Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (drugi senat)

*

„Znamka Evropske unije – Postopek za ugotovitev ničnosti – Besedna znamka Evropske unije Crédit Mutuel – Absolutni razlogi za zavrnitev – Opisnost – Neobstoj razlikovalnega učinka – Razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo – Nasprotna tožba – Člen 7(1)(b) in (c) ter (3) Uredbe (EU) 2017/1001 – Člen 59(1)(a) in (2) Uredbe 2017/1001“

V zadevi T-13/18,

Crédit mutuel Arkéa s sedežem v Relecq Kerhuonu (Francija), ki jo zastopajo A. Casalonga, F. Codevelle in C. Bercial Arias, odvetniki,

tožeča stranka,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa D. Hanf, agent,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe pri EUIPO, intervenientka pred Splošnim sodiščem, je

Confédération nationale du Crédit mutuel s sedežem v Parizu (Francija), ki jo zastopata B. Moreau-Margotin in M. Merli, odvetnika,

zaradi tožbe zoper odločbo petega odbora za pritožbe pri EUIPO z dne 8. novembra 2017 (zadeva R 1724/2016-5) v zvezi s postopkom za ugotovitev ničnosti med družbo Crédit Mutuel Arkéa in združenjem Confédération nationale du Crédit mutuel,

SPLOŠNO SODIŠČE (drugi senat),

v sestavi M. Prek, predsednik, E. Buttigieg (poročevalec) in B. Berke, sodniki,

sodni tajnik: J. Palacio González, glavni administrator,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Splošnega sodišča 15. januarja 2018,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je EUIPO v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložil 29. marca 2018,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je intervenientka v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila 29. marca 2018,

* Jezik postopka: francoščina.

na podlagi nasprotne tožbe, ki jo je intervenientka v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila 29. marca 2018,

na podlagi odgovora na nasprotno tožbo, ki ga je tožeča stranka v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila 2. avgusta 2018,

na podlagi odgovora na nasprotno tožbo, ki ga je EUIPO v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložil 29. maja 2018,

na podlagi pisnih vprašanj, ki jih je Splošno sodišče naslovilo na stranke, in odgovorov na ta vprašanja, vloženih v sodnem tajništvu Splošnega sodišča 1. in 4. februarja 2019,

na podlagi obravnave z dne 26. februarja 2019

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Tožeča stranka, Crédit Mutuel Arkéa, je zadružna in vzajemna banka.

2 Je del skupine Crédit Mutuel, ki je vzajemna bančna skupina, organizirana na treh teritorialnih ravneh (lokalni, regionalni in državni) (v nadaljevanju: skupina Crédit Mutuel). Vsaka lokalna podružnica Crédit Mutuel mora biti članica regionalne zveze, vsaka zveza pa mora biti članica Confédération nationale du Crédit mutuel (v nadaljevanju: CNCM), ki je osrednji organ v mreži v smislu členov L.512-55 in L.512-56 francoskega code monétaire et financier (monetarni in finančni zakonik, v nadaljevanju: CMF). Banke, ki so del skupine Crédit Mutuel, so organizirane predvsem v dveh neodvisnih in konkurenčnih skupinah, Crédit Mutuel Arkéa in CM11-CIC.

3 Intervenientka je 5. maja 2011 pri Evropskem uradu za intelektualno lastnino (EUIPO) vložila prijavo za registracijo blagovne znamke Evropske unije na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena (nadomeščena z Uredbo (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)).

4 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je besedni znak Crédit Mutuel.

5 Proizvodi in storitve, za katere je bila vložena prijava za registracijo, spadajo zlasti v razrede 9, 16, 35, 36, 38, 42 in 45 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen.

6 Znak Crédit Mutuel je bil 20. oktobra 2011 registriran kot posamezna znamka Evropske unije pod številko 9943135 zlasti za proizvode in storitve iz točke 5 zgoraj.

7 Tožeča stranka je 26. februarja 2015 vložila zahtevo za ugotovitev ničnosti izpodbijane znamke za vse proizvode in storitve, za katere je bila registrirana, med drugim na podlagi člena 52(1)(a) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 59(1)(a) Uredbe 2017/1001), z utemeljitvijo, da je bila ta znamka registrirana v nasprotju s členom 7(1)(b) in (c) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 7(1)(b) in (c) Uredbe 2017/1001).

8 Oddelek za izbris je z odločbo z dne 11. avgusta 2016 v celoti zavrnil zahtevo za ugotovitev ničnosti, ker je menil, prvič, da je izpodbijana znamka za del zadevnih proizvodov in storitev opisna, vendar je za te proizvode in storitve pridobila razlikovalni učinek z uporabo, in drugič, da ta znamka ni opisna glede drugih proizvodov in storitev, ki ne spadajo na področje bančništva.

9 Tožeča stranka je 20. septembra 2016 pri EUIPO na podlagi členov od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009 (postali členi od 66 do 71 Uredbe 2017/1001) vložila pritožbo zoper odločbo oddelka za izbris, ker je menila, prvič, da izpodbijana znamka ni opisna glede nekaterih proizvodov in storitev, in drugič, da je izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo za proizvode in storitve, glede katerih je bilo ugotovljeno, da je opisna.

10 Intervenientka je v odgovoru z dne 16. februarja 2017 odboru za pritožbe predlagala, naj pritožbo zavrne in odločbo oddelka za izbris razveljavi v delu, v katerem je bilo ugotovljeno, da je izpodbijana znamka glede nekaterih proizvodov in storitev opisna.

11 Peti odbor za pritožbe pri EUIPO je z odločbo z dne 8. novembra 2017 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) pritožbo zavrnil.

12 Prvič, tako kot oddelek za izbris je menil, da upoštevno javnost na eni strani sestavlja širša javnost, ki je normalno pozorna in preudarna, na drugi strani pa strokovnjaki, vsaj v zvezi s tehničnimi ali specializiranimi proizvodi in storitvami. Poleg tega je odbor za pritožbe v zvezi z nekaterimi storitvami, kot so finančne ali nepremičninske storitve, ki bi po njegovem mnenju lahko imele za uporabnike bistvene finančne posledice, menil, da je raven pozornosti potrošnikov, ki so del širše javnosti, visoka. Pojasnil je tudi, da so upoštevni francosko govoreči potrošniki, ker je izpodbijana znamka sestavljena iz francoskih besed.

13 Drugič, odbor za pritožbe je menil, da se izraz „crédit mutuel“ nanaša na vrsto bančnih dejavnosti, ki jih opravljajo vzajemne banke, katerih dejavnosti „[so bile] enake kot dejavnosti ‚navadnih‘ bank, čeprav [niso imele] istega namena, in sicer ustvarjanja finančne koristi“. Ker je izpodbijana znamka označevala, da se proizvodi in storitve, na katere se nanaša, pojavljajo v okviru bančnih dejavnosti, je po mnenju odbora za pritožbe opisna glede njihove vrste, predmeta ali namena.

14 Tretjič, zato je z navedbo skupne obrazložitve po skupinah proizvodov in storitev menil, da je izpodbijana znamka opisna in brez razlikovalnega učinka za naslednje proizvode in storitve (v nadaljevanju: proizvodi in storitve iz prve kategorije), ker je za njih značilna dovolj neposredna in tesna zveza s področjem bančništva:

– razred 9: „ Avtomati na bančne kartice, prodajni avtomati za vozovnice; bančne kartice; pametne kartice, predvsem pomnilniške ali mikroprocesorske ali magnetne kartice, ali kartice s čipom s shranjenimi enotami;“

– razred 35: „Poslovno svetovanje, informacije ali poizvedbe; pomoč industrijskim ali trgovskim podjetjem, zaposlenim v svobodnih poklicih, obrtnikom, lokalnim skupnostim, zasebnikom pri vodenju njihovih poslov; strokovno poslovno svetovanje; ekonomske analize, ocene, informacije in napovedi; ekonomska, statistična in komercialna obvestila o finančnih, denarnih in borznih trgih, dostopna predvsem po telematskih poteh, preko računalniških omrežij, preko internetnih, intratnetnih in ekstranetnih omrežij; storitve naročanja na varovano internetno stran, ki omogoča dostop do osebnih bančnih, finančnih informacij; upravljanje z datotekami, bazami podatkov in bančnimi podatki, s profesionalnimi elektronskimi imeniki v bančnem, finančnem, denarnem in borznem sektorju; administrativno upravljanje finančnih produktov, borznih portfeljev vrednostnih papirjev, administrativno upravljanje portfeljev po pooblastilu; storitve preverjanja računov in bančnih izpiskov;“

– razred 36: „Finančni posli; monetarni posli; bančništvo; internetno bančništvo; upravljanje bančnih računov; upravljanje portfelja; storitve kreditnih in debetnih kartic; borzno posredništvo; finančno vrednotenje (bančništvo), davčne ocene in ekspertize; izterjava dolgov; faktoring; izdaja potovalnih čekov in kreditnih pisem; finančne, bančne, denarne in borzne storitve, dostopne preko telefonskih omrežij, preko računalniških komunikacijskih omrežij; sprejemanje, izvrševanje in prenos nalogov za tretje osebe (emitente in investitorje) za enega ali več finančnih instrumentov; finančno upravljanje portfeljev vrednostnih papirjev; finančna analiza tečajnih, menjalnih in delniških trgov; informacijske in svetovalne storitve na bančnem področju in na finančnem področju; storitve nudenja informacij in svetovanja o finančnih investicijah in naložbah; storitve investicij in finančnih naložb; menjalnice, hramba dragocenosti, hramba dragocenosti v sefih; finančno upravljanje; nudenje posojil; kreditni lizing; varčevanje; operacije in transakcije na finančnih trgih; prenosi sredstev; storitve varnih plačil; izdajanje in upravljanje delnic, obveznic in organizacij kolektivnega naložbenega podjema; bančne, finančne in denarne informacije, dostopne predvsem po telefonskih poteh, po telematskih poteh, prek računalniških omrežij, prek internetnih, intranetnih in ekstranetnih omrežij.“

15 Vendar je tako kot oddelek za izbris menil, da je intervenientka v skladu s členom 7(3) Uredbe 2017/1001 predložila dokaze o pridobitvi razlikovalnega učinka z uporabo izpodbijane znamke za proizvode in storitve iz prve kategorije.

16 Četrtič, menil je, da izpodbijana znamka ni opisna in je brez razlikovalnega učinka za naslednje proizvode in storitve (v nadaljevanju: proizvodi in storitve iz druge kategorije), ker je zanje značilno, da nimajo dovolj posebne, neposredne, tesne ali očitne zveze s področjem bančništva:

– razred 9: „Avtomatska naprava na kovance ali žetone; magnetni, digitalni in optični nosilci zapisov, CD-ROM-i, video diski; računalniška programska oprema, zlasti računalniška programska oprema za obdelavo informacije; spletne okrožnice;“

– razred 16: „Tiskovine; knjige; revije; ilustrirane revije, časopisi; papirnate zgibanke, papirnati prospekti, plakati, koledarji, nalepke, tiskano oglaševalsko gradivo, obrazci; naročilnice in naročniški obrazci;“

– razred 36: „Zavarovalniške storitve; nepremičninski posli; storitve skladov za socialno pomoč; zavarovalno posredništvo; finančna cenitev (zavarovanje in nepremičnine); upravljanje s premičninskim in nepremičninskim premoženjem; finančno sponzoriranje;“

– razred 38: „Prenos in oddajanje podatkov; prenos informacij, dostopnih preko podatkovnih baz in preko strežniških centrov z računalniškimi in telematskimi podatkovnimi bazami; prenosi informacij preko dostopne kode za dostop do podatkovnih baz in centralnih strežnikov za računalniške ali telematske podatkovne baze;“

– razred 42: „Storitve varnega nalaganja podatkov;“

– razred 45: „Pravne storitve; storitve sodnih postopkov; storitve zaščite in varovanja lastnine in ljudi.“

Postopek in predlogi strank

17 Tožeča stranka je 15. januarja 2018 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila to tožbo.

18 Tožeča stranka Splošnemu sodišču v bistvu predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo delno razveljavi;

– nasprotno tožbo zavrne;

– EUIPO in intervenientki naloži plačilo stroškov.

