjunção [desses termos] remetia para a ideia de cooperativa em matéria financeira que consiste, essencialmente, na concessão e garantia de créditos financeiros entre vários societários reunidos numa mesma entidade qualificada de "mutualista", em que cada utente é simultaneamente beneficiário e proprietário» e que, portanto, a expressão «crédit mutuel» fazia referência a um tipo de atividade bancária prestada pelos bancos mutualistas, cujas atividades eram idênticas às dos bancos ditos «clássicos», embora não prossigam a mesma finalidade, a saber, a realização de ganhos financeiros.

53 Por último, tendo em conta esse significado da expressão «crédit mutuel», a Câmara de Recurso concluiu, no n.º 48 da decisão impugnada, que a marca controvertida era descritiva dos produtos e serviços da primeira categoria quanto à sua espécie, seu objeto e seu destino, na medida em que fazia claramente referência a esses produtos e serviços ao indicar que intervinham no âmbito das atividades bancárias. Além disso, no n.º 73 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso salientou que a marca controvertida não permitia ao público pertinente identificar a origem comercial dos referidos produtos e serviços e que, por conseguinte, devia, a respeito dos mesmos, ser considerada desprovida de caráter distintivo.

54 Para contestar essa conclusão da Câmara de Recurso, a interveniente alega que o significado da expressão «crédit mutuel» para o público pertinente acolhido pela Câmara de Recurso é erróneo.

55 A este respeito, em primeiro lugar, a interveniente sustenta que a expressão «crédit mutuel» não está definida no dicionário *Larousse*. Contudo, esse facto é irrelevante, uma vez que, conforme sublinhou a Câmara de Recurso no n.º 41 da decisão impugnada, quando se trata de uma expressão, os dicionários não mencionam todas as combinações possíveis dos termos em causa. Assim, a Câmara de Recurso concluiu com razão que se devia ter em conta o significado comum e óbvio dessa expressão.

56 Em segundo lugar, há que salientar que, contrariamente ao que sustenta a interveniente, não decorre da decisão impugnada que a Câmara de Recurso tenha considerado que a combinação dos elementos nominativos «crédit» e «mutuel» constituía a designação genérica de um produto ou de um serviço bancário, nem que tenha entendido que a expressão «crédit mutuel» designava um «tipo específico de serviço bancário», no sentido de um tipo específico de empréstimo na prática bancária. Ao indicar que a marca controvertida fazia referência a um «tipo de atividade bancária prestada por bancos mutualistas», a Câmara de Recurso baseou-se na distinção entre um banco dito «clássico» e um banco dito «mutualista», que não partilham da mesma finalidade, a saber, a realização de ganhos financeiros, mas que operam atividades bancárias idênticas (como os serviços de empréstimo, crédito ou financiamento).

57 Daqui resulta que a conclusão da Câmara de Recurso referente ao significado para o público pertinente da expressão «crédit mutuel» não enferma de erro.

58 Além disso, essa conclusão é corroborada pelas considerações acolhidas pela cour d'appel de Paris (Tribunal de Recurso de Paris, França) no seu Acórdão de 27 de fevereiro de 2018 (processo n.º 16/14398), apresentado ao Tribunal Geral pela interveniente em anexo ao seu recurso subordinado. Esse acórdão foi proferido no âmbito de um litígio que tinha por objeto um pedido de declaração de nulidade apresentado pelo recorrente da marca francesa coletiva de que a interveniente é titular, composta pelos mesmos termos «crédit» e «mutuel» que a marca controvertida. Segundo as considerações avançadas pelo Tribunal de Recurso de Paris nesse acórdão, resulta do CMF e, designadamente, dos seus artigos L. 515-55 e R. 512-20 que a expressão «crédit mutuel» é nele utilizada para designar um tipo de atividade bancária que consiste em oferecer serviços bancários que aplicam os princípios do crédito mútuo. O Tribunal de Recurso de Paris acrescentou que importava pouco, a este respeito, que o CMF não previsse uma definição precisa do crédito mútuo, uma vez que esses termos empregues no CMF tinham um sentido, relativo à definição do objeto das caixas de crédito mútuo, e que o artigo R. 512-20 do CMF definia os princípios gerais do crédito mútuo, como a apresentação de um caráter não lucrativo, a limitação da atividade das caixas a uma determinada circunscrição territorial ou a um grupo homogéneo de societários e o estabelecimento da responsabilidade dos societários. O tipo de atividade bancária, que é o crédito mútuo, está assim definido, segundo o Tribunal de Recurso de Paris, por esses princípios gerais.

59 O significado dado pelo Tribunal de Recurso de Paris à expressão «crédit mutuel», que compõe a marca francesa de que a interveniente é titular, corresponde, portanto, em substância, ao significado acolhido pela Câmara de Recurso dos mesmos termos que compõem a marca controvertida.

60 A este respeito, há que recordar que, embora o regime das marcas da União Europeia seja um sistema autónomo, constituído por um conjunto de normas, e prossiga objetivos que lhe são específicos, sendo a sua aplicação independente de qualquer sistema nacional, decorre igualmente da jurisprudência que nem as partes nem o próprio Tribunal Geral podem ser impedidos de se inspirarem, na interpretação do direito da União, em elementos extraídos da jurisprudência nacional. Consequentemente, embora não sejam vinculativas para efeitos de aplicação do direito das marcas da União Europeia, as decisões das autoridades nacionais podem ser tidas em consideração sobretudo, como no caso vertente, para apreciar o significado para o público pertinente dos termos que compõem a marca controvertida (v. Acórdão de 25 de novembro de 2014, UniCredit/IHMI, T-303/06 RENV e T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, n.º 91 e jurisprudência referida).

61 Em seguida, a interveniente contesta a conclusão da Câmara de Recurso segundo a qual, atendendo ao seu significado para o público pertinente, a marca controvertida era descritiva dos produtos e serviços que apresentam uma ligação com as atividades bancárias. Todavia, os argumentos avançados a este respeito pela interveniente não podem prosperar.

62 Em primeiro lugar, no que respeita ao seu argumento segundo o qual a expressão «crédit mutuel» é percecionada pelo público pertinente como um sinal distintivo que permite identificar os produtos e serviços que o revestem como sendo provenientes da CNCM ou da rede Crédit Mutuel, impõe-se constatar que este argumento é abrangido pelo âmbito de aplicação do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, e não do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento, dado que a sua análise implica apreciar as qualidades que a marca controvertida poderia ter adquirido pelo seu uso junto do público pertinente, de modo a que este último identificasse os produtos e serviços em causa como provenientes da CNCM ou da rede Crédit Mutuel. Esse argumento não pode, portanto, ser tido em conta no âmbito da apreciação do caráter descritivo intrínseco.

63 Em segundo lugar, o facto, destacado pela interveniente, de que o uso da expressão «crédit mutuel» é regulamentado ou mesmo reservado a um único operador económico, é irrelevante no âmbito da apreciação do caráter descritivo intrínseco da marca controvertida ou do seu caráter distintivo. Com efeito, tal circunstância não tem incidência sobre a perceção e a compreensão pelo público pertinente da expressão «crédit mutuel» enquanto tal, no que respeita aos produtos e aos serviços em causa, mais poderia, quando muito, constituir um elemento pertinente no âmbito do exame da aquisição pela marca controvertida, pelo seu uso, de um caráter distintivo que lhe permite indicar a origem comercial dos produtos e serviços visados como provenientes de um operador económico em particular.

64 Em terceiro lugar, no que respeita e ao argumento da interveniente através do qual esta acusa a Câmara de Recurso de se ter baseado nas teorias do mutualismo, quando estas são irrelevantes na análise da perceção do público pertinente, há que constatar que não decorre explicitamente da decisão impugnada que a Câmara de Recurso se tenha baseado nos documentos apresentados pelo recorrente relativos às teorias do mutualismo para concluir que a expressão «crédit mutuel» remetia para um tipo de atividade bancária prestado pelos bancos mutualistas, nem que, mesmo que assim fosse, esses documentos tenham sido determinantes para chegar a essa conclusão.

