



Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (devītā palāta)

2018. gada 6. decembrī*

Eiropas Savienības preču zīme – Iebildumu process – Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “CCB” reģistrācijas pieteikums – Agrāka Eiropas Savienības grafiska preču zīme “CB” – Relatīvs atteikuma pamats – Sajaukšanas iespēja – Apzīmējumu līdzība – Agrākas preču zīmes reputācija un augsta atšķirtspēja – Regulas (EK) Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts) – Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrais teikums un 76. panta 1. punkts (tagad Regulas 2017/1001 94. panta 1. punkta otrais teikums un 95. panta 1. punkts)

Lieta T-665/17

China Construction Bank Corp., Pekina (Ķīna), ko pārstāv *A. Carboni* un *J. Gibbs*, *solicitors*,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO), ko pārstāv *J. Ivanauskas*, pārstāvis,

atbildētājs,

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

Groupement des cartes bancaires, Parīze (Francija), ko pārstāv *C. Herissay Ducamp*, *avocat*,

par prasību par EUIPO Apelācijas pirmās padomes 2017. gada 14. jūnija lēmumu lietā R 2265/2016-1 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Groupement des cartes bancaires* un *China Construction Bank*.

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs *S. Žervazoni* [*S. Gervasoni*] (referents), tiesneši *L. Madise* [*L. Madise*] un *R. da Silva Pasošs* [*R. da Silva Passos*],

sekretāre: *R. Ukelīte* [*R. Ukelyte*], administratore,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2017. gada 27. septembrī,

ņemot vērā EUIPO atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2017. gada 28. novembrī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2017. gada 4. decembrī,

* Tiesvedības valoda – angļu.

pēc 2018. gada 28. jūnija tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2014. gada 14. oktobrī prasītāja, *China Construction Bank Corp.*, iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar grozīto Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.) (aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.)).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir šāds grafisks apzīmējums:



- 3 Pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, pēc procesā *EUIPO* veiktās to saraksta saīsināšanas ietilpst 36. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolikumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un atbilst šādam aprakstam: “Banku pakalpojumi; finanšu novērtēšana apdrošināšanas, banku darbības un nekustamā īpašuma jomās; finansēšanas pakalpojumi; maksājumu karšu pakalpojumi; vērtslietu depozītu pakalpojumi; senlietu novērtēšana; starpniecības pakalpojumi finanšu jomā; garantiju pakalpojumi; fiduciārie (trasta) pakalpojumi”.
- 4 2015. gada 7. maijā persona, kas iestājusies lietā, *Groupement des cartes bancaires*, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 41. pantu (tagad Regulas 2017/1001 46. pants), iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz šā sprieduma 3. punktā minētajiem pakalpojumiem.
- 5 Iebildumi bija galvenokārt pamatoti ar agrāku Eiropas Savienības grafisku preču zīmi, kura 1999. gada 12. novembrī reģistrēta ar numuru 269415 un kura izskatās šādi:



- 6 Agrākā preču zīme ir reģistrēta tostarp attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 36. klasē un atbilst šādam aprakstam: “Apdrošināšana un finanses, proti, apdrošināšana, valūtas maiņas aģentūras; ceļojumu čeku un kredītvēstuļu izsniegšana; finanšu lietas, darījumi ar naudu, banku pakalpojumi; sociālās apdrošināšanas fondu pakalpojumi; bankas darījumu un naudas plūsmu pārvaldīšana elektroniskā veidā; elektroniskā maka pakalpojumi; priekšapmaksas karšu, maksājumu karšu, kredītkaršu, skaidras naudas izņemšanas karšu, viedkaršu, karšu ar svītru, magnētisko karšu un

atmiņas karšu izsniegšana un pakalpojumi; neelektronisko bankas karšu izsniegšana; skaidras naudas izņemšanas pakalpojumi no viedkartēm un kartēm ar svītru; elektroniska naudas līdzekļu pārskaitīšana; elektronisko maksājumu pakalpojumi; karšu maksājumu pakalpojumi; priekšapmaksas karšu pakalpojumi; finanšu darījumu pakalpojumi karšu īpašniekiem, izmantojot bankomātus; iesaistīto personu autentifikācijas un verifikācijas pakalpojumi; finanšu informācijas pakalpojumi, izmantojot jebkādas telekomunikāciju līdzekļus; pēc kartes numura veiktās autorizēšanas un maksājumu veikšanas pakalpojumi; drošo attālo maksājumu pakalpojumi; finanšu informācijas pakalpojumi, proti, finanšu informācijas un datu tālvākšana.”

