Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (teine koda)

24. september 2019*

[30. jaanuari 2020. aasta määrusega parandatud tekst]

Euroopa Liidu kaubamärk – Kehtetuks tunnistamise menetlus – Euroopa Liidu sõnamärk Crédit Mutuel – Absoluutsed keeldumispõhjused – Kirjeldav iseloom – Eristusvõime puudumine – Kasutamise käigus omandatud eristusvõime – Vastuhagi – Määruse (EL) 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktid b ja c ning lõige 3 – Määruse 2017/1001 artikli 59 lõike 1 punkt a ja lõige 2

Kohtuasjas T-13/18,

Crédit Mutuel Arkéa, asukoht Relecq Kerhuon (Prantsusmaa), esindajad: advokaadid A. Casalonga, F. Codevelle ja C. Bercial Arias,

hageja,

versus

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindaja: M. D. Hanf,

kostja,

teine pool EUIPO apellatsioonikoja menetluses, menetlusse astuja Üldkohtus oli

Confédération nationale du Crédit mutuel, asukoht Pariis (Prantsusmaa), esindajad: advokaadid B. Moreau-Margotin ja M. Merli,

mille ese on hagi EUIPO viienda apellatsioonikoja 8. novembri 2017. aasta otsuse (asi R 1724/2016-5) peale, mis käsitleb Crédit Mutuel Arkéa ja Confédération nationale du Crédit mutueli vahelist kehtetuks tunnistamise menetlust,

ÜLDKOHUS (teine koda),

koosseisus: president M. Prek, kohtunikud: E. Buttigieg (ettekandja) ja B. Berke,

kohtusekretär: vanemametnik J. Palacio González,

arvestades hagiavaldust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 15. jaanuaril 2018,

arvestades EUIPO esitatud kostja vastust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 29. märtsil 2018,

arvestades menetlusse astuja seisukohti, mis saabusid Üldkohtu kantseleisse 29. märtsil 2018,

* Kohtumenetluse keel: prantsuse.

arvestades menetlusse astuja vastuhagi, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 29. märtsil 2018,

arvestades hageja seisukohti vastuhagi kohta, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 2. augustil 2018,

arvestades EUIPO seisukohti vastuhagi kohta, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 29. mail 2018,

arvestades Üldkohtu kirjalikke küsimusi pooltele ja nendele küsimustele antud vastuseid, mis saabusid Üldkohtu kantseleisse 1. ja 4. veebruaril 2019,

arvestades 26. veebruaril 2019 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja, Crédit Mutuel Arkéa, on vastastikune ühistupank.

2 Ta kuulub kontserni Crédit Mutuel, mis on kolmel piirkonnatasandil (kohalik, regionaalne ja üleriigiline) korraldatud vastastikune investeerimispangakontsern (edaspidi „kontsern Crédit Mutuel“). Crédit mutueli iga kohalik kassa peab kuuluma piirkondlikku föderatsiooni ning iga föderatsioon peab kuuluma Confédération nationale du Crédit mutueli (Crédit mutueli riiklik konföderatsioon, edaspidi „CNCM“), mis on võrgustiku kesküksus Prantsusmaa raha- ja rahandusseadustiku (code monétaire et financier, edaspidi „CMF“) artiklite L.512-55 ja L.512-56 tähenduses. Kontserni Crédit Mutuel kuuluvad pangad on koondatud peamiselt kahte iseseisvasse ja konkureerivasse kontserni: Crédit Mutuel Arkéa ja CM11-CIC.

3 Menetlusse astuja esitas 5. mail 2011 Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametile (EUIPO) nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1), muudetud redaktsioonis (asendatud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määrusega (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1)), ELi kaubamärgi registreerimise taotluse.

4 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnaline tähis Crédit Mutuel.

5 Kaubad ja teenused, mille jaoks registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) eelkõige klassidesse 9, 16, 35, 36, 38, 42 ja 45.

6 Tähis Crédit Mutuel registreeriti 20. oktoobril 2011 Euroopa Liidu üksikkaubamärgina numbriga 9943135 nimelt eespool punktis 5 osutatud kaupade ja teenuste jaoks.

7 Hageja esitas 26. veebruaril 2015 vaidlusaluse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse kõikide kaupade ja teenuste osas, mille jaoks see oli registreeritud, tuginedes eelkõige määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punktile a (nüüd määruse 2017/1001 artikli 59 lõike 1 punkt a), põhjusel, et see kaubamärk registreeriti vastuolus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktidega b ja c (nüüd määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktid b ja c).