65 De qualquer modo, ainda que a Câmara de Recurso se tivesse baseado, designadamente, nos referidos documentos para confirmar a sua conclusão sobre o significado da expressão «crédit mutuel», há que salientar que as teorias do mutualismo expõem os princípios gerais seguidos pelos bancos mutualistas e confortam assim a conclusão da Câmara de Recurso de que a expressão «crédit mutuel» designa um tipo de atividade bancária prestado pelos bancos mutualistas, cujas atividades são idênticas às dos bancos ditos «clássicos», apesar de não prosseguirem a mesma finalidade, a saber, a realização de ganhos financeiros. Por conseguinte, há que rejeitar o argumento da interveniente segundo o qual as teorias do mutualismo são indiferentes na análise da perceção pelo público pertinente do significado dos termos que compõem a marca controvertida.

66 Vistas as considerações expostas, há que julgar improcedente o fundamento único invocado pela interveniente e, por conseguinte, negar provimento ao recurso subordinado.

Quanto ao primeiro fundamento do recurso principal, relativo à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do mesmo regulamento

67 Vistas as precisões recordadas nos n.os 21 e 24, *supra*, há que salientar que, no âmbito do presente fundamento, o recorrente contesta a conclusão da Câmara de Recurso segundo a qual a marca controvertida não é descritiva em relação aos produtos e serviços da segunda categoria, com exceção dos «cartazes, calendários, autocolantes» pertencentes à classe 16.

68 A este respeito, o recorrente alega que esses produtos e serviços são comummente oferecidos no âmbito de uma atividade bancária ou são, no mínimo, suscetíveis de o ser, o que resulta do facto de a CNCM ter pedido o registo da marca controvertida para os referidos produtos e serviços.

Consequentemente, a marca controvertida é descritiva, na aceção da jurisprudência do Tribunal Geral, de uma das características desses produtos e serviços, a saber, do seu destino, na medida em que podem ter como finalidade o crédito mútuo, e deve, portanto, ser declarada nula.

69 O recorrente alega igualmente que, na falta de declaração do caráter descritivo da marca controvertida para esses últimos produtos e serviços, a CNCM poderia proibir a qualquer ator económico o uso da expressão «crédit mutuel» no âmbito da sua atividade bancária mutualista. Ora, tal seria contrário à jurisprudência segundo a qual qualquer operador suscetível de propor no futuro produtos ou serviços concorrentes daqueles para os quais é pedido o registo deve poder utilizar livremente os sinais ou as indicações que possam servir para descrever características dos seus produtos ou serviços.

70 O EUIPO e a interveniente contestam os argumentos do recorrente e concluem pela improcedência do presente fundamento.

71 Assim, há que apreciar se, atenta a jurisprudência recordada nos n.os 44 a 49, *supra*, o sinal nominativo Crédit Mutuel é, do ponto de vista do público pertinente, descritivo dos produtos e serviços da segunda categoria, com exceção dos «cartazes, calendários, autocolantes» abrangidos pela classe 16, relativamente aos quais essa conclusão não é contestada, conforme alega o recorrente e contrariamente ao que a Câmara de Recurso considerou na decisão impugnada.

72 A este respeito, há que salientar que a definição do público pertinente e o significado da expressão «crédit mutuel», acolhidos acertadamente pela Câmara de Recurso na decisão impugnada e relembrados nos n.os 51 e 52, *supra*, não são contestados pelo recorrente.

73 Quanto à questão de saber se resulta do significado da marca controvertida e da natureza dos produtos e serviços da segunda categoria que o sinal Crédit Mutuel é suscetível de descrever o destino desses produtos e serviços, conforme sustenta o recorrente, há que referir o seguinte.

74 A Câmara de Recurso salientou, em substância, nos n.os 60 a 64 da decisão impugnada, que a marca controvertida não era descritiva dos produtos e serviços da segunda categoria, na medida em que, embora estes últimos pudessem ser utilizados ou propostos no âmbito de atividades bancárias, não era possível daí deduzir que estavam ligados ao domínio bancário. Segundo a Câmara de Recurso, não se pode considerar que a marca controvertida contém informações evidentes e diretas sobre a espécie, o objeto ou o destino dos referidos produtos e serviços.

75 Importa referir que, ao mesmo tempo que alega que os produtos e serviços da segunda categoria são «comummente oferecidos no âmbito de uma atividade bancária» ou são «suscetíveis de o ser», o recorrente não apresenta nenhum argumento concreto para contestar a apreciação da Câmara de Recurso recordada no n.º 74, *supra*, ou para demonstrar concretamente em quê esses produtos e serviços da segunda categoria podem servir para executar atividades bancárias.

76 Em primeiro lugar, contrariamente ao que sustenta o recorrente, a mera circunstância de a titular da marca ter pedido o registo da marca controvertida para esses produtos e serviços não basta para demonstrar que estes são comummente oferecidos no âmbito de uma atividade bancária.

77 Em segundo lugar, no que respeita à alegação de que os produtos e serviços da segunda categoria são «suscetíveis» de serem oferecidos no âmbito de atividades bancárias, há que salientar que, é verdade que não é necessário que os sinais e as indicações que compõem a marca, referidos no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, sejam efetivamente utilizados, no momento do pedido de registo, para fins descritivos de produtos ou serviços como aqueles para os quais o pedido é apresentado ou das características desses produtos ou serviços. Basta, como resulta da própria letra dessa disposição, que esses sinais e indicações possam ser utilizados para esses fins (Acórdão de 23 de outubro de 2003, IHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, n.º 32). Um sinal nominativo deve ser objeto de uma recusa de registo, em aplicação da referida disposição, ou deve ser anulado, se em,

pelo menos, um dos seus significados potenciais esse sinal designar uma característica dos produtos ou serviços em causa [Acórdão de 14 de dezembro de 2017, GeoClimaDesign/EUIPO — GEO (GEO), T-280/16, não publicado, EU:T:2017:913, n.º 29].

78 Todavia, conforme decorre da jurisprudência recordada no n.º 46, *supra*, um sinal para que seja abrangido pela proibição enunciada no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento 2017/1001, é necessário que apresente com os produtos ou serviços em causa uma relação suficientemente direta e concreta de natureza a permitir ao público interessado percecionar, imediatamente e sem mais reflexão, uma descrição dos produtos e serviços em causa ou de uma das características destes.

79 Ora, o recorrente não apresenta nenhum elemento concreto que demonstre a existência de tal relação direta e concreta entre a marca controvertida e os produtos e serviços da segunda categoria, com exceção dos «cartazes, calendários, autocolantes» abrangidos pela classe 16. O simples facto, adiantado pelo recorrente, de esses produtos e serviços poderem servir para executar atividades bancárias não basta para provar a existência de uma relação suficientemente direta e concreta entre a marca controvertida e os produtos e serviços em causa, pelo que o público pertinente percecionará imediatamente essa marca e sem outra reflexão, como uma descrição, por exemplo, do destino dos referidos produtos e serviços.

80 Com efeito, conforme salientou com razão a Câmara de Recurso, os produtos e serviços da segunda categoria são ou podem certamente intervir no âmbito de atividades bancárias. Contudo, os produtos e serviços da segunda categoria não são exclusivamente destinados a tais atividades ou a estas especificamente ligados, mas podem ser utilizados em muitas outras atividades, pelo que o público pertinente não percecionará, imediatamente e sem qualquer outra reflexão, a marca Crédit Mutuel, a qual remete para um tipo de atividade bancária, conforme foi salientado no n.º 52, *supra*, como designando esses produtos e serviços ou uma das características destas, por exemplo, o seu destino.

81 Esta conclusão não é infirmada pelos argumentos que o recorrente retira da jurisprudência do Tribunal Geral.

82 Com efeito, no Acórdão de 9 de setembro de 2010, Nadine Trautwein Rolf Trautwein/IHMI (Hunter) (T-505/08, não publicado, EU:T:2010:378), invocado pelo recorrente, é certo que o Tribunal Geral declarou, nos n.os 37 a 40, que os produtos abrangidos pela classe 25 eram «suscetíveis de ser utilizados, nomeadamente, para a caça ou de ser associados a esta atividade» e que o sinal em causa era descritivo na medida em que «designa[va] o destino e o nível de qualidade dos produtos em causa, e, por conseguinte, algumas das suas características essenciais».