- 7 Iebildumi tika balstīti tostarp uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā (tagad Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts) paredzēto pamatu.
- 8 2016. gada 4. oktobrī Iebildumu nodaļa apmierināja iebildumus, uzskatot, ka pastāv sajaukšanas iespēja, un noraidīja reģistrācijas pieteikumu.
- 9 2016. gada 5. decembrī prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu (tagad Regulas 2017/1001 66.–71. pants), iesniedza EUIPO apelācijas sūdzību par Iebildumu nodaļas lēmumu.
- 10 Ar 2017. gada 14. jūnija lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) EUIPO Apelācijas pirmā padome noraidīja apelācijas sūdzību.
- 11 Konkrēti, Apelācijas padome uzskatīja, ka sajaukšanas iespējas vērtējuma nolūkos Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē attiecīgā teritorija ir Eiropas Savienības teritorija un ka konkrēto sabiedrības daļu daļēji veido profesionāli un daļēji – galapatērētāji vai plaša sabiedrība, kam uzmanības pakāpe ir augsta (apstrīdētā lēmuma 19. un 20. punkts). Tālāk, iedaļā “Reputācija” (apstrīdētā lēmuma 22.–25. punkts), tā, pamatojoties uz vairākiem personas, kas iestājusies lietā, iesniegtajiem elementiem, norādīja, ka Francijas konkrētā sabiedrības daļa identificētu agrāko preču zīmi kā akronīmu “CB”, kas definē *Groupelement des cartes bancaires* maksājumu karti, un atsaucās uz vārdiskās preču zīmes “CB” reputāciju attiecībā uz 36. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, kādu to konstatējusi Apelācijas ceturtā padome 2014. gada 27. augusta lēmumā lietā R 944/2013-4 “CCB”/“CB” (turpmāk tekstā – “Apelācijas ceturtās padomes lēmums lietā “CCB”/“CB””).
- 12 Attiecībā uz apzīmējumu salīdzināšanu Apelācijas padome uzskatīja, ka neraugoties uz agrākās preču zīmes ļoti stilizētu raksturu, pēdējā minētā preču zīme tiktu uztverta kā lielo burtu “CB” grupa un ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafiskais elements ir uzskatāms par papildu elementu salīdzinājumā ar tās dominējošo elementu, ko veido lielo burtu “CCB” grupa (apstrīdētā lēmuma 30. un 31. punkts). No minētā tā būtībā secināja, ka starp konfliktējošajām preču zīmēm pastāv zināma vizuālā līdzība (apstrīdētā lēmuma 32. un 33. punkts). Secinājusi, ka fonētiskā ziņā šīs preču zīmes ir līdzīgas tādā pakāpē, kas ir augstāka par vidējo, tostarp tāpēc, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ietver burtus, no kuriem veidota agrākā preču zīme, un atzinusi, ka nav iespējams veikt konceptuālu salīdzināšanu, jo abiem apzīmējumiem nav nosakāma [konkrēta] nozīme, Apelācijas padome apstiprināja Iebildumu nodaļas konstatējumu par attiecīgo apzīmējumu līdzības esamību (apstrīdētā lēmuma 34.–36. punkts).
- 13 Norādījusi, ka attiecīgo pakalpojumu identiskums nav apstrīdēts, Apelācijas padome uzskatīja, ka – ņemot vērā šo identiskumu, agrākās preču zīmes reputāciju Francijā un apzīmējumu līdzību – ar atšķirībām starp šiem apzīmējumiem un attiecīgās sabiedrības daļas uzmanības pakāpi, kas ir augstāka par vidējo, nepietiek, lai izslēgtu sajaukšanas iespēju Francijas attiecīgās sabiedrības daļas uztverē (apstrīdētā lēmuma 39. un 40. punkts). Tā piebilda, ka fakts, ka patērētāji regulāri neizmanto preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītos pakalpojumus, paaugstina iespēju, ka šie patērētāji, pat tie, kas izrāda augstu uzmanības pakāpi, tiktu maldināti ar viņu neskaidrām atmiņām par attiecīgo preču zīmju konfigurāciju (apstrīdētā lēmuma 41. punkts).

Lietas dalībnieku prasījumi

- 14 Pēc tiesas sēdē notikušās atteikšanās, kas reģistrēta tiesas sēdes protokolā, prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- atcelt apstrīdēto lēmumu;
 - piespriest *EUIPO* un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 15 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- noraidīt prasību;
 - piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 16 Ņemot vērā tiesas sēdes laikā sniegtos un tiesas sēdes protokolā reģistrētos precizējumus, personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- noraidīt prasību;
 - piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

- 17 Savas prasības atbalstam prasītāja izvirza divus prasības pamatus, saistībā ar, pirmkārt, Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrā teikuma, kā arī 76. panta 1. punkta pirmā teikuma (tagad Regulas 2017/1001 94. panta 1. punkta otrais teikums un 95. panta 1. punkta pirmais teikums) pārkāpumu un, otrkārt, Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

Par prasības pamatu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrā teikuma un 76. panta 1. punkta pirmā teikuma pārkāpumu

- 18 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome nav izpildījusi savu pienākumu balstīt savus lēmumus tikai uz tādiem iemesliem, par ko attiecīgajām pusēm ir bijusi iespēja iesniegt savus apsvērumus (Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrais teikums), kā arī pienākumu aprobežoties ar pušu iesniegto faktu, pierādījumu un argumentu pārbaudi (Regulas Nr. 207/2009 76. panta 1. punkta pirmais teikums), jo tā esot balstījusi apstrīdēto lēmumu uz Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB” un uz atziņu, ka 36. klasē ietilpstošie pakalpojumi regulāri netiek izmantoti, lai gan minētais lēmums un minētā atziņa neesot tikuši nedz minēti, nedz uzrādīti, nedz arī pierādīti procesā *EUIPO* un prasītājam neesot bijis iespējams iesniegt savus apsvērumus par tiem.
- 19 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 76. panta 1. punkta pirmā teikuma formulējumu lietas izskatīšanas process, kas attiecas uz relatīviem reģistrācijas atteikuma pamatiem, *EUIPO* aprobežojas ar pušu iesniegto faktu, pierādījumu un argumentu un to izvirzīto prasījumu pārbaudi.
- 20 Šī tiesību norma ierobežo *EUIPO* veiktu izvērtēšanu divējādi. Tas attiecas, pirmkārt, uz *EUIPO* lēmumu faktisko pamatu, t.i., uz faktiem un pierādījumiem, ar kuriem lēmumi juridiski korekti var tikt pamatoti, un, otrkārt, uz šo lēmumu juridisko pamatu, t.i., uz noteikumiem, kas ir jāpiemēro instancei, kura izskata lietu. Tādēļ Apelācijas padome, izskatot apelācijas sūdzību par lēmumu, ar kuru ticis pabeigts iebildumu process, var pamatot savu lēmumu, tikai balstoties uz relatīvajiem atteikuma pamatiem, uz

