Samling af Afgørelser

RETTENS DOM (Anden Afdeling)

24. september 2019*

[Som berigtiget ved kendelse af 30. januar 2020]

»EU-varemærker – ugyldighedssag – EU-ordmærket Crédit Mutuel – absolutte registreringshinderinger – beskrivende karakter – mangel på fornødent særpræg – fornødent særpræg opnået ved brug – kontrasøgsmål – artikel 7, stk. 1, litra b) og c), og artikel 7, stk. 3, i forordning (EU) 2017/1001 – artikel 59, stk. 1, litra a), og artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001«

I sag T-13/18,

Crédit Mutuel Arkéa, Relecq Kerhuon (Frankrig), ved advokaterne A. Casalonga, F. Codevelle og C. Bercial Arias,

sagsøger,

mod

Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) ved D. Hanf, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

den anden part i sagen for appelkammeret ved EUIPO og intervenient ved Retten:

Confédération nationale du Crédit mutuel, Paris (Frankrig), ved advokaterne B. Moreau-Margotin og M. Merli,

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 8. november 2017 af Femte Appelkammer ved EUIPO (sag R 1724/2016-5) vedrørende en ugyldighedssag mellem Crédit Mutuel Arkéa og Confédération nationale du Crédit mutuel,

har

RETTEN (Anden Afdeling),

sammensat af afdelingsformanden, M. Prek, og dommerne E. Buttigieg (refererende dommer) og B. Berke,

justitssekretær: ekspeditionssekretær J. Palacio González,

* Processprog: fransk.

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 15. januar 2018,

under henvisning til EUIPO's svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 29. marts 2018,

under henvisning til intervenientens svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 29. marts 2018,

under henvisning til intervenientens kontrasøgsmål, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 29. marts 2018,

under henvisning til sagsøgernes svarskrift vedrørende kontrasøgsmålet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 2. august 2018,

under henvisning til EUIPO's svarskrift vedrørende kontrasøgsmålet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 29. maj 2018,

under henvisning til Rettens skriftlige spørgsmål til parterne og parternes svar på disse spørgsmål, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 1. og den 4. februar 2019,

og efter retsmødet den 26. februar 2019,

afsagt følgende

Dom

Tvistens baggrund

1 Sagsøgeren, Crédit Mutuel Arkéa, er en kooperativ andelsbank.

2 Sagsøgeren indgår i Crédit Mutuel-koncernen, der er en gruppe af andelsbanker, som er organiseret på tre niveauer (lokalt, regionalt og nationalt) (herefter »Crédit Mutuel-koncernen«). Hver enkelt lokale Crédit Mutuel-kasse skal være tilknyttet en regional sammenslutning, og hver enkelt regionale sammenslutning skal være tilknyttet intervenienten, Confédération nationale du Crédit mutuel (Crédit Mutuels landssammenslutning, herefter »CNCM«), som er nettets centralorgan i henhold til artikel L.512-55 og L.512-56 i code monétaire et financier français (den franske lov om valuta og finanser, herefter »CMF«). De banker, der indgår i Crédit Mutuel-koncernen, har hovedsageligt organiseret sig i to selvstændige og konkurrerende koncerner, nemlig Crédit Mutuel Arkéa og CM11-CIC.

3 Den 5. maj 2011 indgav intervenienten en ansøgning om registrering af et EU-varemærke til Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26. februar 2009 om EU-varemærker (EUT 2009, L 78, s. 1), med senere ændringer (erstattet af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/1001 af 14.6.2017 om EU-varemærker (EUT 2017, L 154, s. 1)).

4 Det varemærke, der blev søgt registreret, er ordtegnet Crédit Mutuel.

5 De varer og tjenesteydelser, der var omfattet af registreringsansøgningen, henhørte bl.a. under klasse 9, 16, 35, 36, 38, 42 og 45 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret.

6 Tegnet Crédit Mutuel blev registreret som individuelt EU-varemærke den 20. oktober 2011 under nr. 9943135 bl.a. for de varer og tjenesteydelser, der er nævnt i præmis 5 ovenfor.

7 Den 26. februar 2015 indgav sagsøgeren begæring om, at det anfægtede varemærke skulle erklæres ugyldigt for samtlige de varer og tjenesteydelser, for hvilke det var blevet registreret, bl.a. i henhold til artikel 52, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009 [nu artikel 59, stk. 1, litra a), i forordning 2017/1001], med den begrundelse, at dette varemærke var blevet registreret i strid med artikel 7, stk. 1, litra b) og c), i forordning nr. 207/2009 [nu artikel 7, stk. 1, litra b) og c), i forordning 2017/1001].

8 Ved afgørelse af 11. august 2016 forkastede annullationsafdelingen ugyldighedsbegæringen i sin helhed, idet den var af den opfattelse, dels at det anfægtede varemærke var beskrivende for en del af de omfattede varer og tjenesteydelser, men at det for disse varer og tjenesteydelser havde opnået fornødent særpræg ved brug, dels at dette varemærke ikke var beskrivende for de andre varer og tjenesteydelser, der ikke henhørte under bankområdet.

9 Den 20. september 2016 indgav sagsøgeren en klage til EUIPO i henhold til artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009 (nu artikel 66-71 i forordning 2017/1001) over annullationsafdelingens afgørelse, idet sagsøgeren dels var af den opfattelse, at det anfægtede varemærke ikke var beskrivende for visse varer og tjenesteydelser, dels konkluderede, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug for de varer og tjenesteydelser, for hvilke det var blevet anset for beskrivende.

10 Intervenienten anmodede i sit svar af 16. februar 2017 appelkammeret om at afslå klagen og at annullere annullationsafdelingens afgørelse, for så vidt som annullationsafdelingen havde fundet, at det anfægtede varemærke var beskrivende for visse varer og tjenesteydelser.

11 Ved afgørelse af 8. november 2017 (herefter »den anfægtede afgørelse«) afslog Femte Appelkammer ved EUIPO klagen.

12 For det første fandt appelkammeret i lighed med annullationsafdelingen, at den relevante kundekreds bestod dels af den brede offentlighed, der var almindeligt opmærksom og velunderrettet, dels af erhvervsdrivende, i det mindste for så vidt angik de tekniske eller specialiserede varer og tjenesteydelser. Hvad angik visse tjenesteydelser, såsom tjenesteydelser inden for finansiering eller fast ejendom, der efter appelkammerets opfattelse kunne have betydelige økonomiske konsekvenser for brugerne af disse ydelser, fandt appelkammeret endvidere, at de forbrugere, der tilhørte den brede offentlighed, havde et højt opmærksomhedsniveau. Appelkammeret præciserede desuden, at eftersom det anfægtede varemærke var sammensat af franske ord, var den relevante forbruger, der skulle tages i betragtning, den franske forbruger.

13 For det andet fandt appelkammeret, at udtrykket »crédit mutuel« udgjorde en henvisning til en form for bankvirksomhed, der drives af andelsbanker, hvis aktiviteter »[svarer] til de aktiviteter, som de såkaldte »klassiske« banker udøver, selv om de ikke [forfølger] det samme mål, nemlig at opnå økonomisk gevinst«. Appelkammeret var derfor af den opfattelse, at for så vidt som det anfægtede varemærke angav, at de varer og tjenesteydelser, som det omfattede, vedrørte udøvelsen af bankvirksomhed, var det beskrivende for disse varer og tjenesteydelsers art, genstand og anvendelse.

14 For det tredje fandt appelkammeret, idet det anførte en samlet begrundelse for hver gruppe af varer og tjenesteydelser, at det anfægtede varemærke var beskrivende og manglede fornødent særpræg i forhold til de følgende varer og tjenesteydelser (herefter »de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori«), for så vidt som disse varer og tjenesteydelser havde en tilstrækkelig direkte og tæt forbindelse til bankområdet:

– klasse 9: »automatiske apparater, der aktiveres ved indførelse af et bankkort, seddelautomater; bankkort; chipkort, særlig hukommelseskort, mikroprocessorkort, magnetiske kort eller chipkort indeholdende forudbetalte enheder«

– klasse 35: »rådgivning, information eller bistand ved forretningsanliggender, bistand til industri- eller handelsvirksomheder, liberale erhverv, håndværkere, kommuner og private i forbindelse med forretningsledelse; forretningsrådgivning; økonomiske analyser, vurderinger, informationer og prognoser; økonomiske, statistiske og forretningsmæssige oplysninger om finans-, penge- og børsmarkedet, der bl.a. er tilgængelige via telematik, edb-net, internettet, intranet og ekstranet; abonnementer til et sikret websted, der gør det muligt at få adgang til bankinformation, personlig økonomi; administration af arkiver, databaser og databanker samt elektroniske fagbøger på bank-, finans-, penge- og børsmarkedet; administration af finansielle produkter, porteføljer og børspapirer, forvaltning af porteføljer ved mandat; revision og bogføring«

– klasse 36: »finansiel virksomhed; valutarisk virksomhed; bankforretninger; onlinebanking; styring af bankkonti; forvaltning af porteføljer; tjenesteydelser vedrørende kredit- og debetkort; mæglervirksomhed vedrørende værdipapirer; finansielle vurderinger (bankvirksomhed), skatterådgivning og -ekspertise; gældsinddrivelse; factoring; udstedelse af rejsechecks og remburser; finansiel virksomhed, bankvirksomhed, valutavirksomhed og børsmæglervirksomhed via telefonnet og edb-net; modtagelse, udførelse og udsendelse af ordrer for tredjemand (emittenter og investorer) via en eller flere finansielle instrumenter; finansiel forvaltning af porteføljer; finansielle analyser vedrørende markedskurser, valuta- og aktiehandel; informationsvirksomhed, finansiel og bankmæssig rådgivningsvirksomhed; information og rådgivning vedrørende investeringer og finansielle anbringelser; investeringer og finansielle anbringelser; vekselkontorer, opbevaring af værdigenstande, opbevaring i bankbokse; forvaltning af formuer; lånevirksomhed; leasing; opsparingsvirksomhed; operationer og transaktioner på finansmarkederne; overførsel af midler; beskyttet betaling; udstedelse og forvaltning af aktier, obligationer og OPCVM; bankoplysninger, finansielle og valutariske oplysninger, der særlig er tilgængelige via telefoni, telematik, computernetværk, internettet, intranet og extranet«.

15 Appelkammeret fandt i lighed med annullationsafdelingen imidlertid, at intervenienten i henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 havde ført bevis, der godtgjorde, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori.

16 For det fjerde fandt appelkammeret, at det anfægtede varemærke ikke var beskrivende og havde fornødent særpræg for de følgende varer og tjenesteydelser (herefter »de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori«), for så vidt som disse varer og tjenesteydelser ikke havde en tilstrækkelig specifik, direkte, tæt og klar forbindelse til bankområdet:

– klasse 9: »automatiske apparater, der aktiveres ved indførelse af en mønt eller en jeton; magnetiske, digitale og optiske databærere, cd-rommer, videodiske; computersoftware, bl.a. software til databehandling, onlinenyhedsbreve«

– klasse 16: »tryksager; bøger; magasiner; blade; aviser; foldere af papir, prospekter af papir, plakater, kalendere, mærkater, reklamemateriale, formularer; nyhedsbreve og abonnementtryksager«

– klasse 36: »forsikringsvirksomhed; ejendomsmæglervirksomhed; pensionskasser; forsikringsmæglervirksomhed, finansielle vurderinger (forsikrings- og ejendomsmæglervirksomhed), forvaltning af formue eller fast ejendom; finansiel sponsorering«

– klasse 38: »transmission og spredning af data; transmission af informationer, der er tilgængelige via databaser og edb- eller telematikdatabaseservere; transmission af data, der er tilgængelige med adgangskode til databaser og til edb- og telematikdatabaseservere«

– klasse 42: »sikret download af data, lyd eller billeder«

– klasse 45: »juridisk bistand; mæglervirksomhed; forsikringsvirksomhed til beskyttelse af ejendele og personer«.

Retsforhandlinger og parternes påstande

17 Ved stævning indleveret til Rettens Justitskontor den 15. januar 2018 har sagsøgeren anlagt den foreliggende sag.

18 Sagsøgeren har i det væsentlige nedlagt følgende påstande:

– Den anfægtede afgørelse annulleres delvist.