83 Todavia, a conclusão do Tribunal Geral segundo a qual o público pertinente, constituído, designadamente, por caçadores, podia percecionar imediatamente e sem outra reflexão o sinal Hunter como indicativo de que o «vestuário de lazer, de interior e de desporto», os «cintos» e os «lenços» abrangidos pela classe 25, ainda que não fossem concebidos para a caça, eram particularmente adaptados para a mesma e possuíam um nível de qualidade que lhe era adaptado e que, em consequência, o sinal nominativo Hunter era descritivo na medida em que designava o destino e o nível de qualidade dos produtos em causa, era baseada na constatação prévia de que os produtos destinados aos caçadores e utilizados para a caça deviam respeitar critérios funcionais específicos e a indumentária dos caçadores era frequentemente caracterizada pela sua grande qualidade para um uso exterior.

84 Decorre, assim, desse acórdão que a ligação entre o sinal e os produtos em causa foi considerada suficientemente direta e concreta devido ao significado do sinal, que remetia para a caça, bem como ao facto de o vestuário utilizado na caça apresentar características específicas, o que permitiu ao público pertinente percecionar o referido sinal como descrevendo a qualidade e o destino dos produtos em causa.

85 Ora, o recorrente não apresenta nenhum elemento concreto para demonstrar de que forma essa apreciação do Tribunal Geral seria transponível para o caso em apreço. Mais particularmente, o recorrente não demonstra que uma característica específica das atividades bancárias para as quais a marca controvertida remete permitisse ao público pertinente estabelecer imediatamente e sem qualquer reflexão uma ligação entre essa marca e uma das características essenciais dos produtos e dos serviços que não são especificamente destinados às atividades bancárias.

86 Do mesmo modo, o recorrente não estabelece de que forma a apreciação do Tribunal Geral no Acórdão de 19 de novembro de 2009, Clearwire/IHMI (CLEARWIFI) (T-399/08, não publicado, EU:T:2009:458), permitiria demonstrar a existência de uma relação imediata entre a marca controvertida e os produtos e serviços que não são especificamente abrangidos pelo domínio bancário. Nesse último acórdão, o Tribunal Geral declarou que o público pertinente, por um lado, era suscetível de percecionar o sinal CLEARWIFI como designando uma tecnologia sem fio que oferece um acesso claro e sem perturbações, por exemplo, à Internet, e, por outro, estabelecia sem dificuldade uma ligação entre o referido sinal e um serviço de telecomunicações específico, a saber, o acesso à Internet, bem como entre o referido sinal e uma das características desse serviço, a saber, a ausência de perturbação. Por conseguinte, o Tribunal Geral considerou que a marca CLEARWIFI era suscetível de ser percecionada pelo público pertinente como uma indicação da qualidade e do destino dos serviços em causa.

87 O recorrente não avança nenhum argumento que permita considerar que esta apreciação do Tribunal Geral, baseada numa característica específica dos serviços visados pela marca pedida para a qual remetia o sinal em causa, seria transponível para o caso em apreço.

88 Consequentemente, a Câmara de Recurso considerou com razão que a marca controvertida não era descritiva para os produtos e serviços da segunda categoria visados pelo recorrente.

89 No que respeita, mais especificamente aos serviços ligados aos seguros abrangidos pela classe 36, a saber, os serviços «seguros», «caixas de previdência», «corretagem de seguros» e «avaliações financeiras (seguros)», a apreciação feita pela Câmara de Recurso no n.º 63 da decisão impugnada também não enferma de erro. Com efeito, embora seja verdade, como sustenta o recorrente, que o domínio dos seguros pertence ao setor financeiro e que os serviços de seguros são propostos pelas instituições bancárias, designadamente, pelos bancos que compõem o grupo Crédit Mutuel. Por outro lado, não é raro ver instituições financeiras e uma companhia de seguros no mesmo grupo económico. Também é verdade que, em algumas das suas decisões consagradas aos motivos relativos de recusa de registo, as instâncias do EUIPO concluíram que os serviços bancários e os serviços ligados aos seguros eram semelhantes.

90 Todavia, importa salientar, à semelhança da Câmara de Recurso, que as atividades de seguros e as atividades bancárias prosseguem finalidades diferentes, na medida em que os serviços de seguros visam a preservação de ativos de qualquer natureza em caso de acontecimentos imprevistos, enquanto os serviços bancários visam a gestão e a valorização de ativos financeiros. Por conseguinte, cabia ao recorrente oferecer elementos de prova que permitissem demonstrar que, nomeadamente, atendendo ao facto de os serviços de seguros serem frequentemente propostos pelas instituições bancárias, a marca controvertida seria percecionada imediatamente e sem outra reflexão pelo público pertinente como descrevendo igualmente serviços de seguros não abrangidos na atividade «clássica» de um banco, ou uma das suas características, por exemplo, a de ser propostos por um banco mutualista segundo os princípios do crédito mútuo que regem a sua atividade. Com efeito, na medida em que, tendo em conta o disposto nos artigos 59.º e 62.º do Regulamento 2017/1001, a marca da União Europeia beneficia de uma presunção de validade até ser declarada nula na sequência de um processo de declaração de nulidade, cabe a quem requer a declaração de nulidade dessa marca invocar no EUIPO os elementos concretos que põem em causa a sua validade [v., neste sentido, Acórdão de 28 de setembro de 2016, European Food/EUIPO — Société des produits Nestlé (FITNESS), T-476/15, EU:T:2016:568, n.os 47 e 48 e jurisprudência referida].

91 Ora, a única referência abstrata a uma atividade conhecida sob a denominação «banca-seguros», conforme resulta do considerando 9 da Diretiva 2002/92/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 9 de dezembro de 2002, relativa à mediação de seguros (JO 2003, L 9, p. 3), invocada pelo recorrente, ou o facto de, em algumas das suas decisões consagradas aos motivos relativos de recusa de registo, as instâncias do EUIPO terem declarado que os serviços bancários e os serviços ligados aos seguros eram semelhantes, não bastam para demonstrar de forma concreta que a marca controvertida é percecionada pelo público pertinente como sendo também descritiva destes últimos serviços.

92 Tendo em conta o que precede, há que julgar improcedente o primeiro fundamento do recurso principal.

Quanto aos segundo e terceiro fundamentos do recurso principal, relativos à violação do artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, conjugado com o artigo 7.º, n.º 3, do mesmo regulamento

93 No âmbito dos segundo e terceiro fundamentos, o recorrente acusa, em substância, a Câmara de Recurso de ter violado o artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001 e o artigo 7.º, n.º 3, deste regulamento, na medida em que esta concluiu erradamente que a marca controvertida tinha adquirido caráter distintivo pelo uso para os produtos e serviços abrangidos pela primeira categoria, em relação aos quais tinha concluído que a referida marca era descritiva e desprovida de caráter distintivo.

94 A este respeito, há que recordar que, por força do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, se uma marca não tiver *ab initio* caráter distintivo, pode adquiri-lo na sequência da sua utilização para os produtos ou serviços por ela visados. Esse caráter distintivo pode ser adquirido, designadamente, após um processo normal de familiarização do público interessado. Daqui decorre que, para apreciar se uma marca adquiriu caráter distintivo pelo uso, há que ter em conta a totalidade das circunstâncias nas quais o público pertinente é posto perante essa marca [Acórdãos de 22 de junho de 2006, Storck/IHMI, C-24/05 P, EU:C:2006:421, n.ºs 70 e 71, e de 21 de maio de 2014, Bateaux mouches/IHMI (BATEAUX-MOUCHES), T-553/12, não publicado, EU:T:2014:264, n.º 58].

95 Do mesmo modo, o artigo 59.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001 dispõe, nomeadamente que, se a marca da União Europeia tiver sido registada contrariamente ao artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do referido regulamento, não pode, todavia, ser declarada nula se, pela utilização que dela foi feita, a mesma tiver adquirido, após o seu registo, um caráter distintivo para os produtos ou serviços para os quais foi registada.

96 A aquisição do caráter distintivo pelo uso da marca exige que, pelo menos, uma parte significativa do público pertinente identifique, graças à marca, os produtos ou serviços em causa como sendo provenientes de uma determinada empresa [Acórdãos de 1 de fevereiro de 2013, Ferrari/IHMI (PERLE'), T-104/11, não publicado, EU:T:2013:51, n.º 37; e de 22 de março de 2013, Bottega Veneta International/IHMI (Forma de uma mala de mão), T-409/10, não publicado, EU:T:2013:148, n.º 75].