kuriem ir balstījusies attiecīgā puse, kā arī uz ar tiem saistītajiem šīs puses iesniegtajiem faktiem un pierādījumiem (skat. spriedumu, 2005. gada 27. oktobris, *Éditions Albert René/ITSB – Orange* (“MOBILIX”), T-336/03, EU:T:2005:379, 33. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 21 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrajam teikumam *EUIPO* lēmumi var tikt balstīti tikai uz tādiem iemesliem vai pierādījumiem, par ko attiecīgajām pusēm ir bijusi iespēja iesniegt savus apsvērumus.
- 22 No judikatūras izriet, ka, lai gan tiesības tikt uzklāstam, kādas tās ir paredzētas Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrajā teikumā, attiecas uz visiem faktiskajiem un tiesiskajiem elementiem, kā arī pierādījumiem, kuri veido lēmuma pamatu, tās tomēr nav piemērojamas galīgai nostājai, ko administrācija plāno ieņemt. Tādējādi apelācijas padomei nav pienākuma uzklāst apelācijas sūdzības iesniedzēju par faktu vērtējumu, kas iekļauts tās galīgajā nostājā. Tāpat no judikatūras izriet, ka fakts, ka kāda no pusēm nav varējusi izteikties par apgalvojumiem, kuri neveido patstāvīgu apstrīdētā lēmuma motīvu, bet ir daļa no apelācijas padomes argumentācijas saistībā ar visaptverošu sajaukšanas iespējas vērtēšanu, ja šī puse varēja izteikt savu nostāju par attiecīgā lēmuma pamatā esošiem motīviem saistībā ar apzīmējumu salīdzināšanu, neveido Regulas Nr. 207/2009 75. panta pārkāpumu (skat. spriedumu, 2008. gada 23. janvāris, *Demp/ITSB – Bau How* (“BAU HOW”), T-106/06, nav publicēts, EU:T:2008:14, 17. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 23 Konkrētajā gadījumā, pirmkārt, attiecībā uz Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB” ir jānorāda, ka – saskaņā ar *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, apgalvoto – pēdējā minētā bija atsaukusies un paziņojusi minēto lēmumu savu iebildumu atbalstam (2015. gada 10. novembra apsvērumi iebildumu atbalstam) un pēc tam atbildē uz prasītājas apelācijas sūdzību par iebildumu nodaļas lēmumu (2017. gada 17. februāra apsvērumi).
- 24 Līdz ar to Apelācijas padome šajā gadījumā juridiski korekti ir pamatojusies uz šiem datiem, uz kuriem atsaucās viens no lietas dalībniekiem. Ir jāpiebilst, ka, tā kā atsauce tika veikta tikai uz pašu Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB”, nevis uz to pierādījumu kopumu, kas tikuši iesniegti procesā, kurā pieņemts minētais lēmums, Apelācijas padome pamatoti aprobežojas ar atsauci uz minētajā lēmumā veiktās novērtēšanas rezultātā izdarīto secinājumu, lai pamatotu savu pašu agrākās preču zīmes reputācijas vērtējumu.
- 25 Tāpat no minētā noteikti izriet, ka prasītājai ir tikusi sniegta iespēja gan savos apsvērumos par iebildumiem, gan arī savā Apelācijas padomē iesniegtajā apelācijas sūdzībā par iebildumu nodaļas lēmumu, kura motīvos ir ietverta atsauce uz Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB”, lietderīgi darīt zināmu savu viedokli par pēdējo minēto lēmumu. Šajā sakarā ir jānorāda, ka prasītājai ir bijusi iespēja izteikt savu uz informāciju balstītu nostāju par Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB”, tostarp par visiem elementiem, kas tajā ņemti vērā, vēl jo vairāk tāpēc, ka tā bija viens no dalībniekiem procesā, kurā pieņemts minētais lēmums.
- 26 Var piebilst, ka, pat gadījumā, ja šīs iespējas izteikt savu nostāju par Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā “CCB”/“CB” nebūtu uzskatāmas par pietiekamām, lai ievērotu prasītājas tiesības tikt uzklāstai, apstrīdētais lēmums tomēr nebūtu uzskatāms par kļūdainu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2015. gada 15. jūlijs, *Australian Gold/ITSB – Effect Management & Holding* (“HOT”), T-611/13, EU:T:2015:492, 18. punkts un tajā minētā judikatūra). Proti, tā kā šī sprieduma 47. punktā tiks konstatēts, ka Apelācijas padomes apsvērumi par agrākās preču zīmes reputāciju Francijā ir uzskatāmi par pamatotiem neatkarīgi no Apelācijas ceturtās padomes lēmuma lietā “CCB”/“CB” vērtējuma, attiecīgajam administratīvajam procesam nevarētu būt citāds iznākums, ja prasītājai būtu bijusi iespēja izteikt savus apsvērumus par šo lēmumu pēc tam, kad persona, kas iestājusies lietā, iesniedza savus apsvērumus, atbildot uz prasītājas apelācijas sūdzību Apelācijas padomē.

- 27 Otrkārt, runājot par atziņu, ka 36. klasē ietilpstošie pieteiktie pakalpojumi netiek izmantoti regulāri, patiešām – atbilstoši tam, ko apgalvo prasītāja – var atzīt, ka šāda atziņa pati par sevi netika nedz minēta Apelācijas padomē, nedz arī pierādīta ar pierādījumiem procesā, kurā tika pieņemts apstrīdētais lēmums.
- 28 Tomēr jāatzīmē, ka aplūkojamā atziņa neveido nedz attiecīgā lēmuma “faktisko pamatu” šī sprieduma 20. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē, nedz arī apstrīdētā lēmuma “patstāvīgu motīvu” šī sprieduma 22. punktā minētās judikatūras izpratnē. Kā to pamatoti norāda *EUIPO*, šī atziņa par attiecīgo pakalpojumu regulārās izmantošanas neesamību konkrētajā gadījumā ir saistīta ar Apelācijas padomes konstatējumu, ka konkrētā sabiedrības daļa saglabā atmiņā attiecīgo preču zīmju nepilnīgu attēlu; ir jāuzsver, ka šis konstatējums ir balstīts uz vispārpieņemtu tēzi, saskaņā ar kuru [patērētājiem] ļoti reti ir iespēja veikt preču zīmju tiešu salīdzināšanu, un ka konkrētajā gadījumā to tikai apstiprina fakts, ka attiecīgie pakalpojumi reti tiek izmantoti (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2002. gada 23. oktobris, *Oberhauser/ITSB – Petit Liberto* (“Fifties”), T-104/01, EU:T:2002:262, 28. punkts, un 2008. gada 17. septembris, *FVB/ITSB – FVD* (“FVB”), T-10/07, nav publicēts, EU:T:2008:380, 29. un 56. punkts).
- 29 Līdz ar to, balstoties uz attiecīgo pakalpojumu regulārās izmantošanas neesamību, Apelācijas padome, no vienas puses, nav pārkāpusi savas pārbaudes faktiskā pamata robežas un, no otras puses, tai nebija pienākuma uzklaut prasītāju par attiecīgo atziņu.
- 30 No visa iepriekšminētā izriet, ka prasības pamats par Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrā teikuma un 76. panta 1. punkta pirmā teikuma pārkāpumu katrā ziņā ir jānoraida.