19 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– nasprotno tožbo zavrne;

– tožeči stranki in intervenientki naloži plačilo stroškov.

20 Intervenientka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– ugodi nasprotni tožbi in ugotovi, da izpodbijana znamka ni opisna in je torej veljavna;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

Dopustnost

Predmet glavne tožbe

21 Tožeča stranka je v odgovoru na pisno vprašanje Splošnega sodišča in ob upoštevanju trditve EUIPO, da je tožba nedopustna v delu, ki se nanaša na proizvode „plakati, koledarji, nalepke“ iz razreda 16, navedla, da se njena tožba ne nanaša na te proizvode. To je treba upoštevati.

22 Poleg tega je tožeča stranka v zvezi s storitvami, navedenimi kot „bančništvo“, iz razreda 36 v tožbi navedla, da je treba izpodbijano znamko za te storitve razglasiti za nično, ker besedi „crédit mutuel“ pomenita generično oznako, v Franciji pa tudi zakonit izraz za vrsto bančne storitve, zaradi česar izpodbijana znamka nima razlikovalnega učinka in je vsaj za navedeno „bančništvo“ opisna.

23 EUIPO uveljavlja nedopustnost takega očitka z obrazložitvijo, da želi tožeča stranka glede na ugotovitev odbora za pritožbe, kakor je naveden v točki 14 zgoraj, od Splošnega sodišča dobiti potrditveno sodbo.

24 [Kot je bilo popravljeno s sklepom z dne 30. januarja 2020] Tožeča stranka je v odgovoru na pisno vprašanje Splošnega sodišča navedla, da v tej tožbi ne izpodbija ugotovitve odbora za pritožbe glede opisnosti izpodbijane znamke za proizvode in storitve iz prve kategorije, katerih del je „bančništvo“ iz razreda 36, temveč da izpodbija le ugotovitev, da je izpodbijana znamka za te proizvode in storitve pridobila razlikovalni učinek z uporabo. To je treba upoštevati.

Predmet nasprotne tožbe

25 EUIPO ugotavlja, da intervenientka s svojo nasprotno tožbo Splošnemu sodišču predlaga, naj ugotovi, da izpodbijana znamka ni opisna za proizvode in storitve iz prve kategorije in je torej veljavna. Tak tožbeni predlog, s katerim intervenientka predlaga, naj Splošno sodišče izda ugotovitveno sodbo, bi bilo treba zavreči kot nedopusten.

26 Nasprotna tožba bi bila dopustna le, če bi bilo Splošno sodišče pripravljeno tožbeni predlog intervenientke razlagati tako, da je njegov namen v resnici sprememba izpodbijane odločbe, da bi se dosegla zavrnitev zahteve za ugotovitev ničnosti, vložene na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe 2017/1001, tudi v zvezi s proizvodi in storitvami iz prve kategorije, za katere je odbor za pritožbe ugotovil, da je izpodbijana znamka zanje opisna.

27 Intervenientka je v dopisu z dne 4. septembra 2018, s katerim je zaprosila za obravnavo, navedla, da je namen njene tožbe sprememba izpodbijane odločbe v delu, v katerem je v njej napačno obrazložena svojstvena opisnost izpodbijane znamke.

28 Tožeča stranka in EUIPO sta na obravnavi v odgovoru na vprašanje Splošnega sodišča navedla, da ne ugovarjata razlagi, da je namen nasprotne tožbe sprememba izpodbijane odločbe, kar je bilo zapisano v zapisnik obravnave.

29 Navesti je treba, da intervenientka s takim tožbenim predlogom nujno predlaga ne le spremembo izpodbijane odločbe, ampak tudi njeno razveljavitev (glej v tem smislu sodbo z dne 27. februarja 2014, Advance Magazine Publishers/UUNT – Nanso Group (TEEN VOGUE), T-509/12, EU:T:2014:89, točka 16 in navedena sodna praksa), kar je sicer razvidno iz predstavitve trditev edinega razloga iz nasprotne tožbe, ki se v bistvu nanaša na kršitev člena 59(1)(a) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe.

Dopustnost nekaterih prilog k tožbi

30 EUIPO je na obravnavi umaknil svoje ugovore glede dopustnosti prilog A.47 in A.49 k tožbi, kar je bilo zabeleženo v zapisnik obravnave.

Utemeljenost

31 Tožeča stranka v utemeljitev tožbe navaja tri tožbene razloge. Prvi tožbeni razlog se v bistvu nanaša na kršitev člena 59(1)(a) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe. Drugi in tretji tožbeni razlog se v bistvu nanašata na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(3) te uredbe.

32 V okviru nasprotne tožbe, vložene na podlagi člena 182 Poslovnika Splošnega sodišča, intervenientka navaja samo en tožbeni razlog, ki se v bistvu nanaša na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe.

33 Ker z edinim tožbenim razlogom, navedenim v nasprotni tožbi, intervenientka izpodbija ugotovitev odbora za pritožbe, da je izpodbijana znamka opisna in zato nima razlikovalnega učinka za proizvode in storitve iz prve kategorije, je treba na prvem mestu preučiti ta tožbeni razlog. Nato je treba na drugem mestu preučiti prvi tožbeni razlog iz glavne tožbe, ki se nanaša na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe, in na tretjem mestu skupaj preučiti drugi in tretji tožbeni razlog iz glavne tožbe, ki se v bistvu nanašata na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(3) te uredbe.

Edini tožbeni razlog iz nasprotne tožbe, ki se v bistvu nanaša na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe

34 Intervenientka v bistvu trdi, da izpodbijana znamka ni opisna in ima zato razlikovalni učinek za proizvode in storitve iz prve kategorije.

35 Prvič, intervenientka izpodbija pomen, ki ga ima izraz „crédit mutuel“ za upoštevno javnost in ki ga je uporabil odbor za pritožbe.

36 V zvezi s tem najprej navaja, da izraz „crédit mutuel“ v slovarju *Larousse* ni opredeljen, ampak njegova navedba v tem slovarju napotuje na organizacijo mreže Crédit Mutuel, katere osrednji organ je intervenientka.

37 Poleg tega naj ta izraz ne bi bil generična oznaka za bančni produkt ali storitev, ker naj ne bi označeval posebne bančne storitve, temveč naj bi ga upoštevna javnost zaznavala kot razlikovalni znak, ki omogoča, da se proizvodi in storitve, ki jih označuje, zaznavajo tako, kot da izvirajo iz CNCM ali iz mreže Crédit Mutuel.

38 Drugič, meni, da okoliščina, da je ta izraz naveden v CMF, temu ne daje generičnega značaja za splošno označevanje vzajemnih bank ali ene od njihovih bančnih dejavnosti, ker določbe CMF na eni strani kažejo, da izraz „crédit mutuel“ ni natančno opredeljen in se uporablja samo v povezavi s CNCM in mrežo kreditnih zadrug, na drugi strani pa, da je ta izraz namenjen CNCM in njenim članicam.

39 Tretjič, intervenientka poudarja, da zgodovinske teorije o vzajemnosti ne vplivajo na zaznavo izpodbijane znamke s strani upoštevne javnosti in da morebitno namigovanje izpodbijane znamke na vrsto vzajemne organizacije v zvezi s proizvodi in storitvami iz nasprotne tožbe ni niti neposredno niti takojšnje.

40 Tožeča stranka in EUIPO nasprotujeta trditvam intervenientke in predlagata zavrnitev edinega tožbenega razloga iz nasprotne tožbe.

41 Kot izhaja iz točk 27 in 29 zgoraj, intervenientka Splošnemu sodišču predlaga razveljavitev in spremembo izpodbijane odločbe v delu, v katerem po njenem mnenju temelji na napačnem razlogovanju glede svojstvene opisnosti izpodbijane znamke.

42 V zvezi s tem je treba najprej spomniti, da se v skladu s členom 59(1)(a) Uredbe 2017/1001 blagovna znamka Evropske unije razglasi za nično na podlagi zahteve, vložene pri EUIPO, če je bila znamka registrirana v nasprotju z določbami člena 7 te uredbe.

43 V skladu s členom 7(1)(c) Uredbe 2017/1001 se kot blagovna znamka ne registrirajo „znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve“.

44 V skladu z ustaljeno sodno prakso člen 7(1)(c) Uredbe 2017/1001 sledi cilju v splošnemu interesu, ki zahteva, da lahko znake ali podatke, ki opisujejo značilnosti proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, prosto uporabljajo vsi. Ta določba preprečuje, da bi bili taki znaki ali podatki pridržani enemu samemu podjetju, ker bi bili registrirani kot znamka (glej sodbo z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 31 in navedena sodna praksa).

45 Poleg tega se znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo lastnosti proizvoda ali storitve, za katero je zahtevana registracija, na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe 2017/1001 štejejo za neustrezne za izpolnitev bistvene funkcije znamke, in sicer identifikacijo trgovskega izvora proizvoda ali storitve, da bi s tem potrošniku, ki je pridobil proizvod ali storitev, ki sta označena z znamko, omogočili, da pri poznejšem nakupu izbere enako, če je bila izkušnja pozitivna, oziroma izbere drugače, če je bila ta negativna (glej sodbo z dne 12. junija 2007, MacLean-Fogg/UUNT (LOKTHREAD), T-339/05, neobjavljena, EU:T:2007:172, točka 28 in navedena sodna praksa).

46 Iz tega sledi, da mora imeti znak, da se zanj uporablja prepoved iz določbe, navedene v točki 43 zgoraj, dovolj neposredno in konkretno zvezo z zadevnimi proizvodi ali storitvami, tako da zadevni javnosti omogoča, da nemudoma in brez pomisleka prepozna opis zadevnih proizvodov in storitev ali ene od njihovih lastnosti (glej sodbo z dne 12. junija 2007, LOKTHREAD, T-339/05, neobjavljena, EU:T:2007:172, točka 29 in navedena sodna praksa).

47 V zvezi s tem je treba pojasniti, da je zakonodajalec Evropske unije s tem, da je v členu 7(1)(c) Uredbe 2017/1001 uporabil izraze „vrsta, kakovost, količina, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje proizvoda ali opravljanja storitve ali druge lastnosti proizvoda ali storitve“, prvič, navedel, da je treba vse te izraze šteti za lastnosti proizvodov ali storitev, in drugič, pojasnil, da ta seznam ni izčrpen, saj je mogoče upoštevati še druge lastnosti proizvodov ali storitev (sodba z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točka 49).

48 To, da je zakonodajalec izbral besedo „lastnost“, poudarja dejstvo, da se ta določba nanaša le na tiste znake, s katerimi je označeno lastništvo proizvodov ali storitev, za katere je zahtevana registracija, in ki ga upoštevna javnost zlahka ugotovi. Tako je mogoče registracijo znaka na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe 2017/1001 zavrniti le, če je mogoče razumno predvideti, da ga bo upoštevna javnost dejansko prepoznala kot opis ene od navedenih lastnosti (glej v tem smislu sodbo z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točka 50 in navedena sodna praksa).

49 Nazadnje je treba spomniti, da se presoja opisnosti znaka lahko opravi samo glede na to, prvič, kako ga razume zadevna javnost, in drugič, glede na zadevne proizvode ali storitve (glej sodbo z dne 12. junija 2007, LOKTHREAD, T-339/05, neobjavljena, EU:T:2007:172, točka 32 in navedena sodna praksa).