8 Tühistamisosakond lükkas 11. augusti 2016. aasta otsusega kehtetuks tunnistamise taotluse tervikuna tagasi, leides, et ühelt poolt on vaidlusalune kaubamärk teatava osa asjaomaste kaupade ja teenustega seoses kirjeldav, kuid on nende kaupade ja teenuste osas omandanud kasutamise käigus eristusvõime, ning teiselt poolt, et see kaubamärk ei ole kirjeldav muude kaupade ja teenuste osas, mis ei kuulu pangandusvaldkonda.

9 Hageja esitas 20. septembril 2016 EUIPO-le määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 (nüüd määruse 2017/1001 artiklid 66–71) alusel tühistamisosakonna otsuse peale kaebuse osas, milles otsuses oli tuvastatud esiteks, et vaidlusalune kaubamärk ei ole teatavaid kaupu ja teenuseid kirjeldav, ning teiseks järeldatud, et vaidlusalune kaubamärk on nende kaupade ja teenuste osas, mille jaoks teda peeti kirjeldavaks, omandanud kasutamise käigus eristusvõime.

10 Menetlusse astuja palus 16. veebruari 2017. aasta vastuses apellatsioonikojal jätta kaebus rahuldamata ja tühistada tühistamisosakonna otsus osas, milles leiti, et vaidlusalune kaubamärk on teatavate kaupade ja teenuste osas kirjeldav.

11 EUIPO viienda apellatsioonikoja 8. novembri 2017. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus“) jäeti kaebus rahuldamata.

12 Esiteks leidis apellatsioonikoda samamoodi nagu tühistamisosakond, et asjaomane avalikkus koosneb ühelt poolt laiast üldsusest, kes on piisavalt tähelepanelik ja arukas, ning teiselt poolt spetsialistidest, vähemalt osas, mis puudutab tehnilisi või erialaseid kaupu ja teenuseid. Lisaks, mis puutub teatud teenustesse, nagu finants- või kinnisvarateenused, millel võivad apellatsioonikoja sõnul olla nende kasutajate jaoks olulised rahalised tagajärjed, siis leidis apellatsioonikoda, et laia üldsuse hulgas on tarbijate tähelepanutase kõrge. Ta täpsustas ühtlasi, et kuna vaidlusalune kaubamärk koosneb prantsuskeelsetest sõnadest, siis on asjaomased tarbijad, keda tuleb arvesse võtta, prantsuse keelt kõnelevad tarbijad.

13 Teiseks leidis apellatsioonikoda, et väljend „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] viitab teatud tüüpi pangandustegevusele, mida teostavad ühistupangad, kelle tegevus „[on] sama mis nn klassikalistel pankadel, kuigi nad ei [tegutse] samal eesmärgil, s.t rahalise kasu teenimiseks“. Seepärast leidis apellatsioonikoda, et kuna vaidlusalusel kaubamärgil on märgitud, et sellega hõlmatud kaubad ja teenused kuuluvad pangandustegevuse valdkonda, siis on see kaubamärk nende liiki, eset ja otstarvet kirjeldav.

14 Kolmandaks leidis ta sellest tulenevalt kauba- ja teenusterühmade kaupa üldist põhjendust kasutades, et vaidlusalune kaubamärk on järgmiste kaupade ja teenuste suhtes (edaspidi „esimesse rühma kuuluvad kaubad ja teenused“) kirjeldav, mitte eristav, kuna neile on iseloomulik piisavalt otsene ja tihe seos pangandusvaldkonnaga:

– klass 9: „pangaautomaadid, sularahaautomaadid; pangakaardid; kiipkaardid, eelkõige mälukaardid või mikroprotsessoriga või magnet- või kiipkaardid, mis sisaldavad ühikukrediiti“;