Par prasības pamatu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

- 31 Atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto preču zīmi neregistrē, ja tās identiskuma vai līdzības ar agrāko preču zīmi dēļ un preču vai pakalpojumu, ko aptver abas preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv sajaukšanas iespēja. Turklāt saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta i) punktu (tagad Regulas 2017/1001 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta i) punkts) par agrākām preču zīmēm ir uzskatāmas Eiropas Savienības preču zīmes ar pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir pirms Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.
- 32 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēju veido iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena un tā paša uzņēmuma vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Saskaņā ar šo pašu judikatūru sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un aptverto preču vai pakalpojumu līdzību (skat. spriedumu, 2003. gada 9. jūlijs, *Laboratorios RTB/ITSB – Giorgio Beverly Hills* (“GIORGIO BEVERLY HILLS”), T-162/01, EU:T:2003:199, 30.–33. punkts un tajos minētā judikatūra).
- 33 Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas mērķiem sajaukšanas iespējas priekšnoteikums ir vienlaicīgs konfliktējošo preču zīmju identiskums vai līdzība, kā arī ar tām aptverto preču vai pakalpojumu identiskums vai līdzība. Šie nosacījumi ir kumulatīvi (skat. spriedumu, 2009. gada 22. janvāris, *Commercy/ITSB – easyGroup IP Licensing* (“easyHotel”), T-316/07, EU:T:2009:14, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 34 Preču zīmes uztverei no attiecīgās preces vai pakalpojumu kategorijas vidusmēra patērētāja viedokļa ir izšķiroša nozīme sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, *ITSB/Shaker*, C-334/05 P, EU:C:2007:333, 35. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 35 Konkrētajā gadījumā prasītāja neapstrīd Apelācijas padomes secinājumu, ka konkrēto sabiedrības daļu veido profesionāli un plaša sabiedrība un ka tai piemīt augstā uzmanības pakāpe (apstrīdētā lēmuma 19. punkts). Šis secinājums ir jāapstiprina, it īpaši ņemot vērā attiecīgo pakalpojumu raksturu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2015. gada 10. jūnijs, *AgriCapital/ITSB – agri.capital* (“AGRI.CAPITAL”, T-514/13, EU:T:2015:372, 28. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 36 Prasītāja arī neapstrīd Apelācijas padomes sniegto attiecīgās teritorijas definīciju sajaukšanas iespējas vērtējuma veikšanai konkrētajā gadījumā (apstrīdētā lēmuma 20. punkts), proti, to, ka tā ir Eiropas Savienības teritorija; šajā ziņā ir jāatgādina, ka pietiek ar relatīva atteikuma pamata esamību kādā Savienības daļā (skat. spriedumu, 2006. gada 14. decembris, *Mast-Jägermeister/ITSB – Licorera Zacapaneca* (“VENADO” ar rāmi u.c.), T-81/03, T-82/03 un T-103/03, EU:T:2006:397, 76. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 37 Turpretī prasītāja apstrīd Apelācijas padomes vērtējumu par agrākās preču zīmes atšķirtspēju, par konfliktējošo apzīmējumu līdzību, kā arī par sajaukšanas iespējas visaptverošo vērtējumu konkrētajā gadījumā.

Par agrākās preču zīmes atšķirtspēju

- 38 Prasītāja pārmet Apelācijas padomei, ka savu vērtējumu par agrākās preču zīmes atšķirtspēju tā ir balstījusi uz secinājumiem attiecībā uz reputāciju, kas norādīti Apelācijas ceturtās padomes lēmumā lietā “CCB”/“CB”, lai gan šajā gadījumā šis lēmums tostarp attiecas nevis uz agrāko, bet citu preču zīmi. Prasītāja arī pārmet minētajai padomei, ka tā nav identificējusi pakalpojumus, attiecībā uz kuriem tā uzskatījusi, ka agrākajai preču zīmei ir reputācija, un norāda, ka iesniegtie pierādījumi neļauj konstatēt reputāciju attiecībā uz visiem pakalpojumiem, ko atver agrākā preču zīme. Visbeidzot prasītāja kritizē faktu, ka Apelācijas padome ir balstījusies uz agrākās preču zīmes reputāciju, lai gan saistībā ar sajaukšanas iespējas novērtējumu nozīme esot tikai šīs preču zīmes paaugstinātas atšķirtspējas noteikšanai.
- 39 Vispirms ir jānorāda, kā to pamatoti uzsver *EUIPO*, ka jēdzieni “reputācija” un “augsta atšķirtspēja” ir cieši saistīti. Proti, no pastāvīgās judikatūras izriet, ka agrākās preču zīmes reputācija varētu veicināt tās augstu atšķirtspēju un līdz ar to palielināt sajaukšanas iespēju starp šo un reģistrācijai pieteikto preču zīmi (spriedumi, 2003. gada 4. novembris, *Díaz/ITSB – Granjas Castelló* (“CASTILLO”), T-85/02, EU:T:2003:288, 44. punkts, un 2012. gada 27. marts, *Armani/ITSB – Del Prete* (“AJ AMICI JUNIOR”), T-420/10, nav publicēts, EU:T:2012:156, 33. punkts). Preču zīmes augsta atšķirtspēja tāpat var tikt atzīta tās reputācijas dēļ (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2011. gada 19. maijs, *PJ Hungary/ITSB – – Pepekello* (“PEPEQUILLO”), T-580/08, EU:T:2011:227, 91. punkts, un 2015. gada 7. oktobris, *Panrico/ITSB – HDN Development* (“Krispy Kreme DOUGHNUTS”), T-534/13, nav publicēts, EU:T:2015:751, 60. punkts).
- 40 Tāpat no judikatūras izriet, ka starp preču zīmes reputāciju un tās augstu atšķirtspēju pastāv drīzāk atšķirība pakāpē, nevis raksturā. Proti, tika nospriests, no vienas puses, ka, lai pieņemtu, ka atšķirtspēja ir augstāka par parasto tāpēc, ka preču zīme tirgū sabiedrībai ir pazīstama, ir noteikti nepieciešams, lai šī preču zīme būtu pazīstama vismaz ievērojamai daļai no konkrētās sabiedrības daļas, un tai nav obligāti jābūt reputācijai Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta (tagad Regulas 2017/1001 8. panta 5. punkts) izpratnē (skat. spriedumu, 2006. gada 12. jūlijs, *Vitakraft-Werke Wührmann/ITSB – Johnson’s Veterinary Products* (“VITACOAT”), T-277/04, EU:T:2006:202, 34. punkts un tajā minētā judikatūra) No otras puses, atsaucoties uz 1999. gada 14. septembra spriedumu *General Motors* (C-375/97, EU:C:1999:408, 26. un 27. punkts), kurā lemts par reputāciju, tika nospriests, ka, faktori,