50 Zato je treba presoditi, ali je odbor za pritožbe v izpodbijani odločbi pravilno presodil, da je besedni znak Crédit Mutuel s stališča upoštevne javnosti opisen za proizvode in storitve iz prve kategorije.

51 Najprej je treba glede opredelitve upoštevne javnosti ugotoviti, da je odbor za pritožbe v točkah 39 in 40 izpodbijane odločbe presodil, da so proizvodi in storitve, na katere se nanaša izpodbijana znamka, namenjeni ne samo širši javnosti, ki je normalno pozorna in preudarna, ampak tudi strokovnjakom, vsaj v zvezi s tehničnimi ali specializiranimi proizvodi in storitvami. Po mnenju odbora za pritožbe so strokovnjaki pri naročanju omenjenih storitev pozornejši od potrošnikov širše javnosti. Poleg tega naj bi bili potrošniki iz širše javnosti pri izbiri nekaterih storitev, kot so finančne ali nepremičninske storitve, ki imajo lahko za uporabnike bistvene finančne posledice, bolj pozorni. Odbor za pritožbe je tudi pojasnil, da so upoštevni francosko govoreči potrošniki, ker je izpodbijana znamka sestavljena iz francoskih besed. Ta opredelitev upoštevne javnosti, ki je intervenientka ne izpodbija, ni napačna.

52 Dalje, glede pomena izraza, ki sestavlja izpodbijano znamko, za tako opredeljeno upoštevno javnost je odbor za pritožbe na podlagi opredelitve besed „crédit“ in „mutuel“ v spletni različici slovarja *Larousse* in, za potrditev, na podlagi dokumentov, ki jih je predložila tožeča stranka, v točkah 46 in 47 izpodbijane odločbe presodil, da „dodajanje [teh besed] napotuje na idejo zadruge v finančnih zadevah, ki zajemajo predvsem odobritev in zavarovanje finančnih kreditov med več zadružniki, zbranimi v istem subjektu, ki je opredeljen kot ‚vzajemni‘, pri čemer je vsak uporabnik hkrati prejemnik in lastnik“, zato se izraz „crédit mutuel“ nanaša na vrsto bančne dejavnosti, ki jo opravljajo vzajemne banke, katerih dejavnosti so bile enake kot dejavnosti „navadnih“ bank, čeprav niso imele istega cilja, to je ustvarjanja finančnega dobička.

53 Nazadnje, odbor za pritožbe je v točki 48 izpodbijane odločbe ob upoštevanju tega pomena izraza „crédit mutuel“ ugotovil, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode in storitve iz prve kategorije glede njihove vrste, predmeta in namena, ker se očitno nanaša na te proizvode in storitve z navedbo, da spadajo v okvir bančnih dejavnosti. Poleg tega je odbor za pritožbe v točki 73 izpodbijane odločbe

poudaril, da izpodbijana znamka upoštevni javnosti ne omogoča identificiranja trgovskega izvora omenjenih proizvodov in storitev ter da je posledično treba šteti, da nima razlikovalnega učinka v zvezi z njimi.

54 Intervenientka izpodbija to ugotovitev odbora za pritožbe in trdi, da je pomen izraza „crédit mutuel“ za upoštevno javnost, kot ga je ugotovil odbor za pritožbe, napačen.

55 V zvezi s tem, prvič, navaja, da izraz „crédit mutuel“ v slovarju *Larousse* ni opredeljen. Vendar je taka okoliščina neupoštevna, saj, kot je odbor za pritožbe poudaril v točki 41 izpodbijane odločbe, slovarji za nek izraz ne navajajo vseh možnih kombinacij zadevnih besed. Tako je odbor za pritožbe pravilno sklepal, da je treba upoštevati običajen in očiten pomen takega izraza.

56 Drugič, treba je poudariti, da v nasprotju s tem, kar trdi intervenientka, iz izpodbijane odločbe ne izhaja, niti da je odbor za pritožbe ugotovil, da kombinacija besednih elementov „crédit“ in „mutuel“ pomeni generično oznako bančnega produkta ali storitve, niti da je ugotovil, da izraz „crédit mutuel“ pomeni „posebno vrsto bančne storitve“ v smislu posebne vrste posojila v bančni praksi. Odbor za pritožbe se je s tem, da je menil, da se izpodbijana znamka nanaša na „vrsto bančne dejavnosti, ki jo opravljajo vzajemne banke“, oprl na razlikovanje med „navadno“ in med „vzajemno“ banko, ki nimata istega cilja, to je ustvarjanja finančnega dobička, vendar opravljata enake bančne dejavnosti (kot so posojilne, kreditne ali finančne storitve).

57 Iz tega sledi, da ugotovitev odbora za pritožbe o pomenu izraza „crédit mutuel“ za upoštevno javnost ni napačna.

58 Ta ugotovitev je poleg tega podprta z ugotovitvami Cour d’appel de Paris (višje sodišče v Parizu, Francija) v sodbi z dne 27. februarja 2018 (zadeva št. 16/14398), ki jo je intervenientka Splošnemu sodišču predložila v prilogi k nasprotni tožbi. Navedena sodba je bila izdana v okviru spora, ki se je nanašal na zahtevo za razglasitev ničnosti, ki jo je tožeča stranka vložila za francosko kolektivno znamko v lasti intervenientke, sestavljeno iz besed „crédit“ in „mutuel“ tako kot izpodbijana znamka. V skladu z ugotovitvami, ki jih je v tej sodbi navedlo Cour d’appel de Paris (višje sodišče v Parizu), iz CMF in zlasti iz njegovih členov L.515-55 in R.512-20 izhaja, da izraz „crédit mutuel“ v njih označuje vrsto bančne dejavnosti, pri kateri gre za ponujanje bančnih storitev z izvajanjem načel vzajemnega kreditiranja. Cour d’appel de Paris (višje sodišče v Parizu) je dodalo, da v zvezi s tem ni pomembno, da CMF ne določa natančne opredelitve vzajemnega kreditiranja, saj imajo te besede v CMF pomen, ki se nanaša na opredelitev predmeta kreditnih zadrug, in da so v členu R.512-20 CMF opredeljena splošna načela vzajemnega kreditiranja, kot so nepridobitna narava, omejevanje dejavnosti zadrug na določeno območje ali enotno skupino zadružnikov in določitev odgovornosti zadružnikov. Vrsta bančne dejavnosti, kot je vzajemno kreditiranje, je tako po mnenju Cour d’appel de Paris (višje sodišče v Parizu) opredeljena s temi splošnimi načeli.

59 Pomen, ki ga Cour d’appel de Paris (višje sodišče v Parizu) pripisuje izrazu „crédit mutuel“, ki sestavlja francosko znamko, katere imetnica je intervenientka, torej v bistvu ustreza pomenu, ki ga je odbor za pritožbe ugotovil za isti besedi, ki sestavljata izpodbijano znamko.

60 V zvezi s tem je treba spomniti, da čeprav je sistem blagovnih znamk Evropske unije avtonomen sistem, ki je sestavljen iz celote pravil in sledi ciljem, ki so zanj značilni, pri čemer njegova uporaba ni odvisna od nobenega nacionalnega sistema, iz sodne prakse izhaja tudi, da niti strankam niti Splošnemu sodišču ni mogoče preprečiti, da pri razlagi prava Unije črpajo navdih iz elementov iz nacionalne sodne prakse. Zato se lahko odločbe nacionalnih organov kljub temu, da pri uporabi prava znamk Evropske unije niso zavezujoče, upoštevajo, še zlasti – tako kot v tem primeru – pri presoji, kako pomen besed, ki sestavljajo izpodbijano znamko, dojema upoštevna javnost (glej sodbo z dne 25. novembra 2014, UniCredit/UUNT, T-303/06 RENV in T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, točka 91 in navedena sodna praksa).

61 Dalje, intervenientka izpodbija ugotovitev odbora za pritožbe, da je izpodbijana znamka glede na njen pomen za upoštevno javnost opisna za proizvode in storitve, povezane z bančnimi dejavnostmi. Vendar trditev, ki jih je v zvezi s tem navedla intervenientka, ni mogoče sprejeti.

62 Prvič, glede njene trditve, da izraz „crédit mutuel“ upoštevna javnost zaznava kot razlikovalni znak, ki omogoča, da se proizvodi in storitve, ki jih označuje, zaznavajo tako, kot da izvirajo iz CNCM ali iz mreže Crédit Mutuel, je treba ugotoviti, da spada na področje uporabe člena 7(3) Uredbe 2017/1001, in ne na področje uporabe člena 7(1)(c) te uredbe, saj njena analiza obsega presojo lastnosti, ki bi jih izpodbijana znamka lahko pridobila z uporabo v upoštevni javnosti, tako da bi ta zadevne proizvode in storitve zaznavala, kot da izvirajo iz CNCM ali iz mreže Crédit Mutuel. Takšne trditve zato pri presoji svojstvene opisnosti ni mogoče upoštevati.

63 Drugič, dejstvo, ki ga je navedla intervenientka, da naj bi bila uporaba izraza „crédit mutuel“ urejena ali celo pridržana za poimenovanje samo enega gospodarskega subjekta, pri presoji svojstvene opisnosti izpodbijane znamke ali njenega razlikovalnega učinka ni pomembno. Taka okoliščina namreč ne vpliva na to, kako upoštevna javnost dojema in razume izraz „crédit mutuel“ v zvezi z zadevnimi proizvodi in storitvami, temveč bi kvečjemu lahko bila upoštevni element v okviru presoje, ali je izpodbijana znamka z uporabo pridobila razlikovalni učinek, ki ji omogoča označbo trgovskega izvora zadevnih proizvodov in storitev, kot da izvirajo od določenega gospodarskega subjekta.

64 Tretjič, glede trditve, s katero intervenientka odboru za pritožbe očita, da se je oprl na teorije vzajemnosti, čeprav te niso upoštevne pri analizi zaznavanja upoštevne javnosti, je treba ugotoviti, da iz izpodbijane odločbe izrecno ne izhaja, da se je odbor za pritožbe oprl na dokumente, ki jih je tožeča stranka predložila v zvezi s teorijami vzajemnosti, in na podlagi tega ugotovil, da se izraz „crédit mutuel“ nanaša na vrsto bančne dejavnosti, ki jo opravljajo vzajemne banke, niti – tudi če bi bilo to res – da so ti dokumenti odločilno vplivali na to ugotovitev.

65 Vsekakor je treba poudariti – tudi če bi se odbor za pritožbe oprl zlasti na te dokumente, da bi potrdil svojo ugotovitev o pomenu izraza „crédit mutuel“ – da teorije vzajemnosti določajo splošna načela vzajemnih bank in tako potrjujejo ugotovitev odbora za pritožbe, da izraz „crédit mutuel“ označuje vrsto bančne dejavnosti, ki jih opravljajo vzajemne banke, katerih dejavnosti so enake kot dejavnosti „navadnih“ bank, čeprav nimajo istega cilja, to je ustvarjanja finančnega dobička. Zato je treba zavrniti trditev intervenientke, da teorije vzajemnosti niso pomembne pri analizi zaznavanja pomena besed, ki sestavljajo izpodbijano znamko, s strani upoštevne javnosti.

66 Ob upoštevanju vseh navedenih ugotovitev je treba edini tožbeni razlog intervenientke in s tem tudi nasprotno tožbo zavrniti.

Prvi tožbeni razlog iz glavne tožbe, ki se nanaša na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(1)(c) te uredbe

67 Glede na pojasnila, navedena v točkah 21 in 24 zgoraj, je treba poudariti, da tožeča stranka v okviru tega tožbenega razloga izpodbija ugotovitev odbora za pritožbe, da izpodbijana znamka ni opisna za proizvode in storitve iz druge kategorije, razen za „plakate, koledarje, nalepke“ iz razreda 16.