– Kontrasøgsmålet forkastes.

– EUIPO og intervenienten tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

19 EUIPO har nedlagt følgende påstande:

– Frifindelse.

– Kontrasøgsmålet forkastes.

– Sagsøgeren og intervenienten tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

20 Intervenienten har nedlagt følgende påstande:

– EUIPO frifindes.

– Kontrasøgsmålet tages til følge, og det fastslås, at det anfægtede varemærke ikke er beskrivende, og at det derfor er gyldigt.

– Sagsøgeren tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

Retlige bemærkninger

Om formaliteten

Om genstanden for hovedsagen

21 Som svar på et skriftligt spørgsmål fra Retten, og henset til EUIPO's argument om, at søgsmålet ikke kan antages til realitetsbehandling, for så vidt som det vedrører »plakater, kalendere, mærkater« henhørende under klasse 16, har sagsøgeren anført, at søgsmålet ikke vedrører disse varer. Dette tages til efterretning.

22 Hvad angår »bankvirksomhed« henhørende under klasse 36 har sagsøgeren i stævningen i øvrigt gjort gældende, at det anfægtede varemærke skal erklæres ugyldigt i forhold til disse tjenesteydelser, idet ordene »crédit mutuel« udgør en almindelig betegnelse, men i Frankrig også en juridisk betegnelse, for en form for bankydelse, og idet det anfægtede varemærke derfor mangler fornødent særpræg og i det mindste er beskrivende for den nævnte »bankvirksomhed«.

23 EUIPO har anført, at et sådant klagepunkt ikke kan antages til realitetsbehandling, idet sagsøgeren, når der henses til appelkammerets konklusion, således som denne er gengivet i præmis 14 ovenfor, har til formål at opnå en stadfæstende dom ved Retten.

24 [Som berigtiget ved kendelse af 30. januar 2020] Som svar på et skriftligt spørgsmål fra Retten har sagsøgeren anført, at andelsbanken inden for rammerne af den foreliggende sag ikke har bestridt appelkammerets konklusion om, at det anfægtede varemærke er beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, som »bankvirksomhed« i klasse 36 henhører under, men udelukkende konklusionen om, at dette varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug for disse varer og tjenesteydelser. Dette tages til efterretning.

Om genstanden for kontrasøgsmålet

25 EUIPO har anført, at intervenienten med kontrasøgsmålet har nedlagt påstand om, at det fastslås, at det anfægtede varemærke ikke er beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, og at det derfor er gyldigt. En sådan påstand, hvorved intervenienten forsøger at opnå en anerkendelsesdom ved Retten, skal afvises fra realitetsbehandling.

26 Kontrasøgsmålet kan udelukkende antages til realitetsbehandling, såfremt Retten er villig til at fortolke intervenientens påstand således, at den i virkeligheden tilsigter at opnå en omgørelse af den anfægtede afgørelse med henblik på, at der også meddeles afslag på den i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 fremsatte ugyldighedsbegæring for så vidt angår de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, i hvilken forbindelse appelkammeret konkluderede, at det anfægtede varemærke var beskrivende.

27 Intervenienten har i sin skrivelse af 4. september 2018, hvori sammenslutningen anmodede om afholdelse af retsmøde, oplyst, at dens påstand har til formål at opnå en omgørelse af den anfægtede afgørelse, for så vidt som denne afgørelse er baseret på et fejlagtigt argument om, at det anfægtede varemærke er beskrivende i sig selv.

28 Som svar på et spørgsmål fra Retten anførte sagsøgeren og EUIPO i retsmødet, at de ikke ønskede at fremsætte indsigelser mod, at kontrasøgsmålet forstås således, at det vedrører omgørelse af den anfægtede afgørelse, hvilket er blevet tilført retsmøderapporten.

29 Det skal bemærkes, at intervenienten med en sådan påstand ikke nødvendigvis kun har anmodet om, at den anfægtede afgørelse omgøres, men også, at den annulleres (jf. i denne retning dom af 27.2.2014, Advance Magazine Publishers mod KHIM – Nanso Group (TEEN VOGUE), T-509/12, EU:T:2014:89, præmis 16 og den deri nævnte retspraksis), hvilket i øvrigt kan udledes af fremstillingen af det eneste anbringende i kontrasøgsmålet, der i det væsentlige vedrører tilsidesættelse af artikel 59, stk. 1, litra a), i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c).

Om formaliteten med hensyn til visse bilag til stævningen

30 EUIPO trak i retsmødet sin indsigelse mod, at bilagene A.47 og A.49 til stævningen antages til realitetsbehandling, tilbage, hvilket er blevet tilført retsmøderapporten.

Om realiteten

31 Sagsøgeren har til støtte for søgsmålet fremsat tre anbringender. Det første anbringende vedrører i det væsentlige tilsidesættelse af artikel 59, stk. 1, litra a), i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c). Det andet og det tredje anbringende vedrører i det væsentlige tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 3.

32 Intervenienten har inden for rammerne af kontrasøgsmålet, der er indgivet i henhold til artikel 182 i Rettens procesreglement, fremsat et eneste anbringende, der i det væsentlige vedrører tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c).

33 For så vidt som intervenienten med kontrasøgsmålets eneste anbringende har anfægtet appelkammerets konklusion om, at det anfægtede varemærke er beskrivende og således mangler fornødent særpræg i forhold til de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, skal dette anbringende undersøges som det første. Der skal derefter for det andet foretages en undersøgelse af det første anbringende i hovedsagen, der vedrører tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c), og, for det tredje, en samlet undersøgelse af det andet og det tredje anbringende i hovedsagen, for så vidt som de i det væsentlige vedrører tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 3.

Om kontrasøgsmålets eneste anbringende, der i det væsentlige vedrører tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c)

34 Intervenienten har i det væsentlige gjort gældende, at det anfægtede varemærke ikke er beskrivende og derfor har fornødent særpræg i forhold til de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori.

35 For det første har intervenienten anfægtet, at udtrykket »crédit mutuel« har den betydning for den relevante kundekreds, som appelkammeret har fastslået.

36 Intervenienten har i denne forbindelse først anført, at ordbogen *Larousse*, ikke indeholder en definition af udtrykket »crédit mutuel«, men at dette udtryk i den nævnte ordbog henviser til organiseringen af Crédit Mutuel-nettet, for hvilket intervenienten er det centrale organ.

37 Disse ord udgør endvidere ikke en almindelig betegnelse for en vare eller en bankydelse, for så vidt som de ikke betegner en særlig form for bankydelse, men af den relevante kundekreds opfattes som et kendetegn, der gør det muligt at identificere de varer og tjenesteydelser, der er forsynet med dette kendetegn, som hidrørende fra CNCM eller Crédit Mutuel-nettet.

38 For det andet er intervenienten af den opfattelse, at den omstændighed, at de nævnte ord er anvendt i CMF, imidlertid ikke tillægger dem en almindelig karakter således, at de generelt betegner andelsbanker eller disses bankvirksomhed, idet bestemmelserne i CMF viser, dels at der ikke er givet en præcis definition af udtrykket »crédit mutuel«, og at det udelukkende er anvendt med henvisning til CNCM og til nettet af Crédit mutuel-kasser, dels at dette udtryk er forbeholdt CNCM og denne sammenslutnings medlemmer.

39 For det tredje har intervenienten anført, at de historiske teorier om mutualisme ikke har nogen betydning for, hvorledes den relevante kundekreds opfatter det anfægtede varemærke, og at det anfægtede varemærke hverken direkte eller umiddelbart leder tanken hen på en form for andelsorganisation, når der henses til de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af kontrasøgsmålet.

40 Sagsøgeren og EUIPO har anfægtet intervenientens argumenter og har påstået kontrasøgsmålets eneste anbringende forkastet.

41 Som det fremgår af præmis 27 og 29 ovenfor, har intervenienten nedlagt påstand om, at Retten annullerer og omgør den anfægtede afgørelse, idet denne afgørelse efter intervenientens opfattelse er baseret på et fejlagtigt argument om, at det anfægtede varemærke er beskrivende i sig selv.

42 Det skal i denne forbindelse først bemærkes, at det fremgår af artikel 59, stk. 1, litra a), i forordning 2017/1001, at et EU-varemærke erklæres ugyldigt efter indgivelse af begæring herom til EUIPO, når det er registreret i strid med bestemmelserne i denne forordnings artikel 7.

43 Det fremgår af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001, at »varemærker, som udelukkende består af tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelsen eller andre egenskaber ved disse«, er udelukket fra registrering.

44 Det fremgår af fast retspraksis, at artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 forfølger det mål af almen interesse, at de angivelser og tegn, der beskriver egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, for hvilke der ansøges om registrering, frit skal kunne bruges af alle. Denne bestemmelse er derfor til hinder for, at sådanne tegn og angivelser forbeholdes en enkelt virksomhed på grund af deres registrering som varemærke (jf. dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 31 og den deri nævnte retspraksis).

45 Endvidere anses tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne egenskaberne ved den vare eller tjenesteydelse, for hvilken der ansøges om registrering, i medfør af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 for uegnede til at opfylde varemærkets væsentligste funktion, nemlig at angive varens eller tjenesteydelsens handelsmæssige oprindelse, således at forbrugeren, der erhverver den vare eller tjenesteydelse, som varemærket betegner, ved en senere erhvervelse kan gentage oplevelsen, hvis den er positiv, eller undgå den, hvis den er negativ (jf. dom af 12.6.2007, MacLean-Fogg mod KHIM (LOKTHREAD), T-339/05, ikke trykt i Sml., EU:T:2007:172, præmis 28 og den deri nævnte retspraksis).

46 Det følger heraf, at det, for at et tegn er omfattet af forbuddet i den bestemmelse, der er nævnt i præmis 43 ovenfor, er nødvendigt, at det har en tilstrækkelig direkte og konkret forbindelse til de omhandlede varer eller tjenesteydelser til, at den berørte kundekreds straks og uden yderligere overvejelse kan opfatte det som en beskrivelse af de omhandlede varer eller tjenesteydelser eller af en af deres egenskaber (jf. dom af 12.6.2007, LOKTHREAD, T-339/05, ikke trykt i Sml., EU:T:2007:172, præmis 29 og den deri nævnte retspraksis).

47 Det skal i denne forbindelse præciseres, at EU-lovgiver, ved i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 at anvende begreberne »art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelsen eller andre egenskaber ved disse«, for det første har anført, at disse begreber alle skal betragtes som varernes eller tjenesteydelsernes egenskaber, og for det andet har påpeget, at denne liste ikke er udtømmende, idet der ligeledes kan tages hensyn til enhver anden af varernes eller tjenesteydelsernes egenskaber (dom af 10.3.2011, Agencja Wydawnicza Technopol mod KHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, præmis 49).

48 Lovgivers valg af begrebet »egenskab« understreger den omstændighed, at de tegn, der er henvist til i denne bestemmelse, kun er sådanne, der kan anvendes til at betegne en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, for hvilke der ansøges om registrering, som er let genkendelig for den relevante kundekreds. Et tegn kan kun afvises fra registrering på baggrund af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001, såfremt det med rimelighed kan antages, at det rent faktisk vil blive opfattet af den

relevante kundekreds som en beskrivelse af en af disse egenskaber (jf. i denne retning dom af 10.3.2011, Agencja Wydawnicza Technopol mod KHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, præmis 50 og den deri nævnte retspraksis).

49 Endelig skal det bemærkes, at spørgsmålet om, hvorvidt et tegn er beskrivende, kun kan vurderes dels i forhold til, hvordan den berørte kundekreds opfatter tegnet, dels i forhold til de pågældende varer eller tjenesteydelser (jf. dom af 12.6.2007, LOKTHREAD, T-339/05, ikke trykt i Sml., EU:T:2007:172, præmis 32 og den deri nævnte retspraksis).

50 Det skal derfor undersøges, om det var med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelse fandt, at ordtegnet Crédit Mutuel ud fra den relevante kundekreds' synspunkt var beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori.