97 A aquisição do caráter distintivo pelo uso deve ser apreciada de forma rigorosa e precisa. O requerente do registo deve fazer prova de que essa marca indica por si só, por oposição a qualquer outra marca que possa igualmente estar presente no mercado, a origem comercial dos produtos (Acórdão de 16 de setembro de 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, n.º 66).

98 As diferentes alegações apresentadas pelo recorrente no âmbito dos segundo e terceiro fundamentos podem ser reagrupadas sob várias alegações. Assim, em substância, a primeira alegação é relativa à impossibilidade de a marca controvertida adquirir caráter distintivo pelo uso. A segunda é relativa à falta de uso da marca sob a forma em que é registada. A terceira é relativa à falta de uso da marca como indicação de origem e enquanto marca. A quarta é relativa à insuficiência de provas da

aquisição do caráter distintivo pelo uso relativamente a cada produto e serviço para os quais a marca controvertida era desprovida de caráter distintivo *ab initio* ou do caráter global da apreciação dessas provas feita pela Câmara de Recurso.

– *Quanto à impossibilidade de a marca controvertida adquirir caráter distintivo pelo uso*

99 No âmbito do segundo fundamento, o recorrente sustenta, em substância, que a marca controvertida não pode adquirir caráter distintivo pelo uso, porque resulta das disposições do CMF que a expressão «crédit mutel» é a designação legal e genérica, por um lado, da atividade bancária de crédito mútuo e, por outro, dos bancos mutualistas organizados em rede que têm por atividade o crédito mútuo. Além disso, nenhuma disposição do CMF autoriza a CNCM a apropriar-se desses termos em detrimento de outros operadores que exerçam ou sejam suscetíveis de exercer uma atividade de crédito mútuo. Portanto, na medida em que o legislador francês quis deixar esses termos livres de direitos, atendendo ao seu sentido e finalidade, e na medida em que outros operadores estão ou podem estar legalmente autorizados a utilizá-los, a expressão «crédit mutuel» não é suscetível de apropriação e não pode adquirir caráter distintivo pelo uso.

100 O EUIPO e a interveniente contestam os argumentos do recorrente.

101 No âmbito da presente alegação, o recorrente acusa, em substância, a Câmara de Recurso de não ter retirado todas as consequências do CMF, do qual resulta que o legislador francês quis deixar a expressão «crédit mutuel» livre de utilização por qualquer empresa que pretenda exercer uma atividade de crédito mútuo.

102 A este respeito, decorre da jurisprudência que, na hipótese referida no artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, o facto de o sinal que constitui a marca em questão ser efetivamente compreendido pelo público pertinente como uma indicação da origem comercial de um produto ou de um serviço é o resultado de um esforço económico por parte do requerente da marca. Esta circunstância justifica o afastamento das considerações de interesse geral subjacentes ao n.º 1, alíneas b) a d), do mesmo artigo, que exigem que as marcas a que essas disposições se referem possam ser livremente utilizadas, a fim de evitar criar uma vantagem concorrencial ilegítima a favor de um operador económico único [v. Acórdão de 15 de dezembro de 2016, Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO — Société des produits Nestlé (Forma de uma tablete de chocolate), T-112/13, não publicado, EU:T:2016:735, n.º 67 e jurisprudência referida].

103 Consequentemente, importa salientar que as considerações de interesse geral subjacentes ao artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) a d), do Regulamento 2017/1001, que exigem que se deixem livres os sinais descritivos, que não sejam intrinsecamente distintivos ou que se tenham tornado usuais, são precisamente afastadas no âmbito da aplicação do artigo 7.º, n.º 3, deste regulamento.

104 Além disso, há que referir, como o EUIPO, que nem o Regulamento 2017/1001, nem a jurisprudência dos órgãos jurisdicionais da União, preveem que o sinal deva apresentar uma certa «aptidão» para adquirir caráter distintivo pelo uso e, ainda menos, que o artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001 não seja aplicável quando a marca é composta por termos que designam uma atividade regulamentada. Com efeito, nada na letra do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, nem em qualquer outra disposição do Regulamento 2017/1001, permite concluir que a consagração legal de certos termos exclui que estes possam adquirir caráter distintivo pelo uso.

105 Daqui resulta, assim, que o direito da União prevê a possibilidade para qualquer sinal desprovido *ab initio* de caráter distintivo por força do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) a d), do Regulamento 2017/1001 de adquirir caráter distintivo pelo uso, e isto, mesmo quando os termos de que é composto o sinal controvertido designam uma atividade regulamentada pela lei.

106 Assim, há que rejeitar este argumento do recorrente, pois levaria a limitar o âmbito de aplicação do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001.

107 Por conseguinte, improcede a presente alegação.

– *Quanto à falta de uso da marca sob a forma em que é registada.*

108 O recorrente salienta que a simples combinação dos termos «crédit» e «mutuel» não é apta a preencher a função essencial da marca, a saber, a de indicar a origem comercial dos produtos e serviços, o que resulta, nomeadamente, do facto de a marca controvertida ter sido sempre utilizada por escrito com elementos gráficos adicionais, como logótipos, ou acompanhada de *slogans*. Por conseguinte, são apenas estes últimos que permitem determinar a origem comercial dos produtos e dos serviços. O recorrente deduz daí, em substância, que esse uso da marca controvertida enquanto parte de marcas complexas não lhe permite adquirir caráter distintivo pelo uso.

109 O EUIPO alega que, se o Tribunal Geral confirmasse que a marca controvertida foi objeto de uma utilização «enquanto marca individual», a saber, de forma a garantir ao consumidor que os produtos ou serviços em causa provêm da titular da marca enquanto única empresa responsável pela sua qualidade, os argumentos apresentados pelo recorrente quanto à forma do uso da marca deveriam ser rejeitados. Nesta hipótese, o facto de a marca controvertida ter sido utilizada sob uma forma ligeiramente estilizada, e em combinação com os elementos adicionais figurativos e nominativos em questão, não é determinante, uma vez que a titular da marca demonstrou, através de uma sondagem, que são efetivamente os termos «crédit» e «mutuel» que remetem uma parte significativa do público pertinente para a ideia de um banco.

110 A interveniente recorda, no que respeita ao uso da marca nominativa Crédit Mutuel em marcas complexas, que é jurisprudência constante que o caráter distintivo de uma marca pode ser adquirido em consequência do uso dessa marca enquanto parte de uma marca registada ou em conjugação com esta e que os elementos nominativos de uma marca são, em princípio, mais distintivos do que os elementos figurativos. Por conseguinte, é o elemento nominativo «crédit mutuel» o mais facilmente memorizado, e não os logótipos ou *slogans*, que têm apenas um papel secundário.

111 A este respeito, há que recordar que a aquisição do caráter distintivo, tanto pode resultar do uso, enquanto parte de uma marca registada, de um elemento desta, como do uso de uma marca distinta em conjugação com uma marca registada. Em ambos os casos, basta que, em consequência desse uso, os meios interessados tenham uma perceção efetiva de que o produto ou o serviço, designado apenas pela marca cujo registo foi pedido, provém de uma determinada empresa (Acórdãos de 7 de julho de 2005, Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, n.º 30, e de 17 de julho de 2008, L & D/IHMI, C-488/06 P, EU:C:2008:420, n.º 49).

112 Assim, independentemente da questão de saber se o uso diz respeito a um sinal enquanto parte de uma marca registada ou em conjugação com esta, é condição essencial que, em consequência desse uso, o sinal possa designar, no espírito dos meios interessados, que os produtos sobre os quais incide provêm de uma determinada empresa (Acórdão de 16 de setembro de 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, n.º 65).

113 Nos n.os 111 e 112 da decisão impugnada, a Câmara de Recurso salientou que, mesmo que a marca controvertida fosse utilizada sob uma forma diferente daquela sob a qual foi registada, essa circunstância não afeta, no caso vertente, a conclusão de que tal utilização podia permitir à marca controvertida adquirir caráter distintivo pelo uso. Com efeito, segundo a Câmara de Recurso, os elementos com os quais a marca controvertida foi utilizada, a saber, uma forma gráfica ou o acrescento de outras marcas nominativas sob a forma de *slogans*, não alteram o seu caráter distintivo.