68 Tožeča stranka v zvezi s tem trdi, da se ti proizvodi in storitve običajno ponujajo oziroma se vsaj lahko ponujajo v okviru bančne dejavnosti, kar naj bi izhajalo iz dejstva, da je CNCM vložila zahtevo za registracijo izpodbijane znamke za te proizvode in storitve. Posledično naj bi izpodbijana znamka v smislu sodne prakse Splošnega sodišča opisovala eno od lastnosti teh proizvodov in storitev, in sicer njihov namen, ker bi njihov cilj lahko bil vzajemno kreditiranje, in bi jo bilo treba zato razglasiti za nično.

69 Tožeča stranka trdi tudi, da bi lahko CNCM, ker ni bila ugotovljena opisnost izpodbijane znamke za navedene proizvode in storitve, vsem gospodarskim subjektom prepovedala uporabo izraza „crédit mutuel“ v okviru njihove vzajemne bančne dejavnosti. To pa bi bilo v nasprotju s sodno prakso, v skladu s katero mora vsak subjekt, ki bi lahko v prihodnosti ponudil proizvode ali storitve, ki bi lahko konkurirali proizvodom in storitvam, za katere se zahteva registracija, imeti možnost, da svobodno uporablja znake ali označbe, ki se lahko uporabijo za opisovanje lastnosti njegovih proizvodov ali storitev.

70 EUIPO in intervenientka trditve tožeče stranke izpodbijata in predlagata zavrnitev tega tožbenega razloga.

71 Torej je treba presoditi, ali je glede na sodno prakso, navedeno v točkah od 44 do 49 zgoraj, besedni znak Crédit Mutuel z vidika upoštevne javnosti opisen za proizvode in storitve iz druge kategorije, razen za „plakate, koledarje, nalepke“ iz razreda 16, za katere ta ugotovitev ni izpodbijana, kot trdi tožeča stranka in v nasprotju z ugotovitvami odbora za pritožbe v izpodbijani odločbi.

72 V zvezi s tem je treba poudariti, da tožeča stranka ne izpodbija opredelitve upoštevne javnosti in pomena izraza „crédit mutuel“, ki ju je odbor za pritožbe v izpodbijani odločbi pravilno ugotovil in ki sta navedena v točkah 51 in 52 zgoraj.

73 Glede vprašanja, ali iz pomena izpodbijane znamke in narave proizvodov in storitev iz druge kategorije izhaja, da znak Crédit Mutuel lahko opisuje namen teh proizvodov in storitev, kot trdi tožeča stranka, je treba navesti naslednje.

74 Odbor za pritožbe je v točkah od 60 do 64 izpodbijane odločbe v bistvu ugotovil, da izpodbijana znamka ni opisna za proizvode in storitve iz druge kategorije, ker čeprav se ti lahko uporabljajo ali ponujajo v okviru bančnih dejavnosti, iz tega ni mogoče sklepati, da spadajo na področje bančništva. Po mnenju odbora za pritožbe ni mogoče šteti, da izpodbijana znamka vsebuje očitne in neposredne informacije o vrsti, predmetu ali namenu navedenih proizvodov in storitev.

75 Ugotoviti je treba, da tožeča stranka kljub trditvi, da se proizvodi in storitve iz druge kategorije „običajno ponujajo oziroma se vsaj lahko ponujajo v okviru bančne dejavnosti“, ne ponudi nobene konkretne argumentacije, da bi izpodbila presojo odbora za pritožbe, navedene v točki 74 zgoraj, ali konkretno dokazala, kako je te proizvode in storitve iz druge kategorije mogoče uporabiti za izvajanje bančnih dejavnosti.

76 Prvič, v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, sámo dejstvo, da je imetnik znamke zahteval registracijo izpodbijane znamke za te proizvode in storitve, ne zadostuje za ugotovitev, da se običajno ponujajo v okviru bančne dejavnosti.

77 Drugič, v zvezi s trditvijo, da se proizvodi in storitve iz druge kategorije „lahko“ ponujajo v okviru bančnih dejavnosti, je treba poudariti, da sicer ni treba, da se znaki in označbe iz člena 7(1)(c) Uredbe 2017/1001, ki sestavljajo znamko, ob vložitvi zahteve za registracijo dejansko uporabljajo za opis proizvodov ali storitev, kot so ti, za katere je vložena zahteva, ali za opis lastnosti teh proizvodov ali storitev. Dovolj je, kot je navedeno že v samem besedilu te določbe, da se ti znaki in označbe lahko uporabljajo v take namene (sodba z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 32). Registracijo besednega znaka je treba na podlagi navedene določbe zavrniti ali razveljaviti, če vsaj eden od njegovih mogočih pomenov opisuje lastnost zadevnih proizvodov ali storitev (sodba z dne 14. decembra 2017, GeoClimaDesign/EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, neobjavljena, EU:T:2017:913, točka 29).

78 Vendar, kot izhaja iz sodne prakse, navedene v točki 46 zgoraj, mora imeti znak, da se zanj uporablja prepoved iz člena 7(1)(c) Uredbe 2017/1001, dovolj neposredno in konkretno zvezo z zadevnimi proizvodi ali storitvami, tako da zadevni javnosti omogoča, da nemudoma in brez pomisleka prepozna opis zadevnih proizvodov ali storitev ali ene od njihovih lastnosti.

79 Vendar tožeča stranka ni predložila nobenega konkretnega dokaza o obstoju take neposredne in konkretne zveze med izpodbijano znamko ter proizvodi in storitvami iz druge kategorije, z izjemo „plakatov, koledarjev, nalepk“ iz razreda 16. Sámo dejstvo, ki ga navaja tožeča stranka, da se lahko ti proizvodi in storitve uporabljajo za izvajanje bančnih dejavnosti, ne zadostuje za ugotovitev dovolj neposredne in konkretne zveze med izpodbijano znamko ter zadevnimi proizvodi in storitvami, tako da bi upoštevna javnost nemudoma in brez pomisleka prepoznala to znamko kot opis, na primer, namena teh proizvodov in storitev.

80 Kot je odbor za pritožbe pravilno poudaril, se namreč proizvodi in storitve iz druge kategorije uporabljajo ali se zagotovo lahko uporabljajo v okviru bančnih dejavnosti. Vendar niso namenjeni samo za take dejavnosti ali posebej povezani z njimi, temveč jih je mogoče uporabljati v številnih drugih dejavnostih, tako da upoštevna javnost blagovne znamke Crédit Mutuel, ki napotuje na vrsto bančne dejavnosti, kot je navedeno v točki 52 zgoraj, ne more nemudoma in brez pomisleka prepoznati kot označbe teh proizvodov in storitev ali ene izmed njihovih lastnosti, na primer njihovega namena.

81 Te ugotovitve ne omajajo trditve, ki jih tožeča stranka izpeljuje iz sodne prakse Splošnega sodišča.

82 Splošno sodišče je namreč v točkah od 37 do 40 sodbe z dne 9. septembra 2010, Nadine Trautwein Rolf Trautwein/UUNT (Hunter) (T-505/08, neobjavljena, EU:T:2010:378), na katero se sklicuje tožeča stranka, sicer ugotovilo, da se proizvodi iz razreda 25 „lahko uporabijo med drugim za lov ali so lahko s to dejavnostjo povezani“, in da je zadevni znak opisen, ker „označuje namen in raven kakovosti zadevnih proizvodov ter s tem nekatere njihove bistvene lastnosti“.

83 Vendar je ugotovitev Splošnega sodišča, da lahko upoštevna javnost, ki jo sestavljajo zlasti lovci, nemudoma in brez pomisleka prepozna znak Hunter kot označbo, da so „oblačila za prosti čas, počitek in šport“, „pasovi“ in „trakovi“ iz razreda 25, čeprav niso bili zasnovani za lov, še posebej primerni za lov in je njihova raven kakovosti primerna za lov, ter da je zato besedni znak Hunter opisen, ker označuje namen in raven kakovosti zadevnih proizvodov, temeljila na predhodni ugotovitvi, da morajo proizvodi za lovce in za uporabo pri lovu izpolnjevati posebna funkcionalna merila in da oblačila lovcev pogosto odlikuje visoka kakovost, zaradi katere so primerna za uporabo na prostem.

84 Iz te sodbe tako izhaja, da se je zveza med znakom in zadevnimi proizvodi štela za dovolj neposredno in konkretno zaradi pomena znaka, ki se nanaša na lov, in zaradi okoliščine, da imajo oblačila za lov posebne lastnosti, kar je upoštevni javnosti omogočalo, da je omenjeni znak zaznala kot opis kakovosti in namena zadevnih proizvodov.

85 Tožeča stranka pa ni predložila nobenega konkretnega dokaza, s katerim bi prikazala, kako bi bilo mogoče to presojo Splošnega sodišča uporabiti v obravnavani zadevi. Natančneje, nikakor ne dokazuje, da bi določena lastnost bančnih dejavnosti, na katere se nanaša izpodbijana znamka, upoštevni javnosti omogočala, da nemudoma in brez pomisleka ugotovi povezavo med to znamko in eno izmed osnovnih lastnosti proizvodov ali storitev, ki niso posebej namenjeni bančnim dejavnostim.

86 Tožeča stranka prav tako ni dokazala, kako bi se presoja Splošnega sodišča v sodbi z dne 19. novembra 2009, Clearwire/UUNT (CLEARWIFI) (T-399/08, neobjavljena, EU:T:2009:458) uporabila za dokaz obstoja neposredne zveze med izpodbijano znamko ter proizvodi in storitvami, ki izrecno ne spadajo na področje bančništva. Splošno sodišče je v zadnjenavedeni sodbi ugotovilo, da je upoštevna javnost na eni strani znak CLEARWIFI zaznavala kot označbo brezžične tehnologije, ki ponuja jasen in

nemoten dostop, na primer, do interneta, po drugi strani pa zlahka ugotovila povezavo med navedenim znakom in posebno telekomunikacijsko storitvijo, in sicer dostopom do interneta, pa tudi med navedenim znakom in eno od lastnosti te storitve, in sicer neobstojem motenj. Zato je Splošno sodišče menilo, da upoštevna javnost znamko CLEARWIFI lahko zaznava kot označbo kakovosti in namena zadevnih storitev.

87 Tožeča stranka ne navaja nobenih trditev, na podlagi katerih bi bilo mogoče ugotoviti, da je to presojo Splošnega sodišča, ki temelji na posebni lastnosti storitev, zajetih s prijavljeno znamko, na katero se je nanašal zadevni znak, mogoče uporabiti v obravnavanem primeru.

88 Zato je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da izpodbijana znamka ni opisna za proizvode in storitve iz druge kategorije, ki jih navaja tožeča stranka.

89 Natančneje, za storitve, povezane z zavarovanjem, iz razreda 36, in sicer „zavarovalniške storitve“, „storitve skladov za socialno pomoč“, „zavarovalniško posredništvo“ in „finančna cenitev (zavarovanje)“, presoja odbora za pritožbe v točki 63 izpodbijane odločbe prav tako ni napačna. Res je namreč, kot trdi tožeča stranka, da področje zavarovalniških storitev spada v finančni sektor in da zavarovalniške storitve ponujajo bančne ustanove, zlasti banke, ki sestavljajo skupino Crédit Mutuel. Poleg tega je pogosto mogoče zaslediti finančne institucije in zavarovalnico v isti gospodarski skupini. Res je tudi, da so organi EUIPO v nekaterih odločbah o relativnih razlogih za zavrnitev registracije ugotovili, da so bančne storitve in storitve, povezane z zavarovalništvom, podobne.