51 Hvad for det første angår fastlæggelsen af den relevante kundekreds skal det konstateres, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 39 og 40 fandt, at de varer og tjenesteydelser, der var omfattet af det anfægtede varemærke, ikke kun henvendte sig til den brede offentlighed, der var almindeligt opmærksom og velunderrettet, men også til erhvervsdrivende, i det mindste for så vidt angik de tekniske eller specialiserede varer og tjenesteydelser. Disse erhvervsdrivende har efter appelkammerets opfattelse et højere opmærksomhedsniveau end en forbruger, der tilhører den brede offentlighed, når de erhverver de nævnte tjenesteydelser. Hvad i øvrigt angår visse tjenesteydelser, såsom tjenesteydelser inden for finansiering eller fast ejendom, der kan have betydelige økonomiske konsekvenser for brugerne af disse ydelser, vil de forbrugere, der tilhører den brede offentlighed, have et forholdsvist højt opmærksomhedsniveau, når de træffer deres valg. Appelkammeret præciserede desuden, at eftersom det anfægtede varemærke var sammensat af franske ord, var den relevante forbruger, der skulle tages i betragtning, den franske forbruger. Denne definition af den relevante kundekreds, som intervenienten ikke har anfægtet, er ikke behæftet med fejl.

52 Hvad derefter angår betydningen af de ord, som det anfægtede varemærke består af, for den således definerede relevante kundekreds, fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 46 og 47, idet det henviste til den definition af ordene »crédit« og »mutuel«, der fremgår af onlineversionen af ordbogen *Larousse*, og til de bekræftende dokumenter, som sagsøgeren havde fremlagt, at »tilføjelsen [af disse ord] henleder tanken på et finansielt kooperativ, der hovedsageligt har til opgave at tildele og at sikre finanskreditter mellem flere deltagere, der er forenet i en og samme enhed, der har »andelskarakter«, i hvilken forbindelse hver enkelt bruger er såvel modtager som ejer«, og at udtrykket »crédit mutuel« derfor udgjorde en henvisning til en form for bankvirksomhed, der drives af andelsbanker, og hvis aktiviteter svarer til de aktiviteter, som de såkaldte »klassiske« banker udøver, selv om de ikke forfølger det samme mål, nemlig at opnå økonomisk gevinst.

53 Endelig konkluderede appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 48, henset til denne betydning af udtrykket »crédit mutuel«, at det anfægtede varemærke var beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, for så vidt angår deres art, genstand og anvendelse, idet dette varemærke klart henviste til disse varer og disse tjenesteydelser ved at angive, at de blev udbudt i forbindelse med bankvirksomhed. Appelkammeret anførte endvidere i den anfægtede afgørelses punkt 73, at det anfægtede varemærke ikke gav den relevante kundekreds mulighed for at identificere de nævnte varer og tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse, og at det derfor skulle anses for at mangle fornødent særpræg i forhold til disse varer og tjenesteydelser.

54 Intervenienten har med henblik på at anfægte appelkammerets konklusion gjort gældende, at den betydning af udtrykket »crédit mutuel«, som appelkammeret har fastlagt, er fejlagtig.

55 For det første har intervenienten i denne forbindelse anført, at ordbogen *Larousse* ikke indeholder en definition af udtrykket »crédit mutuel«. En sådan omstændighed er imidlertid ikke relevant, idet ordbøger, når der er tale om et udtryk, ikke angiver alle de mulige sammensætninger af de pågældende

ord, således som appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 41. Det var således med rette, at appelkammeret konkluderede, at der skulle tages hensyn til den almindelige og åbenbare betydning af et sådant udtryk.

56 For det andet skal det bemærkes, at det i modsætning til, hvad intervenienten har anført, ikke af den anfægtede afgørelse fremgår, at appelkammeret fandt, at sammensætningen af ordbestanddelene »crédit« og »mutuel« udgjorde den almindelige betegnelse for en vare eller en bankydelse, og heller ikke, at udtrykket »crédit mutuel« betegnede en »særlig form for bankydelse« i form af en særlig låntype, der anvendes i bankpraksis. Ved at anføre, at det anfægtede varemærke henviste til en »form for bankvirksomhed, der udbydes af andelsbanker«, støttede appelkammeret sig på en sondring mellem en såkaldt »klassisk« bank og en såkaldt »andelsbank«, der ikke har det samme formål, nemlig at opnå økonomisk gevinst, men som udfører identiske bankaktiviteter (såsom låne-, kredit- eller finansieringsydelser).

57 Det følger heraf, at appelkammerets konklusion om betydningen af udtrykket »crédit mutuel« for den relevante kundekreds ikke er behæftet med en fejl.

58 Denne konklusion bekræftes i øvrigt af de betragtninger, som cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris, Frankrig) lagde til grund i dom af 27. februar 2018 (sag nr. 16/14398), som intervenienten har fremlagt for Retten som bilag til kontrasøgsmålet. Den nævnte dom blev afsagt i forbindelse med en tvist, der vedrørte en ugyldighedsbegæring, som sagsøgeren havde indgivet vedrørende det franske kollektivmærke, som intervenienten er indehaver af, og som er sammensat af de samme ord »crédit« og »mutuel« som det anfægtede varemærke. Ifølge de betragtninger, som cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) lagde til grund i denne dom, fremgår det af CMF og navnlig denne lovs artikel L.515-55 og R.512-20, at udtrykket »crédit mutuel« i denne lov anvendes som betegnelse for en form for bankvirksomhed, der består i at udbyde bankydelser på grundlag af principperne om gensidig kredit. Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) tilføjede, at det i denne forbindelse ikke havde nogen betydning, at CMF ikke indeholdt en præcis definition af crédit mutuel, idet de i CMF anvendte ord havde en betydning, der vedrørte definitionen af genstanden for Crédit mutuel-kasserne, og at CMF's artikel R.512-20 indeholdt en definition af de generelle principper for gensidig kredit, såsom princippet om, at aktiviteterne skal drives uden gevinst for øje, princippet om, at kassernes aktiviteter skal begrænses til et bestemt område eller en ensartet gruppe af andelshavere, og princippet om andelshavernes solidariske hæftelse. Den form for bankvirksomhed, som består i gensidig kredit, er ifølge cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) således defineret ved disse generelle principper.

59 Den betydning, som cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) tillagde udtrykket »crédit mutuel«, der udgør bestanddelene i det franske varemærke, som intervenienten er indehaver af, svarer derfor i det væsentlige til den betydning, som appelkammeret tillagde de samme ord, der udgør det anfægtede varemærke.

60 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at selv om EU-varemærkesystemet er et selvstændigt system, der består af en helhed af regler, og som forfølger formål, som er særegne for systemet, og dets anvendelse er uafhængig af alle nationale systemer, fremgår det ligeledes af retspraksis, at hverken parterne eller Retten er forhindrede i ved fortolkningen af EU-retten at lade sig inspirere af elementer fra national retspraksis. Det følger heraf, at selv om de nationale myndigheders afgørelser ikke er bindende for anvendelsen af EU-varemærkeretten, kan de tages i betragtning især – som i det foreliggende tilfælde – for at vurdere den betydning, som ordbestanddelene i det anfægtede varemærke har for den relevante kundekreds (jf. dom af 25.11.2014, UniCredit mod KHIM, T-303/06 RENV og T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, præmis 91 og den deri nævnte retspraksis).

61 Intervenienten har endvidere anfægtet appelkammerets konklusion, hvorefter det anfægtede varemærke, henset til dets betydning for den relevante kundekreds, var beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der har forbindelse med bankvirksomhed. De argumenter, som intervenienten i denne forbindelse har fremsat, kan imidlertid ikke tages til følge.

62 Hvad for det første angår intervenientens argument om, at udtrykket »crédit mutuel« af den relevante kundekreds opfattes som et kendetegn, der gør det muligt at identificere de varer og tjenesteydelser, der er forsynet med dette kendetegn, som hidrørende fra CNCM eller Crédit Mutuel-nettet, skal det fastslås, at dette argument er omfattet af anvendelsen af artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001, og ikke denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c), idet intervenientens analyse indebærer en vurdering af, hvilke egenskaber det anfægtede varemærke har kunnet opnå ved brug hos den relevante kundekreds, således at denne vil identificere de omhandlede varer og tjenesteydelser som hidrørende fra CNCM eller Crédit Mutuel-nettet. Der kan derfor ikke tages hensyn til et sådant argument i forbindelse med vurderingen af, om det anfægtede varemærke er beskrivende i sig selv.

63 For det andet er den omstændighed, som intervenienten har henvist til, at der er fastsat regler for brugen af udtrykket »crédit mutuel«, eller at det endog er forbeholdt en enkelt erhvervsdrivende, ikke relevant for vurderingen af, om det anfægtede varemærke er beskrivende i sig selv, eller om det har fornødent særpræg. En sådan omstændighed har nemlig ikke betydning for, hvorledes den relevante kundekreds opfatter og forstår udtrykket »crédit mutuel« som sådan i forhold til de omhandlede varer og tjenesteydelser, men kan højst udgøre et relevant element ved undersøgelsen af, om det anfægtede varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, der indebærer, at det kan angive de omfattede varers og tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse som hidrørende fra en bestemt erhvervsdrivende.

64 Hvad for det tredje angår intervenientens argument, hvorved denne har kritiseret appelkammeret for at have baseret sig på teorier om mutualisme, selv om sådanne teorier ikke er relevante for analysen af den relevante kundekreds' opfattelse, skal det fastslås, at det ikke udtrykkeligt fremgår af den anfægtede afgørelse, at appelkammeret baserede sig på de dokumenter, som sagsøgeren havde fremlagt vedrørende disse teorier om mutualisme for at nå til den konklusion, at udtrykket »crédit mutuel« henviser til en form for bankvirksomhed, som drives af andelsbanker, og heller ikke, at disse dokumenter, såfremt dette måtte være tilfældet, var afgørende for at nå til denne konklusion.

65 Selv om appelkammeret måtte have baseret sig på bl.a. de nævnte dokumenter for at nå til sin konklusion vedrørende betydningen af udtrykket »crédit mutuel«, skal det under alle omstændigheder bemærkes, at teorierne om mutualisme beskriver de generelle principper, som andelsbankerne følger, og bekræfter således appelkammerets konklusion om, at udtrykket »crédit mutuel« betegner en form for bankvirksomhed, der drives af andelsbanker, som udfører aktiviteter, der svarer til dem, der udføres af de såkaldte »klassiske« banker, selv om de ikke forfølger det samme formål, nemlig at opnå økonomisk gevinst. Intervenientens argument om, at teorierne om mutualisme ikke er relevante for analysen af, hvorledes den relevante kundekreds opfatter betydningen af de ordbestanddele, der udgør det anfægtede varemærke, skal derfor ikke tages til følge.

66 På baggrund af samtlige de ovenfor anførte betragtninger skal intervenientens eneste anbringende og dermed kontrasøgsmålet forkastes.

Om det første anbringende i hovedsagen vedrørende tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra c)

67 Henset til de præciseringer, der er foretaget i præmis 21 og 24 ovenfor, skal det bemærkes, at sagsøgeren inden for rammerne af det foreliggende anbringende har anfægtet appelkammerets konklusion om, at det anfægtede varemærke ikke er beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, med undtagelse af »plakater, kalendere, mærkater« henhørende under klasse 16.

68 Sagsøgeren har i denne forbindelse gjort gældende, at disse varer og disse tjenesteydelser almindeligvis udbydes eller kan i det mindste almindeligvis udbydes i forbindelse med bankvirksomhed, hvilket fremgår af den omstændighed, at CNCM har ansøgt om registrering af det anfægtede varemærke for de nævnte varer og tjenesteydelser. Det anfægtede varemærke er derfor beskrivende i den forstand,

hvori dette udtryk er anvendt i Rettens praksis, for en af de egenskaber ved disse varer og disse tjenesteydelser, nemlig deres anvendelse, for så vidt som de har til formål at yde gensidig kredit, og det skal derfor erklæres ugyldigt.

69 Sagsøgeren har endvidere anført, at såfremt det ikke fastslås, at det anfægtede varemærke er beskrivende for disse sidstnævnte varer og tjenesteydelser, vil det være muligt for CNCM at forbyde alle andre erhvervsdrivende at anvende udtrykket »crédit mutuel« i forbindelse med denne sammenslutnings aktiviteter som andelsbank. Dette er imidlertid i strid med den retspraksis, hvorefter enhver erhvervsdrivende, der i fremtiden kan tænkes at tilbyde varer eller tjenesteydelser, som konkurrerer med dem, for hvilke registreringen er ansøgt, frit skal kunne anvende tegn eller angivelser, som kan tjene til at betegne egenskaberne ved den pågældendes varer eller tjenesteydelser.