114 Embora não conteste o princípio segundo o qual o caráter distintivo de uma marca pode ser adquirido em consequência do uso dessa marca enquanto parte de uma marca registada ou em conjugação com esta, o recorrente salienta, baseando-se na jurisprudência, que é ainda necessário que o público pertinente percecione a parte da marca ou a marca isolada daquela com a qual foi conjugada, considerada separadamente, como indicativa da origem do produto ou do serviço que essa mesma parte designa.

115 A este respeito, há que salientar, à semelhança do recorrente, que o titular de uma marca cuja anulação é pedida, deve fazer prova de que esta indica só por si, por oposição a qualquer outra marca que igualmente possa estar presente no mercado, a origem comercial dos produtos (Acórdão de 16 de setembro de 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, n.º 66).

116 Por conseguinte, no caso vertente, a justeza da conclusão da Câmara de Recurso, tal como recordada no n.º 113, *supra*, depende, conforme alegado, em substância, pelo EUIPO, da questão de saber se a marca controvertida foi objeto de um uso que lhe permite, só por si, indicar a origem comercial dos produtos e serviços em causa, de modo a garantir ao consumidor que estes provêm de uma determinada empresa.

117 Esta questão será examinada, a seguir, no âmbito da apreciação da terceira alegação dos segundo e terceiro fundamentos.

– *Quanto à falta de uso da marca controvertida como indicador de origem e enquanto marca*

118 No âmbito do segundo fundamento, o recorrente sustenta, em substância, que, contrariamente ao que considerou a Câmara de Recurso, «o conjunto Crédit Mutuel» não designa a CNCM, órgão central que não tem atividade bancária nenhuma e que não é conhecida do consumidor, mas, como indica o CMF, os bancos mutualistas em geral que se estruturaram principalmente em torno de dois grupos autónomos e concorrentes, o Crédit Mutuel Arkéa e o CM11-CIC. Esta circunstância é de molde a impedir que a marca individual controvertida preencha a sua função de indicação de origem, o que é corroborado pelo facto de, para designar os seus produtos e serviços junto dos seus clientes, o Crédit Mutuel Arkéa e o CM11-CIC utilizarem marcas diferentes a fim de evitar qualquer confusão. Acresce que, para se distinguir do seu concorrente, o Crédit Mutuel Arkéa utiliza a expressão «crédit mutuel» associada a um logótipo diferente do utilizado pelo CM11-CIC. Por conseguinte, a expressão «crédit mutuel» considerada isoladamente não permite ao público determinar a origem comercial dos produtos e dos serviços em causa.

119 No âmbito do terceiro fundamento, o recorrente alega que, na grande maioria dos documentos apresentados pela CNCM, a título de prova da aquisição pela marca controvertida do caráter distintivo pelo uso, a expressão «crédit mutuel» não é utilizada enquanto marca para designar produtos e serviços, mas em referência ao grupo Crédit Mutuel. Ora, essa referência não pode constituir um uso enquanto marca que permita provar a aquisição do caráter distintivo para os diferentes produtos e serviços em causa, uma vez que não permite que a marca controvertida preencha a sua função de indicação de origem, tanto mais que a expressão «crédit mutuel» constitui a designação legal e genérica da própria atividade e dos prestadores de serviços que exercem essa atividade.

120 Do mesmo modo, na medida em que, por um lado, não é usual no setor bancário que o consumidor personifique a marca e, por outro, não existe denominação social ou nome comercial que corresponda exatamente à designação «Crédit Mutuel», o emprego da expressão «crédit mutuel» também não pode ser analisado como sendo o uso de uma denominação social ou de um nome comercial que vale uso enquanto marca.

121 O EUIPO refere que o recorrente sustenta, em substância, que o uso demonstrado pela titular da marca não constitui um uso «enquanto marca individual», mas antes um uso «enquanto marca coletiva». A este respeito, o EUIPO remete para a apreciação do Tribunal Geral, quanto à aplicação aos factos do caso vertente da jurisprudência dos órgãos jurisdicionais da União relativa ao uso de uma marca em conformidade com a sua função essencial e, mais especificamente, ao uso de uma marca individual como indicação de uma origem comercial coletiva.

122 A interveniente alega que a existência de uma eventual concorrência no seio do grupo Crédit Mutuel não tem qualquer incidência sobre a aptidão da expressão «crédit mutuel» para adquirir um caráter distintivo pelo uso. Com efeito, em primeiro lugar, o Crédit Mutuel designa, efetivamente, o grupo do mesmo nome, conforme foi reconhecido, designadamente, pelo Conseil d'État (Conselho de Estado, França) e pela Autorité de la concurrence (Autoridade da Concorrência francesa). Por conseguinte, a marca controvertida, uma vez que é explorada por várias entidades económicas juridicamente ligadas, constitui um sinal de reconhecimento para o público da pertença a esse agrupamento.

123 Em segundo lugar, a existência de marcas próprias para designar os produtos e serviços respetivamente propostos pelo recorrente e pelo CM11-CIC não faz desaparecer o uso da «marca guarda-chuva» Crédit Mutuel, na medida em que esta é sistematicamente utilizada e constitui o sinal de pertença ao agrupamento que interpela o público no momento da escolha de um produto bancário.

124 Em terceiro lugar, o facto de a CNCM, na qualidade de órgão central, não ter qualquer atividade bancária e não ser, portanto, conhecida do consumidor, é irrelevante na medida em que, em conformidade com a jurisprudência, não é necessário que a marca seja explorada pelo seu titular, bastando que esta seja efetivamente explorada por terceiros autorizados, o que acontece no caso em apreço.

125 Em quarto lugar, o facto de o recorrente utilizar um logótipo distinto do utilizado pelo CM11-CIC também é irrelevante, na medida em que o elemento nominativo é mais facilmente memorizado pelo consumidor e que, nestas circunstâncias, o sinal nominativo Crédit Mutuel é efetivamente o elemento distintivo que permite ao público associar os produtos e os serviços a uma mesma origem comercial.

126 Em quinto lugar, a interveniente alega que o sinal nominativo Crédit Mutuel é efetivamente utilizado como marca. A este respeito, a interveniente recorda que, em conformidade com a jurisprudência, o uso de uma denominação social ou de um nome comercial pode ser considerado um uso para produtos financeiros, mesmo na falta de aposição do sinal nesses produtos, quando o terceiro utiliza o referido sinal de tal forma que se estabelece uma ligação entre a denominação social, o nome comercial ou a insígnia e os produtos ou serviços em causa. A interveniente acrescenta que o sinal Crédit Mutuel é essencialmente uma marca de serviços cuja exploração deve consistir na aposição nos diferentes suportes materiais relacionados com esses serviços. Por último, a interveniente recorda, por um lado, que não existe uma denominação social ou nome comercial que corresponda exatamente à designação «Crédit Mutuel» e, por outro, que a expressão «crédit mutuel» aparece nos documentos apresentados independentemente de qualquer menção de forma social, como salientou a Câmara de Recurso.

127 Em sexto lugar, a interveniente considera que os documentos por ela apresentados demonstram que, para o consumidor, a marca nominativa Crédit Mutuel faz referência, desde há muitos anos, a produtos e serviços bancários oferecidos, não por todos os bancos mutualistas ou cooperativos, mas por um banco único, que corresponde à rede bancária de que a CNCM é o órgão central.

128 No âmbito da presente alegação dos segundo e terceiro fundamentos, o recorrente sustenta, em substância, que as provas apresentadas pela interveniente permitem considerar que a marca controvertida designa, quando muito, o grupo Crédit Mutuel e, portanto, os bancos mutualistas que o compõem, e não a CNCM, que é a titular da marca. Deste modo, a marca controvertida não foi

utilizada como marca, mas como uma referência a esse grupo. Esta circunstância impede que a marca individual controvertida preencha a sua função de indicação de origem e adquira, assim, um caráter distintivo pelo uso.