90 Vendar je treba poudariti, kot je storil odbor za pritožbe, da imajo zavarovalniške in bančne dejavnosti različne cilje, saj je cilj zavarovalniških storitev, da sredstva veh vrst ob nepredvidenih dogodkih ohranijo vrednost, medtem ko je cilj bančnih storitev upravljanje in vrednotenje finančnih sredstev. Posledično je morala tožeča stranka predložiti dokaze, na podlagi katerih bi bilo mogoče ugotoviti, da lahko, zlasti ob upoštevanju dejstva, da bančne ustanove pogosto ponujajo zavarovalniške storitve, upoštevna javnost izpodbijano znamko nemudoma in brez pomisleka prepozna tudi kot opis zavarovalniških storitev, ki ne spadajo med „običajne“ aktivnosti banke, ali kot eno izmed njihovih lastnosti, na primer, da jih ponuja vzajemna banka v skladu z načeli vzajemnega kreditiranja, ki ureja njeno dejavnost. Ker namreč ob upoštevanju določb členov 59 in 62 Uredbe 2017/1001 za znamko Evropske unije velja domneva njene veljavnosti, dokler ni razglašena za nično po postopku za ugotovitev ničnosti, mora oseba, ki je vložila zahtevo za ugotovitev ničnosti te znamke, pred EUIPO navesti konkretne okoliščine, ki bi njeno veljavnost omajale (glej v tem smislu sodbo z dne 28. septembra 2016, European Food/EUIPO – Société des produits Nestlé (FITNESS), T-476/15, EU:T:2016:568, točki 47 in 48 ter navedena sodna praksa).

91 Vendar zgolj abstraktno sklicevanje tožeče stranke na dejavnost operaterjev, ki so označeni kot „bančno-pozavarovalni“, kot izhaja iz uvodne izjave 9 Direktive 2002/92/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 9. decembra 2002 o zavarovalnem posredovanju (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 6, zvezek 4, str. 330), ali dejstvo, da so organi EUIPO v nekaterih odločbah o relativnih razlogih za zavrnitev registracije ugotovili, da so bančne storitve in storitve, povezane z zavarovalništvom, podobne, ne zadošča za konkretno ugotovitev, da upoštevna javnost izpodbijano znamko dojema kot opisno tudi za zadnjenavedene storitve.

92 Glede na vse navedeno je treba prvi tožbeni razlog iz glavne tožbe zavrniti.

Drugi in tretji tožbeni razlog iz glavne tožbe, ki se nanaša na kršitev člena 59(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 7(3) te uredbe

93 Tožeča stranka v okviru drugega in tretjega tožbenega razloga odboru za pritožbe v bistvu očita, da je kršil člen 59(2) Uredbe 2017/1001 in člen 7(3) te uredbe, ker je napačno ugotovil, da je izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo za proizvode in storitve iz prve kategorije, za katere je ugotovil, da je zanje opisna in brez razlikovalnega učinka.

94 V zvezi s tem je treba opozoriti, da v skladu s členom 7(3) Uredbe 2017/1001 znamka, ki *ab initio* nima razlikovalnega učinka, tega za proizvode ali storitve, na katere se nanaša, lahko pridobi z uporabo. Tak razlikovalni učinek značaj je mogoče pridobiti zlasti prek običajnega poteka seznanjanja upoštevne javnosti. Iz tega sledi, da je treba za presojo, ali je znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo, upoštevati vse okoliščine, v katerih se zadevna javnost srečuje s to znamko (sodbi z dne 22. junija 2006, Storck/UUNT, C-24/05 P, EU:C:2006:421, točki 70 in 71, in z dne 21. maja 2014, Bateaux mouches/UUNT (BATEAUX-MOUCHES), T-553/12, neobjavljena, EU:T:2014:264, točka 58).

95 Prav tako člen 59(2) Uredbe 2017/1001 zlasti določa, da se blagovna znamka EU, če je bila registrirana ob kršitvi določb člena 7(1)(c) navedene uredbe, kljub temu ne more razglasiti za nično, če je zaradi uporabe po registraciji pridobila razlikovalni učinek za proizvode ali storitve, za katere je registrirana.

96 Pridobitev razlikovalnega učinka znamke z uporabo zahteva, da zaradi znamke vsaj pomemben del upoštevne javnosti zaznava zadevne proizvode ali storitve, kot da izvirajo iz določenega podjetja (sodbi z dne 1. februarja 2013, Ferrari/UUNT (PERLE'), T-104/11, neobjavljena, EU:T:2013:51, točka 37, in z dne 22. marca 2013, Bottega Veneta International/UUNT (Oblika ročne torbice), T-409/10, neobjavljena, EU:T:2013:148, točka 75).

97 Pridobitev razlikovalnega učinka znamke z uporabo je treba presojati strogo in natančno. Prijavitelj registracije mora dokazati, da ta znamka sama, ne pa katera koli druga znamka, ki je morebiti ravno tako prisotna, označuje, da proizvodi izvirajo iz določenega podjetja (sodba z dne 16. septembra 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, točka 66).

98 Različne očitke, ki jih tožeča stranka navaja v okviru drugega in tretjega tožbenega razloga, je mogoče združiti v več očitkov. Tako se prvi očitek v bistvu nanaša na neobstoj možnosti, da bi izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo. Drugi očitek se nanaša na neobstoj uporabe znamke v obliki, v kateri je registrirana. Tretji očitek se nanaša na neobstoj uporabe znamke kot označbe porekla in kot znamke. Četrti očitek se nanaša na nezadostne dokaze o pridobljenem razlikovalnem učinku z uporabo za vsak proizvod in storitev, za katero je bila izpodbijana znamka brez razlikovalnega učinka *ab initio*, ali o celovitosti presoje teh dokazov s strani odbora za pritožbe.

– Neobstoj možnosti, da bi izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo

99 Tožeča stranka v okviru drugega tožbenega razloga v bistvu trdi, da izpodbijana znamka ne more pridobiti razlikovalnega učinka z uporabo, saj iz določb CMF izhaja, da je izraz „crédit mutuel" generična in zakonita oznaka za bančno dejavnost vzajemnega kreditiranja na eni strani in za vzajemne banke, organizirane v mrežo, ki se ukvarja z dejavnostjo vzajemnega kreditiranja, na drugi strani. Poleg tega naj nobena določba CMF ne bi dovoljevala CNCM, da si te besede prilasti v škodo drugih gospodarskih subjektov, ki izvajajo ali bi lahko izvajali dejavnost vzajemnega kreditiranja. Ker naj francoski zakonodajalec teh besed ne bi hotel obremeniti z nobenimi pravicami ob upoštevanju njihovega pomena in cilja in ker drugi gospodarski subjekti zakonito uporabljajo in smejo uporabljati ti besedi, naj si zato izraza „crédit mutuel" ne bi mogoče prilastiti in naj ne bi mogel pridobiti razlikovalnega učinka z uporabo.

100 EUIPO in intervenientka trditve tožeče stranke izpodbijata.

101 V okviru tega očitka tožeča stranka odboru za pritožbe v bistvu očita, da ni izpeljal vseh posledic iz CMF, iz katerega naj bi izhajalo, da je francoski zakonodajalec hotel pustiti, da izraz „crédit mutuel“ prosto uporablja katero koli podjetje, ki bi želelo opravljati dejavnost vzajemnega kreditiranja.

102 Glede tega iz sodne prakse izhaja, da je v primeru iz člena 7(3) Uredbe 2017/1001 dejstvo, da znak, ki sestavlja zadevno znamko, upoštevna javnost dejansko dojema kot označbo trgovskega izvora proizvoda ali storitve, posledica ekonomskih prizadevanj prijavitelja znamke. Ta okoliščina upravičuje neupoštevanje preudarkov splošnega interesa, na katerih temelji odstavek 1, od (b) do (d), istega člena in ki zahtevajo, da se lahko znamke, na katere se nanašajo te določbe, prosto uporabljajo, da bi se izognili ustvarjanju nezakonite konkurenčne prednosti v korist enega samega gospodarskega subjekta (glej sodbo z dne 15. decembra 2016, Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé (Oblika čokoladne tablice), T-112/13, neobjavljena, EU:T:2016:735, točka 67 in navedena sodna praksa).

103 Zato je treba poudariti, da so ravno preudarki splošnega interesa, na katerih temelji člen 7(1), od (b) do (d), Uredbe 2017/1001 in ki zahtevajo, da opisni znaki, ki nimajo svojstvenega razlikovalnega učinka ali so postali običajni, ostanejo dostopni, v okviru uporabe člena 7(3) te uredbe izključeni.

104 Poleg tega je treba poudariti, kot je to storil EUIPO, da niti Uredba 2017/1001 niti sodna praksa sodišč Unije ne določata, da mora imeti znak določeno „zmožnost“ za pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo, še manj pa, da se člen 7(3) Uredbe 2017/1001 ne uporablja, kadar znamko sestavljajo besede, ki označujejo regulirano dejavnost. Na podlagi ničesar v besedilu člena 7(3) Uredbe 2017/1001 niti v kateri koli drugi določbi Uredbe 2017/1001 namreč ni mogoče ugotoviti, da zakonsko prepoznanje določenih besed izključuje, da bi te besede lahko pridobile razlikovalni učinek z uporabo.

105 Iz tega sledi, da pravo Unije za vsak znak, ki *ab initio* nima razlikovalnega učinka v skladu s členom 7(1), od (b) do (d), Uredbe 2017/1001, določa možnost, da pridobi razlikovalni učinek z uporabo, in to tudi če besede, iz katerih je sestavljen sporni znak, označujejo z zakonom urejeno dejavnost.

106 Zato je treba to trditev tožeče stranke zavrniti, ker bi privedla do omejitve področja uporabe člena 7(3) Uredbe 2017/1001.

107 Zato je treba ta očitek zavrniti.

– Neobstoj uporabe znamke v obliki, v kateri je registrirana

108 Tožeča stranka navaja, da le kombinacija besed „crédit“ in „mutuel“ ne more opravljati bistvene funkcije znamke, in sicer funkcije označbe trgovskega izvora proizvodov in storitev, kar je razvidno zlasti iz dejstva, da je bila izpodbijana znamka v pisni obliki vedno uporabljena z dodatnimi grafičnimi elementi, kot so logotipi, ali pa so jo spremljali slogani. Ti naj bi torej omogočali prepoznanje trgovskega izvora proizvodov in storitev. Tožeča stranka iz tega v bistvu sklepa, da ta uporaba izpodbijane znamke kot dela sestavljenih znamk ne omogoča, da bi pridobila razlikovalni učinek z uporabo.

109 EUIPO trdi, da če bi Sodišče potrdilo, da se je izpodbijana znamka uporabljala kot „posamezna znamka“, in sicer tako, da je potrošniku zagotavljala, da zadevni proizvodi ali storitve prihajajo od imetnice znamke kot edinega podjetja, ki je odgovorno za njihovo kakovost, je treba trditve tožeče stranke v zvezi z obliko uporabe znamke zavrniti. V tem primeru dejstvo, da je bila izpodbijana

znamka uporabljena v nekoliko stilizirani obliki in v kombinaciji z zadevnimi dodatnimi figurativnimi in besednimi elementi, ni odločilno, ker je imetnica znamke s pomočjo ankete dokazala, da prav besedi „crédit“ in „mutuel“ pomemben del upoštevne javnosti napeljujeta na idejo banke.

110 Intervenientka glede uporabe besedne znamke Crédit Mutuel v sestavljenih znamkah opozarja, da iz ustaljene sodne prakse izhaja, da lahko znamka pridobi razlikovalni učinek z uporabo te znamke kot dela registrirane znamke ali v kombinaciji z njo ter da so besedni elementi znamke načeloma bolj razlikovalni kot figurativni elementi. Posledično naj bi si bilo besedni element „crédit mutuel“ lažje zapomniti kot logotipe in slogane, ki naj bi bili le drugotnega pomena.