70 EUIPO og intervenienten har bestridt sagsøgerens argumentation og har nedlagt påstand om, at nærværende anbringende forkastes.

71 Det skal således vurderes, om ordtegnet Crédit Mutuel, henset til den retspraksis, der er nævnt i præmis 44-49 ovenfor, ud fra den relevante kundekreds' synspunkt er beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, med undtagelse af »plakater, kalendere, mærkater« henhørende under klasse 16, i hvilken forbindelse denne konklusion ikke er anfægtet, således som sagsøgeren har anført, og i modsætning til, hvad appelkammeret konkluderede i den anfægtede afgørelse.

72 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at sagsøgeren ikke har anfægtet den definition af den relevante kundekreds og den betydning af udtrykket »crédit mutuel«, som appelkammeret med føje fastlagde i den anfægtede afgørelse, og hvortil der er henvist i præmis 51 og 52 ovenfor.

73 Hvad angår spørgsmålet om, hvorvidt det følger af betydningen af det anfægtede varemærke og af arten af de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, at tegnet Crédit Mutuel kan være beskrivende for anvendelsen af disse varer og disse tjenesteydelser, således som sagsøgeren har hævdet, skal følgende bemærkes.

74 Appelkammeret har i det væsentlige i den anfægtede afgørelses punkt 60-64 anført, at det anfægtede varemærke ikke var beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, for så vidt som det, såfremt disse varer og tjenesteydelser kunne anvendes eller foreslås i forbindelse med bankvirksomhed, ikke var muligt heraf at udlede, at de vedrørte bankområdet. Appelkammeret var af den opfattelse, at det anfægtede varemærke ikke kunne anses for at indeholde åbenbare og direkte oplysninger om arten, genstanden eller anvendelsen af de nævnte varer og tjenesteydelser.

75 Det skal fastslås, at sagsøgeren, der har anført, at de varer og tjenesteydelser, som er omfattet af den anden kategori, »almindeligvis udbydes« eller »i det mindste almindeligvis kan udbydes i forbindelse med bankvirksomhed«, ikke har fremsat noget konkret argument for at anfægte den af appelkammeret foretagne vurdering, der er nævnt i præmis 74 ovenfor, eller for konkret at godtgøre, hvorledes disse varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, kan tjene til at drive bankvirksomhed.

76 For det første er den blotte omstændighed, at varemærkeindehaveren har ansøgt om registrering af det anfægtede varemærke for disse varer og disse tjenesteydelser, i modsætning til, hvad sagsøgeren har hævdet, ikke tilstrækkelig til at godtgøre, at de almindeligvis udbydes i forbindelse med bankvirksomhed.

77 Hvad for det andet angår argumentet om, at de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, »kan« udbydes i forbindelse med bankvirksomhed, skal det bemærkes, at det ganske vist ikke kræves, at de i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 omhandlede tegn eller angivelser, som udgør varemærket, på tidspunktet for indgivelsen af ansøgningen om registrering faktisk anvendes til

at beskrive varer eller tjenesteydelser som dem, for hvilke ansøgningen er indgivet, eller deres egenskaber. Det er tilstrækkeligt, hvilket fremgår af selve bestemmelsens ordlyd, at disse tegn og angivelser kan anvendes til sådanne formål (dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 32). Et ordtegn skal i henhold til den nævnte bestemmelse udelukkes fra registrering eller erklæres ugyldigt, såfremt det i det mindste i en af dets mulige betydninger betegner en egenskab ved de pågældende varer eller tjenesteydelser (dom af 14.12.2017, GeoClimaDesign mod EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2017:913, præmis 29).

78 Som det fremgår af den retspraksis, der er nævnt i præmis 46 ovenfor, er det, for at et tegn er omfattet af det i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning 2017/1001 nævnte forbud, nødvendigt, at det har en tilstrækkelig direkte og konkret forbindelse til de omhandlede varer eller tjenesteydelser til, at den berørte kundekreds straks og uden yderligere overvejelse kan opfatte det som en beskrivelse af de omhandlede varer eller tjenesteydelser eller af en af deres egenskaber.

79 Sagsøgeren har imidlertid ikke fremlagt konkrete oplysninger, der kan godtgøre, at der findes en sådan direkte og konkret forbindelse mellem det anfægtede varemærke og de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, med undtagelse af »plakater, kalendere, mærkater« henhørende under klasse 16. Den blotte omstændighed, som sagsøgeren har henvist til, at disse varer og tjenesteydelser kan indgå i udøvelsen af bankvirksomhed, er ikke tilstrækkelig til at godtgøre, at der består en tilstrækkelig direkte og konkret forbindelse mellem det anfægtede varemærke og de omhandlede varer og tjenesteydelser, således at den relevante kundekreds straks og uden yderligere overvejelse vil opfatte dette varemærke som en beskrivelse af f.eks. anvendelsen af de nævnte varer og tjenesteydelser.

80 Som appelkammeret med føje anførte, er eller kan de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, nemlig uden tvivl udbydes i forbindelse med bankvirksomhed. Disse varer og tjenesteydelser er imidlertid ikke udelukkende bestemt til sådan virksomhed eller specifikt forbundet med sådan virksomhed, men kan anvendes i forbindelse med mange andre former for virksomhed, således at den relevante kundekreds ikke straks og uden yderligere overvejelse vil opfatte varemærket Crédit Mutuel, som henviser til en form for bankvirksomhed, således som det fremgår af præmis 52 ovenfor, som en beskrivelse af disse varer og disse tjenesteydelser eller en af deres egenskaber, f.eks. deres anvendelse.

81 Denne konklusion afkræftes ikke af de argumenter, som sagsøgeren har udledt af Rettens praksis.

82 I dom af 9. september 2010, Nadine Trautwein Rolf Trautwein mod KHIM (Hunter) (T-505/08, ikke trykt i Sml., EU:T:2010:378), som sagsøgeren har henvist til, fastslog Retten nemlig ganske vist i præmis 37-40, at de varer, der var omfattet af klasse 25, »bl.a. kan anvendes til jagt eller sættes i forbindelse med denne aktivitet«, og at det omhandlede tegn var beskrivende, for så vidt som det »beskr[ev] de omhandlede varers anvendelse og kvalitetsniveau, og dermed deres væsentligste egenskaber«.

83 Rettens konklusion om, at den relevante kundekreds, der bl.a. bestod af jægere, straks og uden yderligere overvejelse kunne opfatte tegnet Hunter som en beskrivelse af »fritids-, indendørs- og sportsbeklædning«, »livremme« og »pandebånd« henhørende under klasse 25, selv om disse varer ikke var udformet med henblik på jagt, var særligt egnet til jagt og havde et kvalitetsniveau, der var tilpasset jagt, og at ordtegnet Hunter derfor var beskrivende, for så vidt som det beskrev anvendelsen af og kvalitetsniveauet for de omhandlede varer, var imidlertid baseret på en forudgående konstatering af, at de varer, som var rettet mod jægere og bestemt til anvendelse i forbindelse med jagt, skulle overholde særlige funktionelle kriterier, og at jægeres påklædning ofte var kendetegnet ved at være af høj kvalitet med henblik på udendørs brug.

84 Det fremgår således af denne dom, at forbindelsen mellem tegnet og de omhandlede varer blev anset for at være tilstrækkelig direkte og konkret som følge af tegnets betydning, idet det henviste til jagt, og den omstændighed, at den påklædning, der anvendes til jagt, har særlige egenskaber, hvilket gjorde det muligt for den relevante kundekreds at opfatte det nævnte tegn som en beskrivelse af de omhandlede varers kvalitet og anvendelse.

85 Sagsøgeren har imidlertid ikke fremlagt nogen konkrete oplysninger, der kan godtgøre, hvorledes denne vurdering fra Retten kan overføres på det foreliggende tilfælde. Sagsøgeren har nærmere bestemt ikke på nogen måde godtgjort, at en særlig egenskab ved den bankvirksomhed, som det anfægtede varemærke henviser til, gør det muligt for den relevante kundekreds straks og uden yderligere overvejelse at skabe en forbindelse mellem dette varemærke og en af de væsentligste egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, der ikke specifikt indgår i udøvelsen af bankvirksomhed.

86 Sagsøgeren har endvidere ikke godtgjort, hvorledes Rettens vurdering i dom af 19. november 2009, Clearwire mod KHIM (CLEARWIFI) (T-399/08, ikke trykt i Sml., EU:T:2009:458), gør det muligt at godtgøre, at der består en umiddelbar forbindelse mellem det anfægtede varemærke og de varer og tjenesteydelser, der ikke specifikt henhører under bankområdet. I denne sidstnævnte dom fastslog Retten, at den relevante kundekreds dels kunne opfatte tegnet CLEARWIFI som en beskrivelse af en trådløs teknologi, der tilvejebringer en klar og uafbrudt adgang til f.eks. internettet, dels uden vanskeligheder kunne skabe en forbindelse mellem det nævnte tegn og en specifik telekommunikationstjeneste, nemlig adgangen til internettet, og mellem det nævnte tegn og en af egenskaberne ved denne tjenesteydelse, nemlig fraværet af afbrydelser. Retten fastslog derfor, at den relevante kundekreds kunne opfatte varemærket CLEARWIFI som en angivelse af de omhandlede tjenesteydelsers kvalitet og anvendelse.

87 Sagsøgeren har ikke fremsat noget argument, der gør det muligt at fastslå, at denne vurdering fra Retten, der er baseret på en særlig egenskab ved de tjenesteydelser, der var omfattet af det ansøgte varemærke, hvortil det omhandlede tegn henviste, kan overføres på det foreliggende tilfælde.

88 Det var derfor med rette, at appelkammeret fandt, at det anfægtede varemærke ikke var beskrivende for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den anden kategori, som sagsøgeren har henvist til.

89 Hvad nærmere bestemt angår de tjenesteydelser, der vedrører forsikringsvirksomhed i klasse 36, nemlig »forsikringsvirksomhed«, »pensionskasser«, »forsikringsmæglervirksomhed« og »finansielle vurderinger (forsikringsmæglervirksomhed)«, er den vurdering, som appelkammeret foretog i den anfægtede afgørelses punkt 63, heller ikke behæftet med fejl. Det er ganske vist korrekt, således som sagsøgeren har anført, at forsikringsområdet henhører under forsikringssektoren, og at forsikringsydelserne udbydes af banker, herunder de banker, der indgår i Crédit Mutuel-koncernen. Det ses i øvrigt ikke sjældent, at finansielle institutioner og et forsikringsselskab indgår i den samme økonomiske koncern. Det er endvidere korrekt, at EUIPO's instanser i visse af deres afgørelser vedrørende relative registreringshindringer har fastslået, at bankydelser og tjenesteydelser, der udbydes i forbindelse med forsikringsvirksomhed, ligner hinanden.

90 Det skal imidlertid som konstateret af appelkammeret bemærkes, at forsikringsvirksomhed og bankvirksomhed forfølger forskellige mål, idet forsikringsvirksomhed har til formål at beskytte enhver form for aktiver i tilfælde af uforudsete begivenheder, mens bankvirksomhed har til formål at forvalte og at tilføre værdi til finansielle aktiver. Det påhvilede derfor sagsøgeren at fremlægge beviser, der kunne godtgøre, at den relevante kundekreds, navnlig henset til den omstændighed, at forsikringsydelser ofte udbydes af banker, straks og uden yderligere overvejelse ville opfatte det anfægtede varemærke således, at det også udgjorde en beskrivelse af de forsikringsydelser, der ikke er omfattet af en banks »traditionelle« virksomhed eller en af deres egenskaber, f.eks. at de udbydes af en andelsbank i henhold til de principper for gensidig kredit, der gælder for bankens virksomhed. Eftersom det af artikel 59 og 62 i forordning 2017/1001 fremgår, at et EU-varemærke er omfattet af en gyldighedsformodning, indtil det efter en ugyldighedssag erklæres ugyldigt, påhviler det den person, der

har indgivet begæringen om, at dette varemærke erklæres ugyldigt, for EUIPO at påberåbe sig de konkrete forhold, der rejser tvivl om dets gyldighed (jf. i denne retning dom af 28.9.2016, European Food mod EUIPO – Société des produits Nestlé (FITNESS), T-476/15, EU:T:2016:568, præmis 47 og 48 og den deri nævnte retspraksis).