kuriem ir nozīme, lai novērtētu preču zīmes augstas atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, ir tie paši faktori, kuriem ir nozīme, izvērtējot reputāciju, proti, tostarp preču zīmes tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskais apjoms un ilgums, kā arī uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai veikto ieguldījumu apjoms (spriedums, 2006. gada 12. jūlijs, "VITACOAT", T-277/04, EU:T:2006:202, 35. punkts).

- 41 No minētā izriet, ka Apelācijas padome, izvērtējot, vai agrākajai preču zīmei ir augsta atšķirtspēja, ir pamatoti balstījusies uz elementiem, kurus persona, kas iestājusies lietā, ir izvirzījusi, lai pierādītu šīs preču zīmes reputāciju.
- 42 No apstrīdētā lēmuma izriet – un lietas dalībnieki to atzīst –, ka Apelācijas padome savu secinājumu par agrākās preču zīmes reputāciju Francijā ir balstījusi gan uz apstrīdētā lēmuma 22.–24. punktā izklāstītajiem un analizētajiem pierādījumiem, kurus persona, kas iestājusies lietā, bija iesniegusi, lai pierādītu šo reputāciju, gan uz Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā "CCB"/"CB", kas minēts apstrīdētā lēmuma 25. punktā.
- 43 Prasītāja apstrīd abus šos agrākās preču zīmes reputācijas vērtējuma pamatus.
- 44 Attiecībā uz to pierādījumu vērtējumu, ar kuriem paredzēts pierādīt agrākās preču zīmes reputāciju Francijā, ir jāprecizē, ka prasītāja neapstrīd, ka šie pierādījumi ļauj konstatēt šādu reputāciju attiecībā uz dažiem no 36. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem. Proti, tā tikai kritizē faktu, ka neesot tikuši identificēti attiecīgie 36. klasē ietilpstošie pakalpojumi un ka agrākās preču zīmes augsta atšķirtspēja neesot noteikta attiecībā uz visu šo pakalpojumu kopumu.
- 45 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka agrākās preču zīmes atšķirtspējas vērtējums ir jāveic saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, kas ar šo preču zīmi ir aptverti un kas izraisa sajaukšanas iespēju ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi tāpēc, ka tie ir identiski vai līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, kurus aptver pieteiktā preču zīme. Konkrētajā gadījumā no apstrīdētā lēmuma 7. punkta, kurā šajā ziņā pārņemts Iebildumu nodaļas lēmums, izriet, ka reģistrācijas pieteikumā paredzētie pakalpojumi tika uzskatīti par identiskiem ar agrāko preču zīmi aptvertajiem pakalpojumiem "finanšu lietas, darījumi ar naudu, banku pakalpojumi" (skat. arī apstrīdētā lēmuma 37.–39. punktu), un šis secinājums ir jāapstiprina. Tātad Apelācijas padomei nebija jāizvērtē agrākās preču zīmes augsta atšķirtspēja attiecībā uz visiem ar šo preču zīmi aptvertajiem pakalpojumiem, kas ietilpst 36. klasē. Līdz ar to Apelācijas padome pamatoti – kā tas izriet no apstrīdētā lēmuma (apstrīdētā lēmuma 4., 22. un 23. punkts) un kā to tiesas sēdē apstiprināja EUIPO – pārbaudīja agrākās preču zīmes reputāciju attiecībā uz finanšu lietām, darījumiem ar naudu un banku pakalpojumiem.
- 46 Turklāt prasītāja vienīgi apgalvo, ka iebildumu procesa laikā iesniegtie pierādījumi nepierāda agrākās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz pakalpojumiem "finanšu lietas, darījumi ar naudu, banku pakalpojumi", un šim nolūkam bez citiem precizējumiem atsaucas uz personas, kas iestājusies lietā, apsvērumiem tās iebildumu atbalstam. Taču šādi elementi neliek apšaubīt personas, kas iestājusies lietā, iesniegtos datus attiecībā uz apgrozībā esošo bankas karšu, uz kurām izvietots agrākais grafiskais apzīmējums, skaitu (vairāk par 62 miljoniem 2014. gadā), to darījumu skaitu, kas veikti ar šīm kartēm (vairāk nekā 10 miljardi 2014. gadā), un personas, kas iestājusies lietā, būtisko lomu (dažos dokumentos tā ir norādīta kā "*Groupelement des cartes bancaires CB*") Francijas maksājumu sistēmā un darījumu veikšanā ar karti Francijā; no šiem elementiem Apelācijas padome pamatoti izsecināja agrākās preču zīmes izmantošanas intensitāti attiecībā uz ar to aptvertajiem pakalpojumiem un vajadzīgo tās atpazīstamības pakāpi Francijas konkrētajā sabiedrības daļā, kā arī līdz ar to tās reputāciju Francijā (apstrīdētā lēmuma 22.–24. punkts) (skat. arī šā sprieduma 40. punktu).
- 47 Tādējādi, tā kā šie apstrīdētā lēmuma motīvi paši par sevi vien var pamatot Apelācijas padomes secinājumu attiecībā uz agrākās preču zīmes reputāciju Francijā, kļūdas, kuras varētu tikt pieļautas apstrīdētā lēmuma pamatojumā, kas balstīts uz Apelācijas ceturtās padomes lēmumu lietā "CCB"