111 V zvezi s tem je treba spomniti, da lahko pridobitev razlikovalnega učinka izhaja iz uporabe elementa znamke kot dela registrirane znamke in iz uporabe ločene znamke v kombinaciji z registrirano znamko. V obeh primerih zadostuje, da upoštevna javnost zaradi te uporabe dejansko zazna proizvod ali storitev, označeno z eno samo znamko, za katero je zahtevana registracija, kot da izvira iz določenega podjetja (sodbi z dne 7. julija 2005, Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, točka 30, in z dne 17. julija 2008, L & D/UUNT, C-488/06 P, EU:C:2008:420, točka 49).

112 Ne glede na vprašanje, ali se uporaba nanaša na znak kot del registrirane znamke ali na znak v kombinaciji s to znamko, je torej bistven pogoj, da znak zaradi te uporabe pri upoštevni javnosti lahko povzroči dojemanje, da označuje, da proizvodi, na katere se nanaša, izvirajo iz določenega podjetja (sodba z dne 16. septembra 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, točka 65).

113 Odbor za pritožbe je v točkah 111 in 112 izpodbijane odločbe navedel, da četudi se izpodbijana znamka uporablja v obliki, ki se razlikuje od oblike, v kateri je bila registrirana, ta okoliščina v obravnavani zadevi ne vpliva na ugotovitev, da takšna uporaba izpodbijani znamki omogoča pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo. Po mnenju odbora za pritožbe elementi, s katerimi se je uporabljala izpodbijana znamka, in sicer grafična oblika ali dodajanje drugih besednih znamk v obliki sloganov, niso spremenili njenega razlikovalnega učinka.

114 Čeprav tožeča stranka ne izpodbija načela, v skladu s katerim lahko znamka pridobi razlikovalni učinek z uporabo kot del registrirane znamke ali v kombinaciji z njo, na podlagi sodne prakse opozarja, da mora upoštevna javnost del znamke ali znamko, ki je ločena od tiste, s katero je bila združena, še vedno zaznavati kot označbo trgovskega izvora označenega proizvoda ali storitve.

115 V zvezi s tem je treba poudariti, da mora, kot trdi tožeča stranka, imetnik znamke, za katero se zahteva ugotovitev ničnosti, dokazati, da ta znamka sama, ne pa katera koli druga znamka, ki je morebiti ravno tako prisotna, označuje, da proizvodi izvirajo iz določenega podjetja (sodba z dne 16. septembra 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, točka 66).

116 Zato je v obravnavanem primeru utemeljenost ugotovitve odbora za pritožbe, kot je bila navedena v točki 113 zgoraj, kot v bistvu trdi urad EUIPO, odvisna od tega, ali se je izpodbijana znamka uporabljala tako, da je sama označevala trgovski izvor zadevnih proizvodov in storitev ter je potrošniku zagotavljala, da izvirajo iz določenega podjetja.

117 To vprašanje bo obravnavano v nadaljevanju v okviru tretjega očitka drugega in tretjega tožbenega razloga.

– Neobstoj uporabe izpodbijane znamke kot označbe porekla in kot znamke

118 Tožeča stranka v okviru drugega tožbenega razloga v bistvu trdi, da v nasprotju s trditvijo odbora za pritožbe „Crédit Mutuel kot celota“ ne označuje CNCM, osrednjega organa, ki ne opravlja bančnih dejavnosti in ki potrošnikom ni poznan, temveč, kot navaja CMF, vzajemne banke na splošno, ki so

strukturirane predvsem v dveh neodvisnih in konkurenčnih skupinah, Crédit Mutuel Arkéa in CM11-CIC. Ta okoliščina naj bi lahko preprečila, da bi izpodbijana znamka izpolnila svojo funkcijo označbe izvora, kar naj bi potrjevalo dejstvo, da Crédit Mutuel Arkéa in CM11-CIC za označevanje svojih proizvodov in storitev pri svojih strankah uporabljata različni blagovni znamki, da ne bi prišlo do zamenjave. Poleg tega naj bi Crédit Mutuel Arkéa, da bi se razlikovala od svojega konkurenta, uporabljala izraz „crédit mutuel“ v povezavi z logotipom, ki se razlikuje od logotipa CM11-CIC. Zato naj izraz „crédit mutuel“ sam po sebi javnosti ne bi omogočil, da prepozna trgovski izvor zadevnih proizvodov in storitev.

119 V okviru tretjega tožbenega razloga tožeča stranka navaja, da se v večini gradiva, ki ga je CNCM predložila kot dokaz pridobitve razlikovalnega učinka izpodbijane znamke z uporabo, izraz „crédit mutuel“ ne uporablja kot blagovna znamka za označitev proizvodov in storitev, temveč se nanaša na skupino Crédit Mutuel. Vendar naj takšno nanašanje ne bi moglo pomeniti uporabe znamke, s katero bi bilo mogoče dokazati pridobitev razlikovalnega učinka za različne zadevne proizvode in storitve, ker s tem izpodbijana znamka ne more izpolniti funkcije označbe izvora, še toliko bolj, ker je izraz „crédit mutuel“ zakonita in generična oznaka same dejavnosti in ponudnikov storitev, ki jo izvajajo.

120 Ker naj na eni strani v bančnem sektorju ne bi bilo običajno, da potrošnik poosebi znamko, na drugi strani pa naj ne bi obstajalo ime družbe ali trgovsko ime, ki bi natančno ustrezalo imenu „Crédit Mutuel“, tudi uporabe izraza „crédit mutuel“ ni mogoče analizirati kot uporabo imena družbe ali trgovskega imena, ki velja kot uporaba blagovne znamke.

121 EUIPO ugotavlja, da tožeča stranka v bistvu trdi, da uporaba, ki jo je dokazala imetnica znamke, ne pomeni uporabe „kot posamezne znamke“, temveč uporabo „kot kolektivna znamka“. EUIPO se v zvezi s tem sklicuje na presojo Splošnega sodišča o uporabi sodne prakse sodišč Unije glede uporabe znamke v skladu z njeno bistveno funkcijo za dejansko stanje v obravnavani zadevi, natančneje o uporabi posamezne znamke kot označitve kolektivnega trgovskega izvora.

122 Intervenientka trdi, da obstoj morebitne konkurence v skupini Crédit Mutuel ne vpliva na zmožnost izraza „crédit mutuel“, da pridobi razlikovalni učinek z uporabo. Prvič, Crédit Mutuel naj bi bilo namreč res poimenovanje istoimenske skupine, kar sta med drugim prepoznala Conseil d'État (državni svet, Francija) in Autorité de la concurrence (organ, pristojen za konkurenco, Francija). Tako naj bi izpodbijano znamko uporabljalo več pravno povezanih gospodarskih subjektov, zaradi česar naj bi za javnost predstavljala prepoznavni znak pripadnosti tej skupini.

123 Drugič, obstoj lastnih blagovnih znamk za označevanje proizvodov in storitev, ki jih ponujata tožeča stranka in CM11-CIC, naj ne bi odpravil uporabe „krovne blagovne znamke“ Crédit Mutuel, ker se ta sistematično uporablja in predstavlja znak pripadnosti skupini, ki nagovarja javnost pri izbiri bančnega produkta.

124 Tretjič, okoliščina, da CNCM kot osrednji organ ne opravlja bančnih dejavnosti in zato potrošniku ni znan, naj ne bi bila pomembna, ker v skladu s sodno prakso ni potrebno, da znamko uporablja njen imetnik, in zadostuje, da jo dejansko uporabljajo pooblaščene tretje osebe, za kar naj bi šlo v tem primeru.

125 Četrtič, okoliščina, da tožeča stranka uporablja drugačen logotip kot CM11-CIC, naj tudi ne bi bila pomembna, ker si potrošnik besedni element lažje zapomni in ker je v teh okoliščinah prav besedni znak Crédit Mutuel razlikovalni element, ki javnosti omogoča, da proizvode in storitve poveže z istim trgovskim izvorom.

126 Petič, intervenientka trdi, da se besedni znak Crédit Mutuel dejansko uporablja kot znamka. V zvezi s tem opozarja, da se lahko v skladu s sodno prakso uporaba imena družbe ali trgovskega imena šteje za uporabo za finančne produkte, tudi če niso označeni z znakom, kadar tretja oseba navedeni znak

uporablja na način, ki vzpostavlja povezavo med imenom družbe, trgovskim imenom ali imenom trgovine ter zadevnimi proizvodi ali storitvami. Intervenientka dodaja, da je znak Crédit Mutuel v bistvu storitvena znamka, ki se mora uporabljati z nameščanjem na različne materialne nosilce, ki so povezani s temi storitvami. Nazadnje, opozarja, da na eni strani ne obstaja ime družbe ali trgovsko ime, ki bi natančno ustrezalo imenu „Crédit Mutuel“, in da se na drugi strani, kot je ugotovil odbor za pritožbe, izraz „crédit mutuel“ v posredovanih dokumentih pojavlja neodvisno od kakršnih koli navedb o obliki podjetja.

127 Šestič, intervenientka meni, da gradivo, ki ga je predložila, dokazuje, da besedna znamka Crédit Mutuel za potrošnika že vrsto let predstavlja bančne produkte in storitve, ki jih ne ponuja katera koli vzajemna ali zadružna banka, temveč točno določena banka, ki sovpada z bančno mrežo, katere osrednji organ je CNCM.

128 Tožeča stranka v okviru tega očitka drugega in tretjega tožbenega razloga v bistvu navaja, da je na podlagi dokazov, ki jih je predložila intervenientka, mogoče šteti, da izpodbijana znamka opisuje kvečjemu skupino Crédit Mutuel in s tem vzajemne banke, ki jo sestavljajo, ne pa CNCM, ki je imetnica znamke. Zato naj se izpodbijana znamka ne bi uporabljala kot znamka, temveč kot referenca na to skupino. Ta okoliščina naj bi preprečila, da bi izpodbijana posamezna znamka izpolnila svojo funkcijo označbe izvora in s tem pridobila razlikovalni učinek z uporabo.

129 Iz sodne prakse izhaja, da pridobitev razlikovalnega učinka znamke z uporabo zahteva, da zaradi znamke vsaj pomemben del upoštevne javnosti zaznava zadevne proizvode ali storitve, kot da izvirajo iz določenega podjetja (glej sodbo z dne 15. decembra 2016, Oblika čokoladne tablice, T-112/13, neobjavljena, EU:T:2016:735, točka 68 in navedena sodna praksa).

130 Če upoštevna javnost ali vsaj njen pomemben del zaradi znamke prepozna proizvod, kot da izvira iz določenega podjetja, je treba na podlagi tega ugotoviti, da je pogoj iz člena 7(3) Uredbe 2017/1001 za registracijo znamke izpolnjen (glej sodbo z dne 15. decembra 2016, Oblika čokoladne tablice, T-112/13, neobjavljena, EU:T:2016:735, točka 70 in navedena sodna praksa).

131 Čeprav pridobitev razlikovalnega učinka lahko izhaja tudi iz uporabe elementa znamke kot dela registrirane znamke in iz uporabe ločene znamke v kombinaciji z registrirano znamko, kot je bilo navedeno v točki 111 zgoraj, iz sodne prakse izhaja, da mora upoštevna javnost zaradi te uporabe dejansko zaznavati proizvod ali storitev, označeno le z znamko, za katero je zahtevana registracija, kot da izvira iz določenega podjetja. Ne glede na vprašanje, ali se uporaba nanaša na znak kot del registrirane znamke ali na znak v kombinaciji s to znamko, je torej bistven pogoj, da znak, za katerega se zahteva, da se registrira kot znamka, zaradi te uporabe pri upoštevni javnosti lahko povzroči dojemanje, da označuje, da proizvodi, na katere se nanaša, izvirajo iz določenega podjetja (sodba z dne 16. septembra 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, točki 64 in 65).