91 Den rent abstrakte henvisning til en virksomhed, der er kendt under betegnelsen »bank- og forsikringsydelser«, således som det fremgår af niende betragtning til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/92/EF af 9. december 2002 om forsikringsformidling (2003, L 9, s. 3), som sagsøgeren har henvist til, eller den omstændighed, at EUIPO's instanser i visse af deres afgørelser vedrørende relative registreringshindringer har fastslået, at bankydelser og tjenesteydelser, der udbydes i forbindelse med forsikringsvirksomhed, ligner hinanden, er ikke tilstrækkelig til konkret at godtgøre, at den relevante kundekreds opfatter det anfægtede varemærke således, at det også er beskrivende for disse sidstnævnte tjenesteydelser.

92 På baggrund af de ovenstående betragtninger skal hovedsagens første anbringende forkastes.

Om det andet og det tredje anbringende i hovedsagen vedrørende tilsidesættelse af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001, sammenholdt med denne forordnings artikel 7, stk. 3

93 Sagsøgeren har inden for rammerne af det andet og det tredje anbringende i det væsentlige foreholdt appelkammeret for at have tilsidesat artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001 og den nævnte forordnings artikel 7, stk. 3, for så vidt som det med urette konkluderede, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, i hvilken forbindelse det havde fastslået, at dette varemærke var beskrivende og manglede fornødent særpræg.

94 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at det fremgår af artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001, at hvis et varemærke ikke fra begyndelsen har fornødent særpræg, kan det få det som følge af brug for de varer og tjenesteydelser, som det omfatter. Et sådant fornødent særpræg kan bl.a. erhverves efter en normal tilvænningsproces hos den relevante kundekreds. Det følger heraf, at der ved bedømmelsen af, om et varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, skal tages hensyn til alle de situationer, hvor den relevante kundekreds kan blive konfronteret med dette varemærke (dom af 22.6.2006, Storck mod KHIM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, præmis 70 og 71, og af 21.5.2014, Bateaux mouches mod KHIM (BATEAUX-MOUCHES), T-553/12, ikke trykt i Sml., EU:T:2014:264, præmis 58).

95 Det fremgår endvidere af artikel 59, stk. 2, i forordning 2017/1001 bl.a., at selv om EU-varemærket er registreret i strid med den nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, litra c), kan det dog ikke erklæres ugyldigt, hvis det som følge af den brug, der er gjort deraf, efter registreringen har opnået fornødent særpræg for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke det er registreret.

96 For at et varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, kræves det, at i det mindste en betydelig andel af den relevante kundekreds på grund af varemærket identificerer de omhandlede varer eller tjenesteydelser som hidrørende fra en bestemt virksomhed (jf. dom af 1.2.2013, Ferrari mod KHIM (PERLE'), T-104/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2013:51, præmis 37, og af 22.3.2013, Bottega Veneta International mod KHIM (Formen på en håndtaske), T-409/10, ikke trykt i Sml., EU:T:2013:148, præmis 75).

97 Der skal foretages en omhyggelig og præcis vurdering af, om varemærket har erhvervet fornødent særpræg ved brug. Ansøgeren om registrering skal godtgøre, at dette varemærke i sig selv – i modsætning til ethvert andet varemærke, som også måtte være til stede – angiver varernes handelsmæssige oprindelse (dom af 16.9.2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, præmis 66).

98 De forskellige klagepunkter, som sagsøgeren har fremsat inden for rammerne af det andet og det tredje anbringende, kan opdeles i flere klagepunkter. Det første klagepunkt vedrører således i det væsentlige det anfægtede varemærkes manglende mulighed for at opnå fornødent særpræg ved brug. Det andet klagepunkt vedrører den manglende brug af varemærket i den form, hvori er registreret. Det tredje klagepunkt vedrører den manglende brug af varemærket som oprindelsesangivelse og som varemærke. Det fjerde klagepunkt vedrører den omstændighed, at der ikke forelå tilstrækkelige beviser for, at der var opnået fornødent særpræg ved brug for hver enkelt af de varer og tjenesteydelser, for hvilke det anfægtede varemærke ikke oprindeligt havde fornødent særpræg, eller den samlede vurdering af disse beviser, som appelkammeret foretog.

– Om det anfægtede varemærkes manglende mulighed for at opnå fornødent særpræg ved brug

99 Sagsøgeren har inden for rammerne af det andet anbringende i det væsentlige anført, at det anfægtede varemærke ikke kan opnå fornødent særpræg ved brug, idet det følger af CMF's bestemmelser, at udtrykket »crédit mutuel« er den juridiske og almindelige betegnelse for dels den bankvirksomhed, der består i at yde gensidig kredit, dels de andelsbanker, der er organiseret i et net, som har til formål at drive virksomhed med henblik på at yde gensidig kredit. CMF indeholder desuden ikke nogen bestemmelser, der giver CNCM tilladelse til at tilegne sig disse ord til skade for andre erhvervsdrivende, der driver eller kan drive virksomhed med henblik på at yde gensidig kredit. Eftersom den franske lovgiver ønskede, at disse ord skulle være frit anvendelige som følge af deres betydning og deres anvendelse, og for så vidt som andre erhvervsdrivende har eller i henhold til lov kan få ret til at anvende disse ord, kan udtrykket »crédit mutuel« derfor ikke gøres til genstand for ejerskab og kan ikke opnå fornødent særpræg ved brug.

100 EUIPO og intervenienten har anfægtet sagsøgerens argumenter.

101 Sagsøgeren har inden for rammerne af nærværende klagepunkt i det væsentlige foreholdt appelkammeret ikke at have draget alle de konsekvenser, der følger af CMF, hvoraf fremgår, at den franske lovgiver har haft til hensigt at give alle de virksomheder, der ønsker at drive virksomhed med henblik på at yde gensidig kredit, mulighed for frit at anvende udtrykket »crédit mutuel«.

102 Det fremgår i denne forbindelse af retspraksis, at den omstændighed, at det tegn, der danner det omhandlede varemærke, i den i artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 omhandlede situation faktisk af den relevante kundekreds opfattes som en angivelse af en vares eller en tjenesteydelses handelsmæssige oprindelse, er et resultat af varemærkeansøgerens økonomiske indsats. Denne omstændighed gør det berettiget at se bort fra de almene interesser, der ligger til grund for samme artikels stk. 1, litra b)-d), hvorefter det kræves, at de af disse bestemmelser omhandlede varemærker frit skal kunne anvendes af alle, således at det undgås, at der skabes en uberettiget konkurrencefordel for én erhvervsdrivende (jf. dom af 15.12.2016, Mondelez UK Holdings & Services mod EUIPO – Société des produits Nestlé (Formen af en plade chokolade), T-112/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:735, præmis 67 og den deri nævnte retspraksis).

103 Det skal derfor bemærkes, at der i forbindelse med anvendelsen af artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 netop ikke tages hensyn til de almene interesser, der ligger til grund for denne forordnings artikel 7, stk. 1, litra b)-d), hvorefter det kræves, at de tegn, der er beskrivende, der ikke i sig selv har fornødent særpræg, eller som er blevet almindelige, frit skal kunne anvendes.

104 Det skal endvidere som anført af EUIPO bemærkes, at det hverken af forordning 2017/1001 eller af praksis fra Unionens retsinstanser fremgår, at et tegn skal have en vis »egnethed« for at opnå fornødent særpræg ved brug, og endnu mindre, at artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 ikke finder anvendelse, når varemærket er sammensat af ord, der betegner en reguleret aktivitet. Der er nemlig

intet i ordlyden af artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 eller i en hvilken som helst anden bestemmelse i forordning 2017/1001, der gør det muligt at fastslå, at den omstændighed, at visse udtryk er blevet fastsat i lovgivningen, er til hinder for, at de kan opnå fornødent særpræg ved brug.

105 Det følger heraf, således som det fremgår af EU-retten, at ethvert tegn, der ikke oprindeligt havde fornødent særpræg i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b)-d), i forordning 2017/1001, kan opnå fornødent særpræg ved brug, og dette, selv om de samme ord, som det omtvistede tegn er sammensat af, beskriver en aktivitet, der er reguleret ved lov.

106 Det af sagsøgeren fremsatte argument skal derfor ikke tages til følge, idet det fører til at begrænse anvendelsesområdet for artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001.

107 Det foreliggende klagepunkt skal derfor forkastes.

– Om den manglende brug af varemærket i den form, hvori det er registeret

108 Sagsøgeren har anført, at den blotte sammensætning af ordene »crédit« og »mutuel« ikke er egnet til at opfylde varemærkets væsentligste funktion, nemlig at angive varernes og tjenesteydelsernes handelsmæssige oprindelse, hvilket bl.a. fremgår af den omstændighed, at det anfægtede varemærke altid har været udformet på skrift med supplerende grafiske elementer, såsom logo, eller ledsaget af slogans. Det er således kun disse logoer eller slogans, der gør det muligt at fastlægge varernes og tjenesteydelsernes handelsmæssige oprindelse. Sagsøgeren har heraf i det væsentlige udledt, at denne brug af den anfægtede varemærke som en del af et sammensat varemærke, indebærer, at det anfægtede varemærke ikke kan opnå fornødent særpræg ved brug.

109 EUIPO har gjort gældende, at såfremt Retten måtte bekræfte, at det anfægtede varemærke er blevet brugt »som individuelt varemærke«, dvs. således at det over for forbrugeren garanterer, at de omhandlede varer eller tjenesteydelser hidrører fra varemærkeindehaveren, der som en enkelt virksomhed er ansvarlig for disse varers og tjenesteydelsers kvalitet, skal det af sagsøgeren fremsatte argument om varemærkets form og brug forkastes. I denne situation er den omstændighed, at det anfægtede varemærke er blevet brugt i en let stiliseret form og sammen med de omhandlede yderligere figur- og ordbestanddele, ikke afgørende, idet varemærkeindehaveren ved hjælp af en opinionsundersøgelse har godtgjort, at det netop er ordene »crédit« og »mutuel«, der henleder en betydelig del af den relevante kundekreds' tanker på en bank.

110 Intervenienten har med hensyn til brugen af ordmærket Crédit Mutuel som en del af sammensatte varemærker anført, at det fremgår af fast retspraksis, at et varemærkes fornødne særpræg kan opnås som følge af brugen af dette varemærke som en del af eller sammen med et registreret varemærke, og at et varemærkes ordbestanddele i princippet skal anses for at have mere særpræg end figurbestanddelene. Det er derfor ordbestanddelen »crédit mutuel«, der er lettest at huske og ikke logoerne og sloganerne, der kun spiller en sekundær rolle.

111 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at opnåelsen af fornødent særpræg kan følge af både brugen af en bestanddel af et registreret varemærke – som en del af dette – og brugen af et særskilt varemærke sammen med et registreret varemærke. I begge tilfælde er det tilstrækkeligt, at de relevante omsætningskredse som følge af denne brug faktisk opfatter den vare eller tjenesteydelse, som alene det varemærke, der søges registreret, betegner, som hidrørende fra en bestemt virksomhed (dom af 7.7.2005, Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, præmis 30, og af 17.7.2008, L & D mod KHIM, C-488/06 P, EU:C:2008:420, præmis 49).

112 Den væsentligste betingelse – uafhængigt af hvorvidt brugen vedrører et tegn som en del af et registreret varemærke eller sammen med dette – er således, at dette tegn som følge af denne brug i de relevante omsætningskredses bevidsthed kan betegne de varer, som det vedrører, som hidrørende fra en bestemt virksomhed (dom af 16.9.2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, præmis 65).

113 Appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 111 og 112, at selv om det anfægtede varemærke blev anvendt i en form, der adskilte sig fra den, der var blevet registreret, kunne denne omstændighed i det foreliggende tilfælde ikke påvirke konklusionen om, at en sådan brug kunne gøre det muligt, at det anfægtede varemærke kunne opnå fornødent særpræg ved brug. De bestanddele, som det anfægtede varemærke var blevet anvendt sammen med, dvs. en grafisk form eller tilføjelsen af andre ordmærker i form af slogans, kunne efter appelkammerets opfattelse nemlig heller ikke ændre dets særpræg.