/"CB", jebkurā gadījumā neietekmē šo secinājumu. Līdz ar to visu to argumentu kopums, ar ko prasītāja kritizē apstrīdētā lēmuma pamatojumu, kurā ir ietverta atsauce uz minēto lēmumu lietā "CCB"/"CB", katrā ziņā ir jānoraida kā neiedarbīgs.

- 48 No visa iepriekšminētā izriet, ka Apelācijas padome apstrīdētajā lēmumā pareizi ir novērtējusi agrākās preču zīmes atšķirtspēju un ka it īpaši prasītājas izvirzītie argumenti šī iebilduma atbalstam neļauj apšaubīt konstatējumu, saskaņā ar kuru agrākajai preču zīmei ir reputācija Francijā.

Par apzīmējumu līdzību

- 49 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome ir kļūdaini secinājusi, ka pastāv zināma konfliktējošo apzīmējumu vizuāla līdzība, nepamatoti ņemot vērā agrākās preču zīmes reputāciju savā šīs līdzības vērtējumā, analizējot šo agrāko preču zīmi tā, it kā runa būtu par vārdisko preču zīmi "CB", un savā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes pārbaudē koncentrējoties uz tās vārdisko elementu "ccb", neņemot vērā tās grafisko elementu. Turklāt tā uzskata, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, secinot, ka attiecīgie apzīmējumi ir fonētiski līdzīgi tādā pakāpē, kas ir augstāka par vidējo, jo, ņemot vērā tik īsus apzīmējumus, atšķirība, kas veidojas pievienojot vienu burtu, tiktu uzreiz uztverta kā nozīmīga. Līdz ar to, prasītājas ieskatā, ņemot vērā to, ka konceptuālā līdzība neietekmē visaptverošo līdzības vērtējumu, un vizuālās līdzības nozīmīgumu grafisko preču zīmju salīdzinājumā, konkrētajā gadījumā Apelācijas padomei būtu bijis jākonstatē, lielākais, ļoti vāja līdzība starp attiecīgajiem apzīmējumiem.
- 50 Ir jāatgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespējas visaptverošajam vērtējumam, ciktāl runa ir par konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību, ir jābūt balstītam uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus (skat. spriedumu, 2003. gada 14. oktobris, *Phillips-Van Heusen/ITSB – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel* ("BASS"), T-292/01, EU:T:2003:264, 47. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 51 Ir taisnība, kā to pamatoti apgalvo prasītāja, ka ir nepieciešams nošķirt kombinētās preču zīmes elementa atšķirtspējas vērtējumu, kas saistīts ar šī elementa spēju dominēt preču zīmes radītajā kopējā iespaidā, un agrākās preču zīmes atšķirtspējas analīzi, kas ir saistīta ar šādai preču zīmei piešķirtās aizsardzības apjomu. Kombinētās preču zīmes elementa atšķirtspēja tiek analizēta no apzīmējumu līdzības vērtēšanas posma, bet agrākās preču zīmes atšķirtspējas pakāpe ir viens no elementiem, kurš ir jāņem vērā sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā (šajā nozīmē skat. rikojumu, 2006. gada 27. aprīlis, *L'Oréal/ITSB*, C-235/05 P, nav publicēts, EU:C:2006:271, 43. punkts, un 2011. gada 24. marts, *Ferrero/ITSB*, C-552/09 P, EU:C:2016:177, 58. punkts). Turklāt, ja preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tā ir attiecināma uz visu preču zīmi kopumā, nevis automātiski uz visiem elementiem, no kuriem tā sastāv (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2014. gada 3. decembris, *Max Mara Fashion Group/ITSB – Mackays Stores* ("M & Co."), T-272/13, nav publicēts, EU:T:2014:1020, 61. punkts, un 2017. gada 14. jūlijs, *Certified Angus Beef/EUIPO – Certified Australian Angus Beef* ("CERTIFIED AUSTRALIAN ANGUS BEEF"), T-55/15, nav publicēts, EU:T:2017:499, 22. punkts).
- 52 Taču nevar izslēgt, ka preču zīmes augstā atšķirtspēja varētu tikt ņemta vērā, lai ar detalizētās analīzes palīdzību noteiktu kāda šīs preču zīmes elementa atšķirtspēju. Proti, apzīmējuma augstai atšķirtspējai un *a fortiori* tā reputācijai varētu būt nozīme, nosakot attiecīgā apzīmējuma elementa atšķirtspēju, ciktāl plaša informētība par saikni starp aptvertajām precēm vai pakalpojumiem un konkrēto uzņēmumu, kas nodibināta ar šo apzīmējumu, var ietekmēt to, kā tiek uztvertas attiecības starp dažādiem attiecīgā apzīmējuma elementiem, it īpaši kāda viena elementa lielāku atšķirtspēju nekā citiem.
- 53 Ir taisnība, ka 2015. gada 12. novembra spriedumā *CEDC International/ITSB – Fabryka Wódek Polmos Łańcut* ("WISENT") (T-449/13, nav publicēts, EU:T:2015:839, 65. punkts), uz ko prasītāja atsauca savos procesuālajos rakstos, kā arī tiesas sēdē, Vispārējā tiesa atgādināja, ka agrākās preču zīmes