132 Poleg tega je treba opozoriti, da mora, kar zadeva pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo, upoštevna javnost prepoznati proizvod ali storitev, kot da izvira iz določenega podjetja, z uporabo znamke kot znamke. Izraz „uporaba znamke kot znamke“ je treba razumeti tako, da se nanaša samo na uporabo znamke z namenom, da upoštevna javnost proizvod ali storitev prepozna, kot da izvira iz določenega podjetja (glej sodbo z dne 22. junija 2006, Storck/UUNT, C-24/05 P, EU:C:2006:421, točka 61 in navedena sodna praksa).

133 Tako vsaka uporaba znamke ne predstavlja nujno uporabe kot znamka (sodba z dne 22. junija 2006, Storck/UUNT, C-24/05 P, EU:C:2006:421, točka 62).

134 Ob upoštevanju navedenega je treba preučiti, ali je odbor za pritožbe pravilno presodil, da je v obravnavani zadevi mogoče z dokazi, ki jih je predložila intervenientka, dokazati, da je izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo, tako da upoštevna javnost v njej prepozna proizvode in storitve, kot da izvirajo iz določenega podjetja.

135 Iz sodne prakse, navedene v točkah od 129 do 131 zgoraj, izhaja, da je uporaba znamke v skladu z njeno bistveno funkcijo, ki je označevanje trgovskega izvora proizvodov ali storitev, kot da izvirajo iz določenega podjetja, bistvenega pomena pri presoji dokazov o pridobitvi razlikovalnega učinka z uporabo za to znamko.

136 Iz izpodbijane odločbe (strani od 27 do 40) je razvidno, da je intervenientka predložila veliko dokazov, da bi dokazala, da je izpodbijana znamka poznana upoštevni javnosti in da je torej pridobila razlikovalni učinek z uporabo. Ti dokazi so javnomnenjske raziskave, dokazi o udeležbi skupine Crédit Mutuel v partnerstvih, finančne informacije, vključno s tistimi, ki dokazujejo umestitev skupine Crédit Mutuel v različne razrede, in oglaševalske kampanje.

137 Ugotovitve o trgovskem izvoru proizvodov in storitev, ki jih označuje izpodbijana znamka, do katerih je prišel odbor za pritožbe na podlagi teh dokazov, niso jasne. Odbor za pritožbe namreč navaja, da upoštevna javnost zaznava izpodbijano znamko, kot da označuje bančne produkte in storitve, kot da izhajajo ali od „imetnice“, in sicer CNCM (točke 97, 105, 108 in v bistvu točki 99 in 100 izpodbijane odločbe), ali od „določene banke“ ali „katere koli banke“ (točke 103, 104 in 107 izpodbijane odločbe) ali od „skupine Crédit Mutuel“, „mreže Crédit Mutuel“ ali „skupine podjetij Crédit Mutuel“ (točki 104 in 116 izpodbijane odločbe).

138 V zvezi s tem je treba spomniti, da je izpodbijana znamka posamezna znamka. Čeprav je intervenientka imetnica francoske znamke Crédit Mutuel, registrirane kot kolektivna znamka, za katero je Cour d'appel de Paris (višje sodišče v Parizu) v sodbi z dne 27. februarja 2018 na podlagi dokazov, podobnih tistim, ki jih je predložila intervenientka v postopku pred EUIPO, ugotovilo, da je pridobila razlikovalni učinek z uporabo, se ni odločila za registracijo izpodbijane znamke kot kolektivne znamke Evropske unije. Poleg tega je v postopku pred oddelkom za izbris poudarila, da je bila izpodbijana znamka prijavljena in registrirana kot posamezna znamka (glej stran 4 odločbe oddelka za izbris).

139 Med strankami tudi ni sporno, da izpodbijane znamke ne uporablja njena imetnica, CNCM, ki ni vzajemna banka in zato sama ne opravlja bančnih dejavnosti. Intervenientka namreč potrjuje, da izpodbijano znamko uporablja več subjektov, povezanih v okviru skupine Crédit Mutuel, zaradi česar za javnost predstavlja prepoznavni znak pripadnosti tej skupini.

140 Prav tako ni sporno, da so banke, ki so del skupine Crédit Mutuel in izkoriščajo izpodbijano znamko, strukturirane predvsem v dveh neodvisnih in konkurenčnih skupinah, Crédit Mutuel Arkéa in CM11-CIC, kot izhaja iz točke 88 izpodbijane odločbe, in da ti skupini za to, da bi njune stranke prepoznale njune proizvode in storitve, izpodbijano znamko uporabljata skupaj z drugimi znamkami ali jo povezujeta z lastnimi logotipi.

141 Vendar ni izključeno, da lahko izpodbijana posamezna znamka s takšno kolektivno uporabo pridobi razlikovalni učinek z uporabo.

142 Kot je namreč razvidno iz točke 135 zgoraj, je v okviru presoje pridobitve razlikovalnega učinka znamke z uporabo nujno, da je ta uporaba v skladu z bistveno funkcijo znamke. Pri posameznih znamkah, kot je izpodbijana znamka, je bistvena funkcija znamke zagotoviti potrošniku ali končnemu uporabniku identiteto izvora proizvoda ali storitve, ki jo označuje znamka, kar mu omogoča, da brez morebitne zmede razlikuje ta proizvod ali to storitev od tistih, ki izvirajo od drugod. Da bi lahko znamka imela vlogo bistvenega elementa sistema neizkrivljene konkurence, ki ga Pogodba vzpostavlja in ohranja, mora jamčiti, da so bili vsi proizvodi oziroma storitve, ki jih označuje, proizvedeni oziroma opravljeni pod nadzorom enega podjetja, ki je odgovorno za njihovo kakovost (glej v tem smislu in po analogiji sodbi z dne 8. junija 2017, W. F. Gözze Frottierweberei in Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, točka 41 in navedena sodna praksa, ter z dne 7. junija 2018, Schmid/EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark (Steirisches Kürbiskernöl), T-72/17, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:335, točka 44).

143 Iz tega izhaja, da je pri ugotavljanju, ali je posamezna znamka pridobila razlikovalni učinek s kolektivno uporabo, treba ugotoviti, ali potrošnikom zagotavlja, da zadevni proizvodi ali storitve izvirajo iz določenega podjetja, ki ga je treba razumeti kot eno podjetje, pod nadzorom katerega se proizvajajo oziroma opravljajo in ki mu je zato mogoče pripisati odgovornost za kakovost navedenih proizvodov ali storitev.

144 V obravnavani zadevi je treba preučiti, ali je treba intervenientko, in sicer imetnico izpodbijane znamke, šteti za „eno podjetje“ v smislu sodne prakse, navedene v točki 142 zgoraj, kot trdi sama, zaradi pravnih in poslovnih povezav, ki jo združujejo s člani skupine Crédit Mutuel, zaradi česar naj bi bilo iz povezave med izpodbijano znamko ter proizvodi in storitvami, ki jih nudijo člani te skupine, mogoče ugotoviti, da je ta znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo.

145 V zvezi s tem je zato pomembno ugotoviti, ali intervenientka izvaja nadzor nad produkti in storitvami, ki jih ponujajo banke, ki so del skupine Crédit Mutuel in dejansko izkoriščajo to znamko, tako da potrošniki zaznavajo zadevne proizvode ali storitve, kot da izvirajo iz enega podjetja, ki mu je mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost.

146 V zvezi s tem je treba poudariti, da je CNCM osrednji organ skupine Crédit Mutuel. V skladu s členom L.512-56 CMF je odgovorna za kolektivno zastopanje kreditnih zadrug pri uveljavljanju njihovih skupnih pravic in interesov, izvajanju upravnega, tehničnega in finančnega nadzora nad organizacijo in vodenju vsake kreditne zadruge ter sprejemanju vseh potrebnih ukrepov za pravilno delovanje vzajemnega kreditiranja. Na podlagi člena R.512–20 CMF se morajo kreditne zadruge zavezati, da bodo upoštevale statut, poslovnik, navodila in odločitve CNCM. Kot je razvidno iz statuta, CNCM deluje v obliki združenja.

147 Intervenientka v odgovoru na pisno vprašanje Splošnega sodišča, v katerem navaja naloge, ki jih ima kot osrednji organ skupine Crédit Mutuel, trdi, da izvaja upravni, tehnični in finančni nadzor nad članicami mreže in sprejema potrebne ukrepe zlasti za zagotavljanje likvidnosti in solventnosti vsake zadruge v skupini.

148 Vendar na podlagi teh okoliščin ni mogoče ugotoviti, da izvaja tudi nadzor nad proizvodi in storitvami, ki jih ponujajo banke, ki so del skupine Crédit Mutuel, v smislu sodne prakse, navedene v točki 142 zgoraj.

149 V nasprotju s tem, kar trdi intervenientka, četudi je skupina Crédit Mutuel eno podjetje v smislu konkurenčnega prava ali v smislu bonitetnih zahtev, kot je razvidno iz različnih odločb in aktov, ki so jih sprejeli evropski in nacionalni organi, na katere se v zvezi s tem sklicuje intervenientka, to samo po sebi ne omogoča ugotovitve, da je intervenientka kot osrednji organ te skupine eno podjetje tudi v smislu sodne prakse, navedene v točki 142 zgoraj. Ta pojem ima namreč samostojen pomen v pravu znamk Evropske unije, kot ga razlaga zgoraj navedena sodna praksa, ter se ne sme zamenjavati ali uporabiti po analogiji z uveljavljenimi pojmi z drugih področij prava Unije, kot sta konkurenčno pravo ali bonitetni nadzor kreditnih institucij.

150 Merila za ugotavljanje obstoja skupine Crédit Mutuel za namene bonitetnega nadzora ali za namene uporabe konkurenčnega prava namreč niso enaka tistim, ki se uporabljajo za ugotavljanje, ali obstaja „eno podjetje“ v smislu sodne prakse v zvezi z uporabo posamezne znamke Evropske unije v skladu z njeno bistveno funkcijo.

151 V zadnjem primeru je edino upoštevno merilo, ali uporaba izpodbijane znamke za proizvode in storitve, ki jih ponujajo članice skupine Crédit Mutuel, potrošnikom zagotavlja, da ti proizvodi in storitve izvirajo iz enega podjetja, pod nadzorom katerega se proizvajajo ali opravljajo in ki mu je posledično mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost. Vendar intervenientka ni dokazala, da to velja v primeru skupine Crédit Mutuel.

152 Trditve, ki jih je navedla intervenientka v dokaz, da posredno, vendar nujno izvaja nadzor nad kakovostjo proizvodov in storitev bančnih ustanov, ki so del skupine Crédit Mutuel, niso prepričljive. Trdi namreč, da so finančna moč, plačilna sposobnost in likvidnost bančnih ustanov lastnosti, ki jih potrošnik išče pri zanesljivi banki. Ker v zvezi s tem izvaja nadzor nad ustanovami, ki so del te skupine, naj bi bila zato odgovorna tudi za kakovost proizvodov in storitev, ki jih zagotavljajo.

153 Vendar zaradi odgovornosti za nadzor v smislu bonitetnega nadzora, tudi če ta nadzor lahko vpliva na zaznavanje strank bank, ki so del skupine Crédit Mutuel, s tem da prispeva k njihovi podobi „zanesljivih bank“, ni mogoče sklepati, da intervenientka poleg spremljanja njihovega finančnega položaja izvaja tudi nadzor nad proizvodi in storitvami, ki jih zagotavljajo potrošnikom, tako da ji je mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost. Ravno to zadnje merilo pa naj bi omogočilo sklep, da izpodbijana posamezna znamka, katere imetnica je intervenientka, kaže, da proizvodi in storitve, ki jih označuje, izvirajo iz enega podjetja, kar naj bi ji omogočilo, da s tem, da jamči njihov trgovski izvor, pridobi razlikovalni učinek s kolektivno uporabo s strani članov skupine Crédit Mutuel.