114 Selv om sagsøgeren ikke har bestridt princippet om, at et varemærke kan opnå fornødent særpræg som følge af brugen af dette varemærke som en del af et registreret varemærke eller sammen med dette, har banken henvist til retspraksis og anført, at det også er nødvendigt, at den relevante kundekreds opfatter denne del af varemærket eller dette varemærke, når det betragtes isoleret fra det varemærke, som det er anvendt sammen med, som en angivelse af oprindelsen af den vare eller den tjenesteydelse, der er omfattet af varemærket.

115 Det skal i denne forbindelse som anført af sagsøgeren bemærkes, at indehaveren af et varemærke, der begæres erklæret ugyldigt, skal godtgøre, at dette varemærke i sig selv – i modsætning til ethvert andet varemærke, som også måtte være til stede – angiver varernes handelsmæssige oprindelse (dom af 16.9.2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, præmis 66).

116 Som EUIPO i det væsentlige har anført, afhænger rigtigheden af appelkammerets konklusion, således som denne er gengivet i præmis 113 ovenfor, i det foreliggende tilfælde derfor af, om det anfægtede varemærke har været genstand for en brug, der gør det muligt for dette varemærke i sig selv at angive de omhandlede varers og tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse, således at det over for forbrugeren garanterer, at de hidrører fra en bestemt virksomhed.

117 Dette spørgsmål vil blive behandlet nedenfor i forbindelse med undersøgelsen af det tredje klagepunkt i det andet og det tredje anbringende.

– Om den manglende brug af det anfægtede varemærke som oprindelsesangivelse og som varemærke

118 Sagsøgeren har inden for rammerne af det andet anbringende i det væsentlige anført, at »det samlede udtryk Crédit Mutuel« i modsætning til, hvad appelkammeret fandt, ikke henviser til CNCM, der er et centralt organ, som ikke på nogen måde udøver bankvirksomhed, og som forbrugerne ikke kender, men, således som det fremgår af CMF, til andelsbanker i almindelighed, der hovedsageligt har organiseret sig i to selvstændige og konkurrerende koncerner, nemlig Crédit Mutuel Arkéa og CM11-CIC. Denne omstændighed kan forhindre, at det anfægtede individuelle varemærke opfylder sin funktion som oprindelsesangivelse, hvilket bekræftes af den omstændighed, at Crédit Mutuel Arkéa og CM11-CIC, når de over for deres kunder skal beskrive deres varer og tjenesteydelser, anvender forskellige varemærker for at undgå enhver forveksling. Crédit Mutuel Arkéa har for at adskille sig fra sin konkurrent desuden anvendt udtrykket »crédit mutuel« sammen med et andet logo end det, som CM11-CIC anvender. Når udtrykket »crédit mutuel« betragtes isoleret, gør det det således ikke muligt for kundekredsen at fastlægge de omhandlede varers og tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse.

119 Sagsøgeren har inden for rammerne af det tredje anbringende anført, at udtrykket »crédit mutuel« i de fleste af de dokumenter, som CNCM har fremlagt som bevis for, at det anfægtede varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, ikke anvendes som varemærke til at betegne varer og

tjenesteydelser, men som henvisning til Crédit Mutuel-koncernen. En sådan henvisning kan imidlertid ikke udgøre en brug som varemærke, der gør det muligt at godtgøre, at der er opnået fornødent særpræg for de forskellige omhandlede varer og tjenesteydelser, idet den ikke gør det muligt for det anfægtede varemærke at opfylde dets funktion som oprindelsesangivelse, og dette så meget desto mere, som udtrykket »crédit mutuel« udgør den juridiske og almindelige betegnelse for selve virksomheden og de tjenesteudbydere, der udøver denne virksomhed.

120 For så vidt som det inden for banksektoren ikke er almindeligt forekommende, at forbrugeren tillægger et varemærke personegenskaber, og for så vidt som der ikke findes et selskabsnavn eller en forretningsbetegnelse, der præcist svarer til navnet »Crédit Mutuel«, kan brugen af udtrykket »crédit mutuel« desuden heller ikke anses for brug af et selskabsnavn eller en forretningsbetegnelse, der udgør brug som et varemærke.

121 EUIPO har anført, at sagsøgeren i det væsentlige har gjort gældende, at den brug, som varemærkeindehaveren har godtgjort, ikke udgør brug »som individuelt varemærke«, men nærmere som »kollektivmærke«. EUIPO har i denne forbindelse overladt det til Retten at vurdere, hvorledes den praksis fra Unionens retsinstanser, der vedrører brug af et varemærke i overensstemmelse med dets væsentligste funktion, og nærmere bestemt brug af et individuelt varemærke som angivelse af en kollektiv handelsmæssig oprindelse, skal anvendes på de faktiske omstændigheder i det foreliggende tilfælde.

122 Intervenienten har gjort gældende, at den omstændighed, at der eventuelt består et konkurrenceforhold inden for Crédit Mutuel-koncernen, ikke har betydning for, om udtrykket »crédit mutuel« kan opnå fornødent særpræg ved brug. For det første betegner Crédit Mutuel nemlig koncernen af samme navn, således som bl.a. Conseil d'État français (øverste domstol i forvaltningsretlige sager, Frankrig) og Autorité de la concurrence française (den franske konkurrencemyndighed) har fastslået. Eftersom det anfægtede varemærke benyttes af økonomiske enheder, der er retligt forbundne, udgør det derfor et tegn, som kundekredsen genkender som tilhørende denne sammenslutning.

123 For det andet indebærer eksistensen af egentlige varemærker, der betegner de varer og tjenesteydelser, som henholdsvis udbydes af sagsøgeren og af CM11-CIC, ikke, at brugen af »paraplyvaremærket« Crédit Mutuel udviskes, for så vidt som dette varemærke systematisk anvendes og udgør et tegn, der viser, at der består et tilhørsforhold til sammenslutningen, som kundekredsen har i tankerne, når de skal vælge et bankprodukt.

124 For det tredje er den omstændighed, at CNCM som centralt organ ikke udøver bankvirksomhed og derfor ikke er kendt af forbrugeren, ikke relevant, idet det af retspraksis fremgår, at det ikke er nødvendigt, at varemærkeindehaveren benytter varemærket, og at det er tilstrækkeligt, at varemærket faktisk benyttes af tredjemænd, der har opnået samtykke hertil, hvilket er tilfældet i den foreliggende sag.

125 For det fjerde er den omstændighed, at sagsøgeren anvender et logo, der adskiller sig fra det, som CM11-CIC anvender, heller ikke relevant, idet forbrugeren har lettest ved at huske ordbestanddelen, og idet ordtegnet Crédit Mutuel under disse omstændigheder netop udgør den særprægede bestanddel, der gør det muligt for kundekredsen at anse varerne og tjenesteydelserne for at have en enkelt handelsmæssig oprindelse.

126 For det femte har intervenienten anført, at ordtegnet Crédit Mutuel faktisk anvendes som varemærke. Intervenienten har i denne forbindelse henvist til, at anvendelsen af et selskabsnavn eller en forretningsbetegnelse ifølge retspraksis kan anses for at udgøre brug i forhold til finansielle produkter selv i de tilfælde, hvor tegnet ikke er påført disse produkter, når tredjemanden anvender det nævnte tegn således, at der skabes en forbindelse mellem selskabsnavnet, forretningsbetegnelsen eller forretningskendetegnet og de omhandlede varer og tjenesteydelser. Intervenienten har tilføjet, at tegnet Crédit Mutuel i det væsentlige udgør et varemærke for tjenesteydelser, hvis brug består i, at det

påføres forskellige former for fysisk udstyr, der vedrører disse tjenesteydelser. Endelig har intervenienten henvist til dels, at der ikke findes et selskabsnavn eller en forretningsbetegnelse, der nøjagtigt svarer til benævnelsen »Crédit Mutuel«, dels at udtrykket »crédit mutuel« anvendes på dokumenter, der fremsendes uden på nogen måde at omtale selskabsformen, således som appelkammeret anførte.

127 For det sjette er intervenienten af den opfattelse, at de dokumenter, som sammenslutningen har fremlagt, godtgør, at ordmærket Crédit Mutuel igennem mange år for forbrugeren har udgjort en betegnelse for de varer og bankydelser, der ikke udbydes af samtlige andels- eller kooperativbanker, men af en enkelt bank, og som svarer til det banknet, inden for hvilket CNCM er det centrale organ.

128 Inden for rammerne af det foreliggende klagepunkt i det andet og det tredje anbringende har sagsøgeren i det væsentlige anført, at de beviser, som intervenienten har fremlagt, højst gør det muligt at anse det anfægtede varemærke for en betegnelse for Crédit Mutuel-koncernen og dermed de andelsbanker, som denne koncern består af, og ikke CNCM, der er indehaver af varemærket. Det anfægtede varemærke er af denne grund ikke blevet anvendt som varemærke, men som en henvisning til denne koncern. Denne omstændighed er til hinder for, at det anfægtede individuelle varemærke kan opfylde sin funktion som oprindelsesangivelse og således opnå fornødent særpræg ved brug.

129 Det fremgår af retspraksis, at det, for at varemærket har opnået fornødent særpræg ved brug, kræves, at i det mindste en betydelig andel af den relevante kundekreds på grund af varemærket identificerer de omhandlede varer eller tjenesteydelser som hidrørende fra en bestemt virksomhed (jf. dom af 15.12.2016, formen af en plade chokolade, T-112/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:735, præmis 68 og den deri nævnte retspraksis).

130 Såfremt de relevante omsætningskredse eller i det mindste en betydelig andel af disse som følge af varemærket identificerer varen som hidrørende fra en bestemt virksomhed, skal det fastslås, at den i artikel 7, stk. 3, i forordning 2017/1001 fastsatte betingelse for, at varemærket kan registreres, er opfyldt (jf. dom af 15.12.2016, formen af en plade chokolade, T-112/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:735, præmis 70 og den deri nævnte retspraksis).

131 Selv om opnåelsen af et særpræg kan følge af både brugen af en bestanddel af et registreret varemærke – som en del af dette – og af brugen af et særskilt varemærke sammen med et registreret varemærke, således som det fremgår af præmis 111 ovenfor, fremgår det af retspraksis, at den relevante omsætningskreds som følge af denne brug faktisk skal opfatte den vare eller tjenesteydelse, som alene det varemærke, der søges registreret, betegner, som hidrørende fra en bestemt virksomhed. Den væsentligste betingelse – uafhængigt af hvorvidt brugen vedrører et tegn som en del af et registreret varemærke eller sammen med dette – er således, at det tegn, der er ansøgt registreret som varemærke, som følge af denne brug i den relevante omsætningskreds' bevidsthed kan betegne de varer, som det vedrører, som hidrørende fra en bestemt virksomhed (dom af 16.9.2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, præmis 64 og 65).

132 For så vidt angår opnåelsen af fornødent særpræg ved brug skal det i øvrigt bemærkes, at den pågældende omsætningskreds' identifikation af varen eller tjenesteydelsen som hidrørende fra en bestemt virksomhed skal foretages i kraft af den brug, der er gjort af varemærket som varemærke. Udtrykket »den brug, der er gjort af varemærket som varemærke«, skal derfor forstås således, at det alene henviser til en brug af varemærket med henblik på den pågældende omsætningskreds' identifikation af varen eller tjenesteydelsen som hidrørende fra en bestemt virksomhed (jf. dom af 22.6.2006, Storck mod KHIM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, præmis 61 og den deri nævnte retspraksis).

133 Således er en hvilken som helst brug af varemærket ikke nødvendigvis en brug som varemærke (dom af 22.6.2006, Storck mod KHIM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, præmis 62).

134 Det er på baggrund af de ovenfor anførte betragtninger, at det skal undersøges, om appelkammeret med føje kunne finde, at de beviser, som intervenienten havde fremlagt, i det foreliggende tilfælde kunne godtgøre, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved den brug, der var gjort deraf, således at det i den relevante omsætningskreds' bevidsthed betegnede de omhandlede varer og tjenesteydelser som hidrørende fra en bestemt virksomhed.