atšķirtspēja vai tās reputācija patiešām paši par sevi ir atbilstoši faktori, izvērtējot sajaukšanas iespējas esamību (skat. arī šā sprieduma 51. punktu). Tomēr no minētā sprieduma nevar secināt, ka būtu aizliegts ņemt vērā agrākās preču zīmes augstu atšķirtspēju vai reputāciju, lai veiktu tās sastāvā esošo elementu atšķirtspējas noteikšanu, kas tiek veikta apzīmējumu līdzības vērtējuma mērķiem (skat. šā sprieduma 50. punktu). Tas tā ir vēl jo vairāk tāpēc, ka 2015. gada 12. novembra spriedumā “WISENT” (T-449/13, nav publicēts, EU:T:2015:839, 66. punkts) Vispārējā tiesa pati atstāja atvērtu iespēju ņemt vērā šo aspektu, jo tā vienīgi norādīja, ka minētās lietas apstākļos EUIPO nebija pienākuma ņemt vērā agrākās preču zīmes augsto atšķirtspēju vai reputāciju apzīmējumu salīdzināšanā.

- 54 Tādējādi aplūkojamajā gadījumā Apelācijas padome varēja, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā, balstīties uz agrākās preču zīmes reputāciju Francijā un līdz ar to uz plašo informētību par saikni, kas pastāv starp šo preču zīmi un *Groupement des cartes bancaires* bankas kartēm, uz kurām izvietots akronīms “CB”, lai no tā pamatoti secinātu, ka konkrētā sabiedrības daļa šajā dalībvalstī uztvertu agrāko preču zīmi kā vārdisku elementu, ko veido akronīms “CB” (apstrīdētā lēmuma 30. punkts).
- 55 Tātad katrā ziņā nav nozīmes tam, ka iepriekšējā lēmumā (2004. gada 15. novembra lēmums lietā R 149/2004-1) Apelācijas pirmā padome, balstoties uz attiecīgo teritoriju, kurā nebija iekļauta Francija, un neņemot vērā agrākās preču zīmes reputāciju, kas attiecīgajā lietā bija preču zīmes reģistrācijas pieteikuma priekšmets, ir secinājusi, ka konkrētā sabiedrības daļa neuztvertu šo preču zīmi kā lielo burtu “C” un “B” attēlojumu.
- 56 Turklāt ir jānorāda, ka no agrākās preču zīmes reputācijas Francijā secinot, ka konkrētā sabiedrības daļa šajā dalībvalstī to uztvertu kā akronīmu “CB”, Apelācijas padome ir izdarījusi šo secinājumu tikai pilnības labad, kā par to liecina apstākļa vārda “turklāt” lietošana, pēc tam, kad tā bija izskaidrojusi, kā preču zīmes stilizācija varētu tikt uztverta kā vārdisku elementu “CB” veidojoša (apstrīdētā lēmuma 30. punkts).
- 57 Taču, izņemot vienu argumentu, kas attiecas uz šā sprieduma 55. punktā minēto lēmumu un kas noraidīts šajā paša punktā, prasītāja neizvirza nevienu argumentu, kas varētu likt apšaubīt šo pēdējo analīzi.
- 58 Līdz ar to Apelācijas padome ir pareizi veikusi konfliktējošo apzīmējumu salīdzinājumu, pamatojoties galvenokārt uz agrākās preču zīmes vārdisko elementu “cb”.
- 59 Tāpat Apelācijas padome – turklāt nebalstoties uz judikatūru, saskaņā ar kuru preču zīmes vārdiskam elementam principā piemīt lielāka atšķirtspēja nekā grafiskam elementam, ja preču zīme sastāv no vārdiskiem un grafiskiem elementiem, un kuru kritizējusi prasītāja – pamatoti uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējīgais un dominējošais elements, kas būtu galvenokārt jāsalīdzina ar agrāko preču zīmi, ir vārdiskais elements “ccb”.
- 60 Proti, pretēji tam, ko būtībā apgalvo prasītāja, reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafiskais elements nav nedz dominējošs, nedz atšķirtspējīgs šīs preču zīmes elements. No vienas puses, tas reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē nedominē nedz ar savu izmēru, kas ir tikpat liels kā vārdiskajam elementam, nedz ar savu izvietojumu preču zīmē. Tieši pretēji, kā Apelācijas padome pamatoti norādījusi apstrīdētā lēmuma 31. punktā, sava izvietojuma dēļ – zem vārdisko elementu veidojošā otrā lielā burta “C” – tas uzsver šo burtu, vēl jo vairāk tāpēc, ka tas var tikt uztverts kā stilizēts burts “c”. No otras puses, ņemot vērā konkrēto sabiedrības daļu šajā lietā un EUIPO teikto, reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafiskais elements nevarētu tikt saprasts kā tāds, kas nozīmē ķīniešu vārdkopu, ko tas it kā simbolizē. Ņemot vērā vienkāršās ģeometriskās formas, no kurām tas sastāv, proti, kvadrāts apļa iekšpusē, tas būtu drīzāk uztverts kā vārdiskā elementa “CCB” apdare; attiecībā uz pēdējo minēto elementu var norādīt, ka to veido prasītājas nosaukuma iniciāļi un ka tātad tas norāda uz attiecīgo pakalpojumu izcelsmi attiecīgajā uzņēmumā, un šis fakts ir raksturīgs atšķirtspējas jēdzienam.