129 Resulta da jurisprudência que a aquisição do caráter distintivo pelo uso da marca exige que pelo menos uma parte significativa do público pertinente identifique, graças à marca, os produtos ou serviços em causa como sendo provenientes de uma determinada empresa (v. Acórdão de 15 de dezembro de 2016, Forma de uma tablete de chocolate, T-112/13, não publicado, EU:T:2016:735, n.º 68 e jurisprudência referida).

130 Se os meios interessados ou, pelo menos, uma fração significativa destes identificarem, graças à marca, o produto como sendo proveniente de uma determinada empresa, deve concluir-se que o requisito imposto pelo artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento 2017/1001, para o registo da marca, está preenchido (v. Acórdão de 15 de dezembro de 2016, Forma de uma tablete de chocolate, T-112/13, não publicado, EU:T:2016:735, n.º 70 e jurisprudência referida).

131 Embora a aquisição do caráter distintivo tanto possa resultar do uso, enquanto parte de uma marca registada, de um elemento desta, como do uso de uma marca distinta em conjugação com uma marca registada, conforme recordado no n.º 111, *supra*, decorre da jurisprudência que, em consequência desse uso, os meios interessados devem efetivamente percecionar o produto ou serviço, designado apenas pela marca cujo registo é pedido, como proveniente de uma determinada empresa. Assim, independentemente da questão de saber se o uso diz respeito a um sinal enquanto parte de uma marca registada ou em conjugação com esta, é condição essencial que, em consequência desse uso, o sinal, cujo registo é pedido como marca, possa designar, no espírito dos meios interessados, que os produtos sobre os quais incide provêm de uma determinada empresa (Acórdão de 16 de setembro de 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, n.ºs 64 e 65).

132 Por outro lado, há que recordar que, no que respeita à aquisição do caráter distintivo pelo uso, a identificação do produto ou do serviço pelos meios interessados como proveniente de uma determinada empresa deve ser efetuada graças ao uso da marca enquanto marca. A expressão «uso da marca enquanto marca» deve ser entendida no sentido de que se refere a um uso da marca para efeitos de identificação do produto ou do serviço pelos meios interessados como proveniente de uma determinada empresa (v. Acórdão de 22 de junho de 2006, Storck/IHMI, C-24/05 P, EU:C:2006:421, n.º 61 e jurisprudência referida).

133 Assim, nem todo o uso da marca constitui necessariamente um uso enquanto marca (Acórdão de 22 de junho de 2006, Storck/IHMI, C-24/05 P, EU:C:2006:421, n.º 62).

134 É à luz das considerações precedentes que se deve apreciar se foi com razão que a Câmara de Recurso considerou que, no caso em apreço, os elementos de prova apresentados pela interveniente eram suscetíveis de demonstrar que a marca controvertida tinha adquirido caráter distintivo pelo uso que dela tinha sido feito, de modo a identificar, no espírito dos meios interessados, os produtos e serviços em causa como provenientes de uma determinada empresa.

135 Resulta da jurisprudência recordada nos n.ºs 129 a 131, *supra*, que o uso da marca de acordo com a sua função essencial, a saber, a de indicar que a origem comercial dos produtos e serviços provém de uma determinada empresa, é primordial na apreciação dos elementos de prova que visam demonstrar a aquisição, por essa marca, do caráter distintivo pelo uso.

136 Decorre da decisão impugnada (p. 27 a 40) que a interveniente ofereceu um grande número de elementos de prova a fim de demonstrar que a marca controvertida era conhecida junto do público pertinente e que, portanto, tinha adquirido caráter distintivo pelo uso. Esses elementos de prova

consistem em sondagens de opinião, provas da participação do grupo Crédit Mutuel em parcerias, informações financeiras, incluindo as que comprovam a colocação do grupo Crédit Mutuel em diferentes classificações, e campanhas publicitárias.

137 As conclusões que a Câmara de Recurso retirou desses elementos de prova, quanto à origem comercial dos produtos e serviços designados pela marca controvertida, não são claras. Com efeito, a Câmara de Recurso indica que o público pertinente perceciona a marca controvertida como identificativa dos produtos e serviços bancários como sendo provenientes da «titular», ou seja, a CNCM (n.os 97, 105, 108 e, em substância, n.os 99 e 100 da decisão impugnada), ou «[d]o banco» ou de «um banco» (n.os 103, 104 e 107 da decisão impugnada), ou do «grupo Crédit Mutuel», da «rede Crédit Mutuel» ou da «empresa grupo Crédit Mutuel» (n.os 104 e 116 da decisão impugnada).

138 A este respeito, há que recordar que a marca controvertida é uma marca individual. Não obstante ser titular da marca francesa Crédit Mutuel registada como marca coletiva, e relativamente a qual a cour d'appel de Paris (Tribunal de Recurso de Paris) concluiu, no seu Acórdão de 27 de fevereiro de 2018, com base em elementos de prova semelhantes aos apresentados pela interveniente no âmbito do processo no EUIPO, que a referida marca tinha adquirido caráter distintivo pelo uso, a interveniente não optou por registar a marca controvertida como marca coletiva da União Europeia. Além disso, no âmbito do processo na Divisão de Anulação, a interveniente insistiu no facto de a marca controvertida ter sido depositada e registada como marca individual (v. p. 4 da Decisão da Divisão de Anulação).

139 É igualmente pacífico entre as partes que a marca controvertida não é objeto de uso por parte da sua titular, a CNCM, que não é um banco mutualista e que, portanto, não exerce, ela própria, atividades bancárias. Com efeito, a interveniente afirma que a marca controvertida é explorada por várias entidades reunidas no seio do grupo Crédit Mutuel e constitui assim um sinal de reconhecimento para o público da pertença a esse grupo.

140 É igualmente ponto assente que os bancos que fazem parte do grupo Crédit Mutuel e que exploram a marca controvertida se estruturaram principalmente em torno de dois grupos autónomos e concorrentes, o Crédit Mutuel Arkéa e o CM11-CIC, conforme resulta do n.º 88 da decisão impugnada, os quais, para designar os seus produtos e serviços junto dos seus clientes, utilizam a marca controvertida com outras marcas ou a associam a logótipos que lhes são próprios.

141 No entanto, não se exclui que esse uso coletivo da marca individual controvertida possa permitir-lhe adquirir caráter distintivo pelo uso.

142 Com efeito, conforme decorre do n.º 135, *supra*, no âmbito da apreciação da aquisição por uma marca do caráter distintivo pelo uso, é indispensável que esse uso seja feito em conformidade com a função essencial da marca. Tratando-se de marcas individuais, como a marca controvertida, essa função essencial consiste em garantir ao consumidor ou ao utilizador final a identidade de origem do produto ou serviço designado pela marca, permitindo sem confusão possível, distinguir esse produto ou serviço dos que têm outra proveniência. Com efeito, para que a marca possa desempenhar o seu papel de elemento essencial do sistema de concorrência não falseado que o Tratado quer instituir e manter, deve constituir a garantia de que todos os produtos ou serviços por ela designados foram fabricados ou prestados sob o controlo de uma empresa única à qual pode ser atribuída a responsabilidade pela qualidade dos mesmos [v., neste sentido e por analogia, Acórdãos de 8 de junho de 2017, W. F. Gözze Frottierweberei e Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, n.º 41 e jurisprudência referida; e de 7 de junho de 2018, Schmid/EUIPO — Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark (Steirisches Kürbiskernöl), T-72/17, pendente de recurso, EU:T:2018:335, n.º 44].

143 Resulta daqui que, para demonstrar se uma marca individual adquiriu caráter distintivo na sequência de um uso coletivo que dela foi feito, há que verificar se a mesma garante aos consumidores que os produtos ou serviços em causa provêm de uma determinada empresa, que deve ser entendida como sendo uma empresa única sob o controlo da qual esses produtos ou serviços são fabricados ou prestados e à qual, pode ser atribuída a responsabilidade pela qualidade dos mesmos, por conseguinte.

144 No caso em apreço, há que examinar se a interveniente, ou seja, a titular da marca controvertida, deve ser considerada com sendo uma «empresa única», na aceção da jurisprudência recordada no n.º 142, *supra*, conforme a mesma alega, devido às relações jurídicas e comerciais que a unem aos membros do grupo Crédit Mutuel, de modo que a ligação entre a marca controvertida e os produtos e serviços fornecidos pelos membros desse grupo permita considerar que essa marca adquiriu caráter distintivo pelo uso que dela foi feito.