135 Det fremgår af den retspraksis, der er nævnt i præmis 129-131 ovenfor, at brugen af varemærket i overensstemmelse med dets væsentligste funktion, nemlig at angive varernes og tjenesteydelsernes handelsmæssige oprindelse som hidrørende fra en bestemt virksomhed, er afgørende for bedømmelsen af de beviser, der har til formål at godtgøre, at dette varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug.

136 Det fremgår af den anfægtede afgørelse (s. 27-40), at intervenienten har fremlagt et stort antal beviser for at godtgøre, at den relevante kundekreds havde kendskab til det anfægtede varemærke, og at dette varemærke derfor havde opnået fornødent særpræg ved brug. Disse beviser består i opinionsundersøgelser, beviser for, at Crédit Mutuel-koncernen deltager i partnerskabssamarbejder, finansielle oplysninger, herunder oplysninger, der dokumenterer, at Crédit Mutuel-koncernen tilhører forskellige brancheklasser, og reklamekampagner.

137 De konklusioner, som appelkammeret på baggrund af disse beviser drog med hensyn til den handelsmæssige oprindelse af de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af det anfægtede varemærke, er ikke klare. Appelkammeret anførte nemlig, at den relevante kundekreds anser det anfægtede varemærke for at identificere varerne og bankydelserne som hidrørende enten fra »indehaveren«, dvs. CNCM (den anfægtede afgørelses punkt 97, 105, 108 og i det væsentlige punkt 99 og 100), eller »banken« eller »en bank« (den anfægtede afgørelses punkt 103, 104 og 107), eller »Crédit Mutuel-koncernen«, »Crédit Mutuel-nettet« eller »virksomhedskoncernen Crédit Mutuel« (den anfægtede afgørelses punkt 104 og 116).

138 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at det anfægtede varemærke er et individuelt varemærke. Selv om intervenienten er indehaver af det franske varemærke Crédit Mutuel, der er registreret som kollektivmærke, og i hvilken forbindelse cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) i dom af 27. februar 2018 på grundlag af beviser, der ligner de beviser, som intervenienten fremlagde i forbindelse med sagen for EUIPO, konkluderede, at dette varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug, har intervenienten ikke valgt at registrere det anfægtede varemærke som EU-kollektivmærke. Intervenienten fremhævede endvidere i forbindelse med sagen for annullationsafdelingen, at det anfægtede varemærke var blevet ansøgt og registreret som individuelt varemærke (jf. s. 4 i annullationsafdelingens afgørelse).

139 Det er endvidere ubestridt mellem parterne, at indehaveren, CNCM, der ikke er en andelsbank, og som derfor ikke selv udøver bankvirksomhed, ikke har gjort brug af det anfægtede varemærke. Intervenienten har nemlig bekræftet, at det anfægtede varemærke benyttes af flere enheder, der indgår i Crédit Mutuel-koncernen, og som således udgør et tegn, som kundekredsen genkender som tilhørende denne koncern.

140 Det er desuden ubestridt, at de banker, der indgår i Crédit Mutuel-koncernen, og som benytter det anfægtede varemærke, hovedsageligt er organiseret i to selvstændige og konkurrerende koncerner, nemlig Crédit Mutuel Arkéa og CM11-CIC, således som det fremgår af den anfægtede afgørelses punkt 88, idet disse koncerner for at betegne deres varer og tjenesteydelser over for deres kunder benytter det anfægtede varemærke sammen med andre varemærker eller i forbindelse med deres egne logoer.

141 Det er imidlertid ikke udelukket, at en sådan kollektiv brug af det anfægtede individuelle varemærke gør det muligt, at dette varemærke kan opnå fornødent særpræg ved brug.

142 Som det nemlig fremgår af præmis 135 ovenfor, er det i forbindelse med vurderingen af, om et varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, absolut nødvendigt, at denne brug sker i overensstemmelse med varemærkets væsentligste funktion. Hvad angår individuelle varemærker, såsom det anfægtede varemærke, består denne væsentligste funktion i over for forbrugeren eller den endelige bruger at garantere oprindelsen af den vare eller tjenesteydelse, der er omfattet af varemærket, hvorved denne sættes i stand til uden risiko for forveksling at adskille varen eller tjenesteydelsen fra varer eller tjenesteydelser med en anden oprindelse. For at varemærket kan udøve sin funktion som en væsentlig bestanddel af den ordning med loyal konkurrence, som skal gennemføres og opretholdes efter traktaten, skal det således udgøre en garanti for, at alle varer eller tjenesteydelser, der er forsynet med det, er blevet fremstillet eller leveret under kontrol af én bestemt virksomhed, der er ansvarlig for deres kvalitet (jf. i denne retning og analogt dom af 8.6.2017, W.F. Gözze Frottierweberei og Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, præmis 41 og den deri nævnte retspraksis, og af 7.6.2018, Schmid mod EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark (Steirisches Kürbiskernöl), T-72/17, under appel, EU:T:2018:335, præmis 44).

143 Det følger heraf, at det for at godtgøre, at et individuelt varemærke har opnået fornødent særpræg ved den kollektive brug, der er gjort deraf, skal fastslås, om det over for forbrugerne garanterer, at de omhandlede varer og tjenesteydelser hidrører fra en bestemt virksomhed, der skal forstås som en enkelt virksomhed, der fører kontrol med disses fremstilling eller levering, og som derfor kan tillægges ansvaret for de nævnte varers eller tjenesteydelsers kvalitet.

144 Det skal i det foreliggende tilfælde undersøges, om intervenienten, dvs. indehaveren af det anfægtede varemærke, skal anses for en »bestemt virksomhed« i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i den retspraksis, der er nævnt i præmis 142 ovenfor, således som intervenienten har anført, som følge af de retlige og kommercielle forbindelser, der består mellem medlemmerne af Crédit Mutuel-koncernen, således at forbindelsen mellem det anfægtede varemærke og de varer og tjenesteydelser, der leveres af medlemmerne af denne koncern, gør det muligt at fastslå, at dette varemærke har opnået fornødent særpræg ved den brug, der er gjort deraf.

145 Det er i denne forbindelse således vigtigt at fastslå, om intervenienten fører kontrol med de varer og tjenesteydelser, der leveres af de banker, som indgår i Crédit Mutuel-koncernen, og som faktisk benytter dette varemærke, således at forbrugerne opfatter de omhandlede varer og tjenesteydelser som hidrørende fra en bestemt virksomhed, som kan tillægges ansvaret for disse varers og tjenesteydelsers kvalitet.

146 Det skal i denne henseende bemærkes, at CNCM er det centrale organ i Crédit Mutuel-koncernen. CNCM har i henhold til CMF's artikel L.512-56 til opgave kollektivt at repræsentere Crédit mutuel-kasserne med henblik på at gøre deres fælles rettigheder og interesser gældende, at føre administrativ, teknisk og finansiel kontrol med organiseringen og driften af hver enkelt Crédit mutuel-kasse og at træffe alle de foranstaltninger, der er nødvendige for, at den gensidige kredit kan fungere hensigtsmæssigt. Det fremgår af CMF's artikel R.512-20, at Crédit mutuel-kasserne har pligt til at overholde CNCM's vedtægter, interne retningslinjer, instrukser og afgørelser. Som det fremgår af CNCM's vedtægter, drives CNCM som en sammenslutning.

147 Som svar på et skriftligt spørgsmål fra Retten har intervenienten henvist til sin opgave som centralt organ for Crédit Mutuel-koncernen og anført, at den fører administrativ, teknisk og finansiel kontrol med de medlemmer, der deltager i netværket, og at den træffer alle de foranstaltninger, der er nødvendige bl.a. for at sikre likviditeten og solvensen hos hver enkelt af de kasser, der deltager i koncernen.

148 Sådanne omstændigheder gør det imidlertid ikke muligt at godtgøre, at CNCM ligeledes fører kontrol med de varer og tjenesteydelser, der leveres af de banker, som indgår i Crédit Mutuel-koncernen, i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i den retspraksis, der er nævnt i præmis 142 ovenfor.

149 Selv om Crédit Mutuel-koncernen er en bestemt virksomhed i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i konkurrenceretten eller inden for området for tilsynsmæssige krav, således som det fremgår af de forskellige afgørelser og retsakter, der er vedtaget af de europæiske eller nationale instanser, som intervenienten i denne forbindelse har henvist til, gør en sådan konstatering i modsætning til, hvad intervenienten har anført, det ikke i sig selv muligt at fastslå, at intervenienten som centralt organ for denne koncern også udgør en bestemt virksomhed i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i den retspraksis, der er nævnt i præmis 142 ovenfor. Dette begreb har nemlig et selvstændigt indhold i EU-varemærkeretten, således som denne er blevet fortolket i den retspraksis, der er nævnt ovenfor, og må ikke forveksles med eller anvendes analogt på de begreber, der er udviklet inden for andre områder af EU-retten, såsom konkurrenceretten eller området for tilsyn med kreditinstitutter.

150 De kriterier, der finder anvendelse med henblik på at fastslå, om der foreligger en Crédit Mutuel-koncern, der er underlagt tilsyn, eller som er omfattet af anvendelsen af konkurrenceretten, er nemlig ikke de samme som dem, der finder anvendelse med henblik på at fastslå, om der foreligger en »bestemt virksomhed« som omhandlet i den retspraksis, der vedrører brugen af et individuelt EU-varemærke i overensstemmelse med dets væsentligste funktion.

151 I dette sidstnævnte tilfælde er det eneste relevante kriterium, om brugen af det anfægtede varemærke for de varer og tjenesteydelser, der leveres af et medlem af Crédit Mutuel-koncernen, over for forbrugerne garanterer, at disse varer og disse tjenesteydelser hidrører fra en bestemt virksomhed, der fører kontrol med leveringen af de nævnte varer og tjenesteydelser, og som derfor kan tillægges ansvaret for deres kvalitet. Intervenienten har imidlertid ikke godtgjort, at dette er tilfældet for så vidt angår Crédit Mutuel-koncernen.

152 De argumenter, som intervenienten har fremført for at godtgøre, at den indirekte, men nødvendigvis, fører kontrol med kvaliteten af de varer og tjenesteydelser, der udbydes af de banker, som indgår i Crédit Mutuel-koncernen, er ikke overbevisende. Intervenienten har nemlig anført, at bankernes finansielle soliditet, solvens og likviditet, er egenskaber, som forbrugeren tillægger vægt hos en pålidelig bank. Eftersom CNCM i denne forbindelse fører kontrol med de andre banker, der indgår i denne koncern, er den af denne grund også ansvarlig for kvaliteten af de varer og tjenesteydelser, som de leverer.

153 Selv om ansvaret for at føre tilsynskontrol kan påvirke kundernes opfattelse af de banker, der tilhører Crédit Mutuel-koncernen ved at styrke deres image som »pålidelige banker«, gør denne kontrol det imidlertid ikke muligt at fastslå, at intervenienten ud over at overvåge deres finansielle situation også fører kontrol med de varer og tjenesteydelser, som de leverer til forbrugerne, således at intervenienten kan tillægges ansvaret for deres kvalitet. Det er imidlertid kun dette sidstnævnte kriterium, der gør det muligt at fastslå, om det anfægtede individuelle varemærke, som intervenienten er indehaver af, angiver, at de varer og tjenesteydelser, som det betegner, hidrører fra en bestemt virksomhed, hvilket således garanterer deres handelsmæssige oprindelse og gør det muligt for dette varemærke at opnå fornødent særpræg som følge af den kollektive brug, som medlemmerne af Crédit Mutuel-koncernen har gjort deraf.

154 Det følger heraf, at det anfægtede individuelle varemærke i det foreliggende tilfælde ikke er blevet brugt i overensstemmelse med dets væsentligste funktion som en angivelse af varernes og tjenesteydelsernes handelsmæssige oprindelse som hidrørende fra en bestemt virksomhed, der fører kontrol med disses fremstilling eller levering, og som kan tillægges ansvaret for deres kvalitet, men, således som EUIPO og sagsøgeren i det væsentlige har anført, som angivelse af en kollektiv handelsmæssig oprindelse, eller nærmere bestemt som angivelse af, at de omhandlede varer og tjenesteydelser hidrører fra en producent eller en tjenesteyder, der tilhører den forening eller sammenslutning, der udgøres af de banker, som er tilknyttet Crédit Mutuel-koncernen. Intervenienten har i øvrigt udtrykkeligt bekræftet (jf. de af intervenienten anførte argumenter, der er nævnt i præmis 122-127 ovenfor), at det anfægtede varemærke udgør et tegn, som den relevante kundekreds genkender som tilhørende Crédit Mutuel-koncernen.