- 61 No minētā izriet, ka, no vizuāla aspekta raugoties, Apelācijas padome ir pareizi secinājusi zināmu līdzību starp konfliktējošiem apzīmējumiem. Proti, ņemot vērā apzīmējumu atšķirtspējīgus elementus, kādi tie ir noteikti šī sprieduma 54. un 60. punktā, ir jāsecina, ka līdzības elementi, kas saistīti ar kopīgu lielo burtu grupu “CB”, nav atsvērti ar atšķirībām, kas izriet no tā, ka reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ir pievienots lielais burts “C” un ka šiem diviem apzīmējumiem ir atšķirīgi grafiski elementi.
- 62 Tāpat, fonētiskā ziņā, Apelācijas padome pareizi secināja augstu līdzības pakāpi starp konfliktējošiem apzīmējumiem. Proti, ņemot vērā arī apzīmējumu atšķirtspējīgus elementus un to izrunu – burtu pa burtam –, kā tam piekrīt arī prasītāja, ir jāsecina, ka abi apzīmējumi tiek izrunāti ļoti līdzīgi un tikai burts “c” tiek atkārtots, izrunājot reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vārdisko elementu. Pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, šāds atkārtojums traucē šo gadījumu salīdzināt ar gadījumu, kurā tiktu pievienots kāds trešais burts, kas būtu atšķirīgs no konfliktējošajiem apzīmējumiem kopīgiem diviem burtiem. Turklāt ir jāprecizē – tāpat pretēji prasītājas apgalvojumiem –, ka Apelācijas padome nekādi nav pamatojusies uz agrākās preču zīmes reputāciju, lai secinātu, ka burta “c” atkārtojums reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē varētu tikt uztverts kā kļūda izrunā (apstrīdētā lēmuma 34. punkts).
- 63 Līdz ar to, ņemot turklāt vērā neiespējamību veikt konceptuālu salīdzinājumu, ko prasītāja neapstrīd, Apelācijas padome pamatoti secināja konfliktējošo apzīmējumu līdzību.
- 64 Pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, situācija nemainītos arī tad, ja vizuālajam salīdzinājumam būtu piešķirta lielāka nozīme, jo no šī sprieduma 61. punkta izriet, ka Apelācijas padome ir pareizi secinājusi konfliktējošo apzīmējumu zināmu vizuālo līdzību.

Par sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu

- 65 Prasītāja uzskata, ka, ņemot vērā Apelācijas padomes pieļautās kļūdas agrākās preču zīmes atšķirtspējas vērtējumā un attiecīgo apzīmējumu salīdzināšanā, tā ir kļūdaini uzskatījusi, ka konkrētajā gadījumā pastāv sajaukšanas iespēja. Prasītāja piebilst, ka Apelācijas padome, no vienas puses, ir kļūdaini nolēmusi veikt visaptverošu sajaukšanas iespējas vērtējumu, uzskatot šādu iespējas esamību par konstatētu, un, no otras puses, ir kļūdaini ņēmusi vērā atziņu, ka 36. klasē ietilpstošie pakalpojumi regulāri netiek izmantoti.
- 66 Ir jāatgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespējas visaptverošs vērtējums paredz zināmu savstarpēju saistību starp vērā ņemamiem faktoriem un it īpaši starp preču zīmju līdzību un ar tām apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību. Piemēram, aptverto preču vai pakalpojumu vāja līdzība var tikt kompensēta ar preču zīmju augsto līdzības pakāpi, un otrādi (spriedumi, 1998. gada 29. septembris, *Canon*, C-39/97, EU:C:1998:442, 17. punkts, un 2006. gada 14. decembris, “VENADO” ar rāmi u.c., T-81/03, T-82/03 un T-103/03, EU:T:2006:397, 74. punkts).
- 67 Konkrētajā gadījumā Apelācijas padome, ņemot vērā iepriekšminēto (skat. it īpaši šī sprieduma 48. un 63. punktu), no attiecīgo pakalpojumu identiskuma, ko prasītāja neapstrīd, no agrākās preču zīmes reputācijas Francijā un no konfliktējošo preču zīmju līdzības pareizi izsecināja sajaukšanas iespējas esamību (apstrīdētā lēmuma 39. un 40. punkts).
- 68 Ir jāpiebilst, ka šo secinājumu nevar atspēkot ar kritiku, kas vērsta pret Apelācijas padomes atziņu par 36. klasē ietilpstošo pakalpojumu regulārās izmantošanas neesamību. Proti, pat ja tiktu pieņemts, kā to apgalvo prasītāja, ka Apelācijas padome kļūdaini konstatējusi, ka šie pakalpojumi nebija regulāri izmantojami, un kļūdaini ņēmusi vērā šo regulārās izmantošanas neesamību, ir jāatgādina, ka šis konstatējums tikai apstiprina – pilnības labad izvirzītā motīva ietvaros – vispārīgo tēzi, ka konkrētā sabiedrības daļa saglabā atmiņā preču zīmju nepilnīgu attēlu (skat. šā sprieduma 28. punktu), kuru prasītāja turklāt neapstrīd.

- 69 Turklāt pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, Apelācijas padome savu secinājumu par sajaukšanas iespējas esamību nav izdarījusi, pamatojoties uz pieņēmumu, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana gandrīz neizbēgami radītu sajaukšanas iespēju, kuru ļautu izslēgt tikai izteiktākas atšķirības starp apzīmējumiem un pakalpojumiem vai agrākās preču zīmes mazāka atšķirtspēja. Šis arguments ir balstīts uz kļūdainu apstrīdētā lēmuma 39. punkta lasījumu. Minētajā punktā norādot, ka atšķirības starp apzīmējumiem un konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpe neļauj izvairīties no sajaukšanas riska, kas izriet no pakalpojumu identiskuma, agrākās preču zīmes reputācijas un apzīmējumu līdzības, Apelācijas padome nav balstījies uz šādu pieņēmumu, bet ir vienkārši veikusi sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu, kurā tostarp ir noskaidrojams, vai lielākas līdzības faktori būtu vai nebūtu kompensēti ar mazākās līdzības faktoriem vai ar atšķirības faktoriem (skat. šā sprieduma 66. punktu).
- 70 Tādēļ ir jānoraida prasības pamats saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un attiecīgi prasība kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 71 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta)

nospiež:

1) Prasību noraidīt.

2) *China Construction Bank Corp.* atlīdzina tiesāšanās izdevumus

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2018. gada 6. decembrī.

[Paraksti]