154 Iz tega sledi, da v obravnavanem primeru izpodbijana posamezna znamka ni bila uporabljena v skladu z njeno bistveno funkcijo označevanja izvora proizvodov in storitev, kot da izvirajo iz enega podjetja, pod nadzorom katerega se proizvajajo ali opravljajo in ki mu mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost, temveč je bila, kot v bistvu trdita EUIPO in tožeča stranka, uporabljena kot označba kolektivnega trgovskega izvora oziroma, natančneje, kot označba, da zadevni proizvodi in storitve izvirajo od proizvajalca ali ponudnika storitev, ki je del združenja ali kolektiva, sestavljenega iz bank, vključenih v skupino Crédit Mutuel. Intervenientka poleg tega izrecno navaja (glej trditve intervenientke, navedene v točkah od 122 do 127 zgoraj), da je izpodbijana znamka za upoštevno javnost prepoznavni znak pripadnosti skupini Crédit Mutuel.

155 Vendar se, kadar je to primerno, zaradi take uporabe izpodbijane znamke kot označbe izvora proizvodov ali storitev ene od bank iz skupine Crédit Mutuel lahko šteje, da kolektivna znamka izpolnjuje svojo funkcijo označbe izvora. V nasprotju s posamezno blagovno znamko namreč kolektivna blagovna znamka Evropske unije ne označuje proizvodov ali storitev, ki izvirajo iz enega podjetja, temveč v skladu s členom 74 Uredbe 2017/1001 omogoča identificiranje trgovskega izvora proizvodov ali storitev, ker označuje, da izvirajo od članov združenja, ki je imetnik te znamke (glej v tem smislu sodbi z dne 8. junija 2017, W. F. Gözze Frottierweberei in Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, točka 50, in z dne 20. septembra 2017, The Tea Board/EUIPO, od C-673/15 P do C-676/15 P, EU:C:2017:702, točka 57).

156 Trditev intervenientke, da potrošnik bančne storitve, ki se ponujajo pod blagovno znamko Crédit Mutuel, povezuje s skupino Crédit Mutuel in jih tako razlikuje od tistih z drugim izvorom, ponazarja bolj uporabo te blagovne znamke kot kolektivne znamke, in ne kot posamezne znamke.

157 Kot pa je bilo navedeno v točki 138 zgoraj, je bila izpodbijana znamka registrirana kot posamezna znamka, in ne kot kolektivna znamka.

158 Ker intervenientka ni dokazala, da posamezna izpodbijana znamka izpolnjuje bistveno funkcijo označbe trgovskega izvora, in sicer, da jamči, da proizvodi in storitve, ki jih označuje, izvirajo iz enega podjetja, pod nadzorom katerega se proizvajajo ali opravljajo in ki mu je tako mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost v smislu sodne prakse, navedene v točki 142 zgoraj, je odbor za pritožbe napačno ugotovil, da je ta znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo s strani članov skupine Crédit Mutuel.

159 To ugotovitev potrjuje dejstvo, ki ga je navedla tožeča stranka, da Crédit Mutuel Arkéa in CM11-CIC, neodvisni in konkurenčni skupini, v katerih so strukturirane vzajemne banke, ki so del združenja, katerega osrednji organ je intervenientka, za označevanje svojih proizvodov in storitev pri svojih strankah poleg izpodbijane znamke uporabljata različne znamke ali jo povezujeta s posebnim logotipom, da bi označili trgovski izvor te proizvodov in storitev, kot da izvirajo iz ene ali iz druge

skupine. Intervenientka te okoliščine ne izpodbija, vendar meni, da ni upoštevna, ker se zaradi obstoja lastnih znamk za označevanje proizvodov in storitev, ki jih ponujata tožeča stranka in CM11-CIC, ne preneha uporabljati „krovna znamka“ Crédit Mutuel, ki jo intervenientka razume kot znamko, ki jo uporabljajo vse banke v skupini Crédit Mutuel.

160 Vendar, kot je navedeno v točki 154 zgoraj in kot navaja intervenientka sama, izpodbijana znamka, četudi jo je treba razumeti kot „krovno znamko“, predstavlja znak pripadnosti skupini in tako kvečjemu označuje kolektivni izvor proizvodov in storitev, kot da izvirajo iz skupine Crédit Mutuel.

161 Kot pa izhaja iz sodne prakse, navedene v točki 131 zgoraj, bi morala sama izpodbijana posamezna znamka pri upoštevni javnosti povzročiti dojemanje, da označuje, da zadevni proizvodi in storitve izvirajo iz enega podjetja v smislu sodne prakse, navedene v točki 142 zgoraj.

162 V tem okviru je treba še poudariti, da je odbor za pritožbe v točki 97 izpodbijane odločbe napačno ugotovil, da javnomnenjske raziskave, ki jih je predložila intervenientka v dokaz, da je izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo, „nedvoumno“ dokazujejo, da je upoštevna javnost izpodbijano znamko prepoznala kot označbo, da bančni proizvodi in storitve izvirajo od intervenientke. Iz teh raziskav namreč izhaja, da anketiranci znak Crédit Mutuel povezujejo z banko ali, splošneje, s finančno ustanovo ali celo z bančnim produktom, kot je posojilo. Te raziskave lahko zato kvečjemu dokažejo, da za upoštevno javnost znak Crédit Mutuel označuje proizvode in storitve, ki spadajo na področje bančništva ali izvirajo od bančnih oziroma finančnih ustanov, ki jih ponujajo. Poleg tega je prav zato izpodbijana znamka veljala za opisno v zvezi s temi proizvodi in storitvami, povezanimi z bančnimi dejavnostmi.

163 Z dejstvom, ki ga je navedla intervenientka, da je določen odstotek anketirancev odgovoril, da so slišali za „ime“ Crédit Mutuel, nikakor ni mogoče dokazati, da upoštevna javnost izpodbijano znamko povezuje z intervenientko, temveč kvečjemu, da je upoštevna javnost s tem izrazom seznanjena in ga povezuje z banko, finančno ustanovo ali finančnim proizvodom.

164 Ostale trditve intervenientke ne omajajo ugotovitve v točki 158 zgoraj.

165 Prvič, zavrniti je treba trditev, da za pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo ni treba, da znamko uporablja njen imetnik, temveč zadostuje, da jo dejansko uporabljajo pooblaščene tretje osebe, kar naj bi veljalo za izpodbijano znamko v obravnavanem primeru.

166 Sodna praksa, na katero se v zvezi s tem sklicuje intervenientka, se namreč nanaša na dokaz o resni in dejanski uporabi znamke s soglasjem njenega imetnika v smislu člena 18(2) Uredbe 2017/1001, zato je treba razumeti, da ta resna in dejanska uporaba pomeni uporabo s strani imetnika. Vendar je treba ugotoviti, da ne obstaja nobena določba, podobna določbi člena 18(2) Uredbe 2017/1001, v zvezi s pridobitvijo razlikovalnega učinka znamke z uporabo, tako da ni mogoče že vnaprej ugotoviti, da uporaba znamke s strani tretje osebe in s soglasjem imetnika omogoča ugotovitev, da je znamka z uporabo pridobila razlikovalni učinek.

167 Čeprav je Sodišče priznalo, da zahteve, ki se uporabljajo za preverjanje resne in dejanske uporabe znamke v smislu člena 18(1) Uredbe 2017/1001, ustrezajo zahtevam v zvezi s pridobitvijo razlikovalnega učinka znaka z uporabo glede na njegovo registracijo v smislu člena 7(3) te uredbe (sodba z dne 18. aprila 2013, Colloseum Holding, C-12/12 , EU:C:2013:253, točka 34), se namreč v zvezi s tem ni sklicevalo na zahteve, ki izhajajo iz člena 18(2) navedene uredbe.

168 Zato sodna praksa, na katero se sklicuje intervenientka v zvezi z uporabo člena 18(2) Uredbe 2017/1001, ni upoštevna v okviru uporabe člena 7(3) te uredbe.

169 Drugič, na podlagi trditve intervenientke, da je ime družbe ali trgovsko ime – tudi če samo po sebi ni namenjeno razlikovanju proizvodov ali storitev – mogoče uporabiti „za proizvode ali storitve“, kadar tretja oseba navedeni znak uporablja na način, ki vzpostavlja povezavo med znakom, ki pomeni ime družbe ali trgovsko ime, ter proizvodi ali storitvami, ki jih zagotavlja tretja oseba (sodba z dne 11. septembra 2007, Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, točke od 21 do 23), ni mogoče ugotoviti, da izpodbijana znamka označuje imetnika kot izvor zadevnih proizvodov in storitev. Kot namreč odbor za pritožbe poudarja v točki 117 izpodbijane odločbe, je imetnica znamke intervenientka, katere ime je „Confédération nationale du Crédit mutuel“. Izpodbijana znamka torej ne ustreza njenemu imenu.

170 Glede na zgornje ugotovitve je treba ugoditi drugemu in tretjemu tožbenemu razlogu in izpodbijano odločbo delno razveljavi v delu, v katerem je odbor za pritožbe ugotovil, da je izpodbijana znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo za proizvode in storitve iz prve kategorije, za katere je opisna in brez razlikovalnega učinka, ne da bi bilo treba preučiti druge očitke tožeče stranke, s katerimi je želela izpodbiti presojo odbora za pritožbe glede razlikovalnega učinka izpodbijane znamke, pridobljenega z uporabo.

Stroški

171 V skladu s členom 134(1) Poslovnika se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki. Poleg tega člen 134(2) Poslovnika določa, da če je neuspelih strank več, Splošno sodišče odloči o porazdelitvi stroškov. Nazadnje, člen 134(3) Poslovnika določa, da če vsaka stranka uspe samo deloma, nosi vsaka svoje stroške. Vendar lahko Splošno sodišče, če se zdi to glede na okoliščine v zadevi upravičeno, odloči, da ena stranka poleg svojih stroškov nosi tudi del stroškov druge stranke.

172 V obravnavani zadevi je tožeča stranka predlagala, naj se plačilo stroškov naloži EUIPO in intervenientki. EUIPO je predlagal, naj se plačilo stroškov naloži tožeči stranki in intervenientki. Intervenientka je predlagala, naj se plačilo stroškov naloži tožeči stranki.

173 V teh okoliščinah in ob upoštevanju dejstva, da tožeča stranka, EUIPO in intervenientka z nekaterimi svojimi predlogi niso uspeli, je treba glede stroškov glavne tožbe odločiti, da tožeča stranka nosi tretjino svojih stroškov ter tretjino stroškov EUIPO in intervenientke, EUIPO nosi dve tretjini svojih stroškov in dve tretjini stroškov tožeče stranke, intervenientka pa nosi dve tretjini svojih stroškov. Intervenientka nosi stroške nasprotne tožbe.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (drugi senat)

razsodilo:

1. **Odločba petega odbora za pritožbe pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) z dne 8. novembra 2017 (zadeva R 1724/2016-5) se razveljavi v delu, v katerem je bilo ugotovljeno, da je izpodbijana znamka z uporabo pridobila razlikovalni učinek za proizvode in storitve, za katere je znamka opisna in nima razlikovalnega učinka.**

2. **V preostalem se tožba zavrne.**

3. **Nasprotna tožba se zavrne.**

4. **Crédit Mutuel Arkéa nosi tretjino svojih stroškov in naloži se ji plačilo tretjine stroškov, ki sta jih EUIPO in Confédération nationale du Crédit mutuel imela v zvezi z glavno tožbo.**

5. EUIPO nosi dve tretjini svojih stroškov in naloži se mu plačilo dveh tretjin stroškov tožeče stranke v zvezi z glavno tožbo.

6. Confédération nationale du Crédit mutuel nosi dve tretjini svojih stroškov v zvezi z glavno tožbo in stroške v zvezi z nasprotno tožbo.

Prek Buttigieg Berke

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 24. novembra 2019.

Podpisi