155 En sådan brug af det anfægtede varemærke som oprindelsesangivelse for de varer eller tjenesteydelser, der udbydes af de banker, som er tilknyttet Crédit Mutuel-koncernen, kan imidlertid i givet fald gøre det muligt at konstatere, at et kollektivmærke opfylder sin funktion som oprindelsesangivelse. Et EU-kollektivmærke angiver i modsætning til et individuelt varemærke nemlig ikke varer og tjenesteydelser, der hidrører fra en bestemt virksomhed, men gør det i henhold til artikel 74 i forordning 2017/1001 muligt at identificere den handelsmæssige oprindelse for de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, for så vidt som de hidrører fra medlemmerne af den sammenslutning, som er indehaver af dette mærke (jf. i denne retning dom af 8.6.2017, W.F. Gözze Frottierweberei og Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, præmis 50, og af 20.9.2017, The Tea Board mod EUIPO, C-673/15 P – C-676/15 P, EU:C:2017:702, præmis 57).

156 Intervenientens argument om, at forbrugeren forbinder de bankydelser, der udbydes under varemærket Crédit Mutuel, med Crédit Mutuel-koncernen, ved således at skelne mellem disse ydelser og de ydelser, der har en anden oprindelse, udgør snarere en illustration af brugen af dette varemærke som kollektivmærke og ikke som individuelt varemærke.

157 Som det fremgår af præmis 138 ovenfor, er det anfægtede varemærke imidlertid blevet registreret som individuelt varemærke og ikke som kollektivmærke.

158 Eftersom intervenienten ikke har godtgjort, at det anfægtede individuelle varemærke opfyldte den væsentligste funktion som angivelse af den handelsmæssige oprindelse, dvs. den funktion, der består i at garantere, at de varer og tjenesteydelser, som er omfattet af varemærket, hidrører fra en bestemt virksomhed, der fører kontrol med disses levering, og som derfor kan tillægges ansvaret for deres kvalitet, som omhandlet i den retspraksis, der er nævnt i præmis 142 ovenfor, var det med urette, at appelkammeret fandt, at dette varemærke havde opnået fornødent særpræg ved den brug, som medlemmerne af Crédit Mutuel-koncernen havde gjort deraf.

159 Denne konklusion underbygges af den omstændighed, som sagsøgeren har henvist til, nemlig at Crédit Mutuel Arkéa og CM11-CIC, der udgør to selvstændige og konkurrerende koncerner, som de andelsbanker, der indgår i den sammenslutning, hvori intervenienten er det centrale organ, er organiseret i, for at angive deres varer og tjenesteydelser over for deres kunder ud over det anfægtede varemærke anvender forskellige varemærker eller anvender dette varemærke sammen med et specifikt logo for at angive disse varers og tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse som hidrørende fra den ene eller den anden koncern. Denne omstændighed er ikke blevet bestridt af intervenienten, der dog er af den opfattelse, at den ikke er relevant, idet eksistensen af selvstændige varemærker, der betegner de varer og tjenesteydelser, som henholdsvis udbydes af sagsøgeren og CM11-CIC, ikke kan medføre, at der ikke er sket brug af »paraplyvaremærket« Crédit Mutuel, som intervenienten synes at anse for det varemærke, som anvendes af samtlige de banker, der tilhører Crédit Mutuel-koncernen.

160 Som anført i præmis 154 ovenfor, og som intervenienten selv har bekræftet, udgør det anfægtede varemærke, også selv om det skal anses for et »paraplyvaremærke«, imidlertid et tegn, der viser et tilhørsforhold til sammenslutningen, og således højst kan udgøre en angivelse af den fælles oprindelse af de omhandlede varer og tjenesteydelser som hidrørende fra Crédit Mutuel-koncernen.

161 Som det fremgår af den retspraksis, der er nævnt i præmis 131 ovenfor, skal det anfægtede individuelle varemærke i den relevante kundekreds' bevidsthed i sig selv være egnet til at angive de omfattede varer og tjenesteydelser som hidrørende fra en bestemt virksomhed i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i den retspraksis, der er nævnt i præmis 142 ovenfor.

162 Det skal i denne forbindelse endvidere bemærkes, at det var med urette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 97 fandt, at de opinionsundersøgelser, som intervenienten havde fremlagt som bevis for, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug, »utvetydigt« godtgjorde, at den relevante kundekreds anså det anfægtede varemærke for at identificere varerne og bankydelserne som hidrørende fra intervenienten. Det fremgår nemlig af disse undersøgelser, at de

adspurgte personer forbinder tegnet Crédit Mutuel med en bank eller mere generelt et finansielt organ, eller endog et bankprodukt, såsom et lån. Disse undersøgelser kan derfor højst godtgøre, at tegnet Crédit Mutuel for den relevante kundekreds betegner de varer og tjenesteydelser, der henhører under bankområdet, eller den bank eller det finansielle institut, der udbyder dem. Det er i øvrigt netop af denne grund, at det anfægtede varemærke blev anset for beskrivende for disse varer og disse tjenesteydelser, der har en forbindelse til bankvirksomhed.

163 Den omstændighed, som intervenienten har henvist til, at en vis procentdel af de adspurgte personer oplyste, at de havde hørt »navnet« Crédit Mutuel, kan ikke på nogen måde godtgøre, at den relevante kundekreds forbinder det anfægtede varemærke med intervenienten, men højst, at denne kundekreds er bekendt med dette ord, som efter dennes opfattelse udgør en henvisning til en bank, et finansielt institut eller et bankprodukt.

164 De andre argumenter, som intervenienten har fremført, kan ikke rejse tvivl om den ovenfor i præmis 158 anførte konklusion.

165 For det første skal argumentet om, at det, for at et varemærke kan opnå fornødent særpræg ved brug, ikke er nødvendigt, at varemærkeindehaveren benytter det, idet det er tilstrækkeligt, at det faktisk benyttes, af en tredjemand, der har fået samtykke hertil, hvilket er tilfældet i den foreliggende sag for så vidt angår det anfægtede varemærke, forkastes.

166 Den retspraksis, som intervenienten i denne forbindelse her henvist til, vedrører nemlig beviset for reel brug af et varemærke med indehaverens samtykke som omhandlet i artikel 18, stk. 2, i forordning 2017/1001, idet denne reelle brug ligestilles med indehaverens brug. Det skal imidlertid konstateres, at der ikke findes en bestemmelse, der svarer til artikel 18, stk. 2, i forordning 2017/1001 for så vidt angår spørgsmålet, om et varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug, hvilket indebærer, at det ikke umiddelbart kan fastslås, at en tredjemands brug af et varemærke med indehaverens samtykke gør det muligt at godtgøre, at der er opnået fornødent særpræg ved brugen af et varemærke.

167 Domstolen har nemlig anerkendt, at kravene til efterprøvelsen af den reelle brug af et varemærke som omhandlet i artikel 18, stk. 1, i forordning 2017/1001 svarer til de krav, der gælder for et tegns opnåelse af fornødent særpræg ved brug med henblik på dets registrering som omhandlet i denne forordnings artikel 7, stk. 3 (dom af 18.4.2013, Colloseum Holding, C-12/12, EU:C:2013:253, præmis 34), mens den ikke har henvist hertil i forbindelse med de krav, der følger af den nævnte forordnings artikel 18, stk. 2.

168 Den retspraksis, som intervenienten har henvist til vedrørende anvendelsen af artikel 18, stk. 2, i forordning 2017/1001, er derfor ikke relevant for anvendelsen af denne forordnings artikel 7, stk. 3.

169 For det andet gør det af intervenienten fremførte argument om, at der, selv om et selskabsnavn eller en forretningsbetegnelse ikke i sig selv har til formål at skelne mellem varer eller tjenesteydelser, kan foreligge brug af et sådant selskabsnavn »for varer eller tjenesteydelser«, når tredjemand bruger tegnet på en sådan måde, at der skabes en forbindelse mellem det tegn, der udgør tredjemands selskabsnavn eller forretningsbetegnelse, og de varer eller tjenesteydelser, som tredjemand sælger eller præsterer (dom af 11.9.2007, Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, præmis 21-23), det ikke muligt at godtgøre, at det anfægtede varemærke angiver, at de omhandlede varer og tjenesteydelser hidrører fra indehaveren. Som appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 117, er varemærkeindehaveren nemlig intervenienten, hvis selskabsnavn er »Confédération nationale du Crédit mutuel«. Det anfægtede varemærke svarer derfor ikke til intervenientens selskabsnavn.

170 På baggrund af de ovenfor anførte betragtninger skal det andet og det tredje søgsmålsanbringende tages til følge, og den anfægtede afgørelse delvist annulleres, for så vidt som appelkammeret fastslog, at det anfægtede varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug for de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den første kategori, for hvilke det var beskrivende og manglede

særpræg, uden at det er nødvendigt at undersøge de andre klagepunkter, som sagsøgeren har fremsat med henblik på at anfægte appelkammerets vurdering af, om det anfægtede varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug.

Sagsomkostninger

171 Ifølge procesreglementets artikel 134, stk. 1, pålægges det den tabende part at betale sagsomkostningerne, hvis der er nedlagt påstand herom. I henhold til procesreglementets artikel 134, stk. 2, træffer Retten endvidere afgørelse om sagsomkostningernes fordeling, såfremt der er flere tabende parter. Endelig fremgår det af procesreglementets artikel 134, stk. 3, at hvis hver af parterne henholdsvis taber eller vinder på et eller flere punkter, bærer hver part sine egne omkostninger. Retten kan dog, hvis dette efter omstændighederne findes begrundet, beslutte, at en part ud over at bære sine egne omkostninger skal betale en del af modpartens omkostninger.

172 I det foreliggende tilfælde har sagsøgeren nedlagt påstand om, at EUIPO og intervenienten tilpligtes at betale sagsomkostningerne. EUIPO har nedlagt påstand om, at sagsøgeren og intervenienten tilpligtes at betale sagsomkostningerne. Intervenienten har nedlagt påstand om, at sagsøgeren tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

173 Under disse omstændigheder, og henset til den omstændighed, at sagsøgeren, EUIPO og intervenienten har tabt sagen på flere punkter, bestemmes for så vidt angår de med hovedsagen forbundne omkostninger, at sagsøgeren bærer en tredjedel af sine egne omkostninger og betaler en tredjedel af EUIPO's og intervenientens omkostninger, EUIPO bærer to tredjedele af sine egne omkostninger og betaler to tredjedele af sagsøgerens omkostninger, og intervenienten bærer to tredjedele af sine egne omkostninger. Intervenienten bærer de med kontrasøgsmålet forbundne omkostninger.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Anden Afdeling):

1) Afgørelsen truffet den 8. november 2017 af Femte Appelkammer ved Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) (sag R 1724/2016-5) annulleres, for så vidt som det herved konkluderes, at det anfægtede varemærke som følge af den brug, der er gjort deraf, har opnået fornødent særpræg for de varer og tjenesteydelser, for hvilke det var beskrivende og manglede fornødent særpræg.

2) I øvrigt frifindes EUIPO.

3) EUIPO frifindes i kontrasøgsmålet.

4) Crédit Mutuel Arkéa bærer en tredjedel af sine egne omkostninger og betaler en tredjedel af de af EUIPO og af Confédération nationale du Crédit mutuel afholdte omkostninger i hovedsagen.

5) EUIPO bærer to tredjedele af sine egne omkostninger og betaler to tredjedele af de af sagsøgeren afholdte omkostninger i hovedsagen.

6) Confédération nationale du Crédit mutuel bærer to tredjedele af sine egne omkostninger i hovedsagen og bærer sine egne omkostningerne vedrørende behandlingen af kontrasøgsmålet.

Prek Buttigieg Schalin

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 24. september 2019.

Underskrifter