145 Neste contexto, importa, então, determinar se a interveniente exerce um controlo sobre os produtos e serviços fornecidos pelos bancos que fazem parte do grupo Crédit Mutuel e que exploram efetivamente essa marca, de modo que os consumidores percecionem os produtos ou serviços em causa como sendo provenientes de uma única empresa à qual pode ser atribuída a responsabilidade pela qualidade dos mesmos.

146 A este respeito, há que salientar que a CNCM é o órgão central do grupo Crédit Mutuel. Nos termos do artigo L. 512-56 do CMF, compete-lhe representar coletivamente as caixas de crédito mútuo para fazer valer os respetivos direitos e interesses comuns, exercer um controlo administrativo, técnico e financeiro sobre a organização e a gestão de cada caixa de crédito mútuo, bem como tomar todas as medidas necessárias ao bom funcionamento do crédito mútuo. Por força do artigo R.512-20 do CMF, as caixas de crédito mútuo devem comprometer-se a respeitar os estatutos, regulamentos internos, instruções e decisões da CNCM. Conforme resulta dos seus estatutos, a CNCM opera sob a forma de associação.

147 Em resposta a uma pergunta escrita do Tribunal Geral, recordando as suas missões enquanto órgão central do grupo Crédit Mutuel, a interveniente sustenta que exerce um controlo administrativo, técnico e financeiro sobre os membros da rede e que adota as medidas necessárias, designadamente, para garantir a liquidez e a solvabilidade de cada uma das caixas pertencentes ao grupo.

148 Todavia, tais circunstâncias não permitem demonstrar que a interveniente exerce também um controlo sobre os produtos e serviços fornecidos pelos bancos que fazem parte do grupo Crédit Mutuel, na aceção da jurisprudência recordada no n.º 142, *supra*.

149 Contrariamente ao que alega a interveniente, mesmo que o grupo Crédit Mutuel seja uma empresa única na aceção do direito da concorrência ou na aceção das exigências prudenciais, conforme resulta das diferentes decisões e dos atos adotados pelas instâncias europeias e nacionais invocados a este respeito pela interveniente, esse constatação não permite, só por si, concluir que a interveniente enquanto órgão central desse grupo é igualmente uma empresa única na aceção da jurisprudência referida no n.º 142, *supra*. Com efeito, esse conceito tem um conteúdo autónomo em direito das marcas da União Europeia, tal como é interpretado pela jurisprudência acima recordada, e não pode ser confundido ou aplicado por analogia com os conceitos estabelecidos noutros domínios do direito da União, como o direito da concorrência ou a supervisão prudencial das instituições de crédito.

150 Com efeito, os critérios aplicáveis para concluir pela existência de um grupo Crédit Mutuel, para efeitos de supervisão prudencial ou de aplicação do direito da concorrência, não são os mesmos que os aplicáveis para considerar que existe uma «empresa única», na aceção da jurisprudência relativa ao uso de uma marca individual da União Europeia em conformidade com a sua função essencial.

151 Neste último caso, o único critério relevante é o de saber se a utilização da marca controvertida para os produtos e serviços prestados pelos membros do grupo Crédit Mutuel garante aos consumidores que esses produtos e serviços provêm de uma empresa única sob o controlo da qual os referidos produtos e serviços são fornecidos e à qual, consequentemente, pode ser atribuída a responsabilidade pela sua qualidade. Todavia, a interveniente não provou que assim era no grupo Crédit Mutuel.

152 Os argumentos apresentados pela interveniente para demonstrar que exerce indiretamente, mas necessariamente, um controlo sobre a qualidade dos produtos e serviços das instituições bancárias que fazem parte do grupo Crédit Mutuel, não são convincentes. Com efeito, a interveniente sustenta que a solidez financeira, a solvabilidade e a liquidez das instituições bancárias são as qualidades procuradas pelos consumidores relativamente a um banco fiável. Na medida em que exerce o controlo a este respeito sobre as instituições que fazem parte desse grupo, a interveniente é, deste modo, também responsável pela qualidade dos produtos e serviços que fornecem.

153 Todavia, a responsabilidade do controlo no sentido prudencial, ainda que esse controlo possa ter um efeito sobre a perceção pelos clientes dos bancos que pertencem ao grupo Crédit Mutuel, ao contribuir para a respetiva imagem de «bancos fiáveis», não permite concluir que, para além de vigiar a situação financeira desses bancos, a interveniente exerça também um controlo sobre os produtos e serviços que fornecem aos consumidores, de modo a atribuir-lhe a responsabilidade pela sua qualidade. Ora, só este último critério permitiria concluir que a marca individual controvertida, de que é titular a interveniente, indica que os produtos e serviços que designa provêm de uma única empresa, o que lhe permitiria, assim, ao garantir a respetiva origem comercial, adquirir caráter distintivo devido ao seu uso coletivo pelos membros do grupo Crédit Mutuel.

154 Daqui resulta que, no caso vertente, a marca individual controvertida não foi usada de acordo com a sua função essencial de indicação da origem comercial dos produtos e serviços como provenientes de uma empresa única, sob o controlo da qual são fabricados ou fornecidos e à qual pode ser atribuída a responsabilidade pela sua qualidade, mas, conforme alegam, em substância, o EUIPO e o recorrente, enquanto indicação de uma origem comercial coletiva ou, mais especificamente, enquanto indicação de que os produtos e serviços em causa provêm de um produtor ou de um prestador que pertence à associação ou ao coletivo constituído pelos bancos filiados no grupo Crédit Mutuel. Por outro lado, a interveniente afirma expressamente (v. os argumentos da interveniente recordados nos n.os 122 a 127, *supra*) que a marca controvertida constitui um sinal de reconhecimento para o público pertinente da pertença ao grupo Crédit Mutuel.

155 Ora, esse uso da marca controvertida como indicação da proveniência dos produtos ou serviços de um dos bancos pertencentes ao grupo Crédit Mutuel pode, sendo caso disso, permitir considerar que uma marca coletiva preenche a sua função de indicação de origem. Com efeito, ao contrário da marca individual, a marca coletiva da União Europeia não designa produtos ou serviços provenientes de uma única empresa, mas permite, nos termos do artigo 74.º do Regulamento 2017/1001, identificar a origem comercial dos produtos ou serviços por ela designados, na medida em que provêm dos membros da associação titular dessa marca (v., neste sentido, Acórdãos de 8 de junho de 2017, W. F. Gözze Frottierweberei e Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, n.º 50; e de 20 de setembro de 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P a C-676/15 P, EU:C:2017:702, n.º 57).

156 O argumento da interveniente segundo o qual o consumidor associa os serviços bancários oferecidos sob a marca Crédit Mutuel ao grupo Crédit Mutuel, distinguindo-os assim dos que têm outra proveniência, é antes ilustrativo do uso dessa marca como marca coletiva e não como marca individual.

157 No entanto, conforme salientado no n.º 138, *supra*, a marca controvertida foi registada como marca individual e não como marca coletiva.

158 Uma vez que a interveniente não provou que a marca individual controvertida preenchia a função essencial de indicação de origem comercial, a saber, a de garantir que os produtos e serviços por ela designados provêm de uma empresa única sob o controlo da qual são fornecidos e à qual pode, assim, ser atribuída a responsabilidade da qualidade dos mesmos, na aceção da jurisprudência recordada no n.º 142, *supra*, a Câmara de Recurso conclui erradamente que essa marca adquiriu caráter distintivo pelo uso que dela foi feito pelos membros do grupo Crédit Mutuel.

159 Esta conclusão é corroborada pelo facto, salientado pelo recorrente, de que, para designar os seus produtos e serviços junto dos seus clientes, o Crédit Mutuel Arkéa e o CM11-CIC, dois grupos autónomos e concorrentes, em torno dos quais se estruturaram os bancos mutualistas que fazem parte da associação, de que a interveniente é o órgão central, utilizam além da marca controvertida marcas diferentes ou associam a marca controvertida a um logótipo específico a fim de indicar a origem comercial desses produtos e serviços como sendo provenientes de um ou de outro grupo. Esta circunstância não é contestada pela interveniente, que, no entanto, a considera irrelevante na medida em que a existência de marcas próprias para designar os produtos e serviços propostos, respetivamente, pelo recorrente e pelo CM11-CIC não faz desaparecer o uso da «marca guarda-chuva» Crédit Mutuel, que parece ser entendida pela interveniente como sendo a marca utilizada por todos os bancos pertencentes ao grupo Crédit Mutuel.

160 Todavia, conforme foi salientado no n.º 154, *supra*, e afirmado pela própria interveniente, a marca controvertida, ainda que deva ser entendida como «marca guarda-chuva», constitui o sinal de pertença ao agrupamento e indica assim, quando muito, a origem coletiva dos produtos e dos serviços como sendo provenientes do grupo Crédit Mutuel.

161 Ora, conforme decorre da jurisprudência recordada no n.º 131, *supra*, a marca individual controvertida deve ser apta a designar, por si só, no espírito do público pertinente, os produtos e os serviços visados como sendo provenientes de uma única empresa, na aceção da jurisprudência referida no n.º 142, *supra*.

162 Neste contexto, importa ainda salientar que a Câmara de Recurso considerou erradamente, no n.º 97 da decisão impugnada, que as sondagens de opinião apresentadas pela interveniente, a título de prova da aquisição, pela marca controvertida, do caráter distintivo pelo uso, demonstravam «sem ambiguidade» que o público pertinente percecionava a marca controvertida como identificativa dos produtos e dos serviços bancários como sendo provenientes da interveniente. Com efeito, resulta dessas sondagens que os inquiridos associam o sinal Crédit Mutuel a um banco ou, de forma mais geral, a uma instituição financeira ou, ainda, a um produto bancário, tal como um empréstimo. Portanto, essas sondagens são suscetíveis de demonstrar, quando muito, que, para o público pertinente, o sinal Crédit Mutuel designa os produtos e os serviços que fazem parte do setor bancário ou de uma instituição bancária ou financeira que os fornece. Por outro lado, foi precisamente por esse motivo que a marca controvertida foi considerada descritiva em relação a esses produtos e a esses serviços que apresentem uma ligação a atividades bancárias.

163 O facto, salientado pela interveniente, de que uma certa percentagem das pessoas sondadas indica ter ouvido falar do «nome» Crédit Mutuel não é suscetível de provar que o público pertinente associa a marca controvertida à interveniente, mas, quando muito, que está familiarizado com esse termo que, para ele, faz referência a um banco, a uma instituição financeira ou a um produto bancário.

164 A conclusão no n.º 158, *supra*, não é posta em causa pelos outros argumentos da interveniente.

165 Em primeiro lugar, deve ser rejeitado o argumento segundo o qual, para que uma marca adquira caráter distintivo pelo uso, não é necessário que seja a mesma seja explorada pelo seu titular, mas basta que seja efetivamente explorada por terceiros autorizados, o que acontece no caso em apreço quanto à marca controvertida.

166 Com efeito, a jurisprudência na qual a interveniente se baseia a este respeito, refere-se à prova da utilização séria da marca com o consentimento do seu titular, na aceção do artigo 18.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001, devendo, então, essa utilização séria ser considerada como feita pelo titular. Todavia, impõe-se constatar que não existe uma disposição análoga à do artigo 18.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001 quanto à aquisição por uma marca do caráter distintivo pelo uso, pelo que não se pode considerar de antemão que o uso de uma marca por um terceiro com o consentimento do titular permite demonstrar a aquisição do caráter distintivo pelo uso da marca.

167 Com efeito, o Tribunal de Justiça, ao passo que reconheceu que as exigências que prevalecem no que respeita à verificação da utilização séria de uma marca, na aceção do artigo 18.º, n.º 1, do Regulamento 2017/1001, são análogas às que dizem respeito à aquisição do caráter distintivo de um sinal pelo uso com vista ao seu registo, na aceção do artigo 7.º, n.º 3, desse regulamento (Acórdão de 18 de abril de 2013, Colloseum Holding, C-12/12, EU:C:2013:253, n.º 34), não se referiu, a este respeito, às exigências decorrentes do artigo 18.º, n.º 2, do referido regulamento.

168 Por conseguinte, a jurisprudência invocada pela interveniente relativa à aplicação do artigo 18.º, n.º 2, do Regulamento 2017/1001 não é pertinente no âmbito da aplicação do artigo 7.º, n.º 3, do mesmo regulamento.

169 Em segundo lugar, o argumento da interveniente segundo o qual, ainda que uma denominação social ou um nome comercial não tenha, em si, por finalidade distinguir produtos ou serviços, pode haver uma utilização dessa denominação social «para produtos ou serviços», quando o terceiro utiliza o referido sinal de tal forma que se estabelece uma ligação entre o sinal que constitui a denominação social ou o nome comercial e os produtos comercializados ou os serviços prestados por esse terceiro (Acórdão de 11 de setembro de 2007, Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, n.ºs 21 a 23), não permite demonstrar que a marca controvertida designa a titular como estando na origem dos produtos e serviços em causa. Com efeito, conforme salientou a Câmara de Recurso no n.º 117 da decisão impugnada, a titular da marca é a interveniente, cuja denominação social é «Confédération nationale du Crédit mutuel». A marca controvertida não corresponde, portanto, à sua denominação social.

170 Tendo em conta as considerações expostas, há que julgar procedentes os segundo e terceiro fundamentos do recurso e anular parcialmente a decisão impugnada na parte em que a Câmara de Recurso concluiu que a marca controvertida adquiriu caráter distintivo pelo uso para os produtos e serviços da primeira categoria relativamente aos quais é descritiva e não distintiva, sem que haja necessidade de examinar as outras alegações do recorrente suscitadas para contestar a apreciação da Câmara de Recurso do caráter distintivo adquirido pelo uso da marca controvertida.

Quanto às despesas

171 Nos termos do artigo 134.º, n.º 1, do Regulamento de Processo, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido. Além disso, nos termos do artigo 134.º, n.º 2, do Regulamento de Processo, o Tribunal Geral decide sobre a repartição das despesas, se houver várias partes vencidas. Por último, nos termos do artigo 134.º, n.º 3, do Regulamento de Processo, se as partes obtiverem vencimento parcial, cada uma das partes suporta as suas próprias despesas. No entanto, se tal se afigurar justificado tendo em conta as circunstâncias do caso, o Tribunal Geral pode decidir que, além das suas próprias despesas, uma parte suporte uma fração das despesas da outra parte.

172 No caso vertente, o recorrente pediu a condenação do EUIPO e da interveniente nas despesas. O EUIPO pediu a condenação do recorrente e da interveniente nas despesas. A interveniente pediu a condenação do recorrente nas despesas.

173 Nestas circunstâncias, e tendo em conta que o recorrente, o EUIPO e a interveniente obtiveram vencimento parcial, há que decidir que, quanto às despesas relativas, o recorrente suportará um terço das suas próprias despesas e um terço das despesas do EUIPO e da interveniente, o EUIPO suportará dois terços das suas próprias despesas e dois terços das despesas do recorrente e a interveniente suportará dois terços das suas próprias despesas. A interveniente suportará as despesas relacionadas com o recurso subordinado.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL GERAL (Segunda Secção)

decide:

1) A Decisão da Quinta Câmara de Recurso do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), de 8 de novembro de 2017 (processo R 1724/2016-5) é anulada na medida em que concluiu que a marca controvertida adquiriu caráter distintivo pelo uso para os produtos e os serviços relativamente aos quais era descritiva e não distintiva.

2) É negado provimento ao recurso quanto ao restante.

3) É negado provimento ao recurso subordinado.

4) O Crédit Mutuel Arkéa é condenado a suportar um terço das suas próprias despesas e um terço das despesas do EUIPO e da Confédération nationale du Crédit mutuel relacionadas com o recurso principal.

5) O EUIPO é condenado a suportar dois terços das suas próprias despesas e dois terços das despesas do recorrente relacionadas com o recurso principal.

6) La Confédération nationale du Crédit mutuel é condenada a suportar dois terços das suas próprias despesas relacionadas com o recurso principal e as despesas relacionadas com o recurso subordinado.

Prek Buttigieg Berke

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, 24 de setembro de 2019.

Assinaturas