– klass 35: „ärinõustamine, äriuuringud või äriteave; ärijuhtimisalane abi tööstus- või kaubandusettevõtjatele, vabakutselistele ettevõtjatele, käsitööettevõtjatele, kohalikele omavalitsusüksustele, eraisikutele; spetsialisti ärialased konsultatsioonid; majandusanalüüsid, -hinnangud, -teave ja majandusprognoosid; majandusteave, statistika ja äriteave finants-, raha- ja väärtpaberiturgude kohta andmesidevahendite, arvutivõrkude, interneti-, intraneti- ja ekstranetivõrgu kaudu; isiklikule pangandus- ja finantsteabele juurdepääsu võimaldavad turvalise internetisaidi kasutajaks registreerimise teenused; faili-, arvutiandmebaasi- ja -pangahaldus, elektrooniliste ärikataloogide haldus pangandus-, finants-, rahandus- ja börsisektoris; finantstoodete, väärtpaberiportfellide haldamine börsil, portfellihaldus volituse alusel; raamatupidamise ja kontoväljavõtete auditeerimise teenused“;

– klass 36: „finantsteenused; rahandusteenused; pangandusteenused; pangateenused veebis; pangakontohaldus; portfellihaldus; krediit- ja deebetkaarditeenused; börsimaakleri teenused; finantshinnangud (pangad), maksuhinnangud ja -ekspertiisid; võlgade sissenõudmine; faktooring; reisitšekkide ja akreditiivide väljastamine; finants-, pangandus-, rahandus- ja börsiteenused telefonivõrkude, arvutisidevõrkude kaudu; ühe või mitme finantsinstrumendi kohta tellimuste vastuvõtmine, täitmine ja edastamine teenusena kolmandatele isikutele (emitendid ja investorid); väärtpaberiportfellide finantsjuhtimine; püsituluväärtpaberi-, valuuta- ja aktsiaturgude finantsanalüüs; pangandus- ja finantsteabe- ja -nõustamisteenused; investeerimis- ja kapitalimahutusalased teabe- ja nõustamisteenused; investeerimisteenused ja rahapaigutusteenused; valuutavahetuskontorid, väärtpaberihoiused, seifihoiused; varahaldus; laenuteenused; liising; säästuhoiused; toimingud ja tehingud finantsturgudel; rahaülekandeteenused; turvatud maksete teenused; aktsiate, võlakirjade ja vabalt võõrandatavate väärtpaberite (eurofondid) emiteerimine ja haldamine; pangandus-, finants- ja rahandusteave nimelt telefoni, andmesidevahendite, arvutivõrkude, interneti-, intraneti- ja ekstranetivõrkude kaudu“.

15 Apellatsioonikoda leidis siiski, samamoodi nagu tühistamisosakond, et menetlusse astuja oli vastavalt määruse 2017/1001 artikli 7 lõikele 3 esitanud tõendid, mis kinnitavad vaidlusaluse kaubamärgi kasutamise käigus omandatud eristusvõimet esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenuste suhtes.

16 Neljandaks leidis ta, et vaidlusalune kaubamärk ei ole kirjeldav ja eristav järgmiste kaupade ja teenuste osas (edaspidi „teise rühma kuuluvad kaubad ja teenused“), kuna neid iseloomustab pangandusvaldkonnaga piisavalt spetsiifilise, otsese, tiheda või selge seose puudumine:

– klass 9: „münt- või žetoonkäivitatavad automaadid; magnet-, digitaal- ja optilised andmekandjad, CD-ROMid, videoplaadid; tarkvara, nimelt andmetöötlustarkvara; veebiinfoleht“;

– klass 16: „trükitooted; raamatud; erialaajakirjad; ajakirjad; ajalehed; teabevoldikud, brošüürid, plakatid, kalendrid, kleebised, reklaamtrükised, blanketid; bülletäänid ja registreerumisvormid“;

– klass 36: „kindlustusteenused; kinnisvaratehingud; kindlustusfondide teenused; kindlustusvahendus; finantstegevuse hinnangud (kindlustus, kinnisvara); vallas- või kinnisvara haldamine; finantssponsorlus“;

– klass 38: „andmete ülekandmine ja levitamine; andmebaaside ja arvuti- või telemaatikaandmebaaside serverikeskuste kaudu kättesaadavate andmete edastamine; andmete edastamine andemaasidesse ja arvuti- või telemaatikaandmebaaside serverikeskustesse juurdepääsu koodiga“;

– klass 42: „andmete turvaliselt üleslaadimise teenused“;

– klass 45: „õigusteenuste pakkumise korraldamine; kohtuprotsessidega seotud teenused; turvateenused vara ja isikute kaitseks“.

Menetlus ja poolte nõuded

17 Hageja esitas hagiavaldusega, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 15. jaanuaril 2018, käesoleva hagi.

18 Hageja palub sisuliselt Üldkohtul:

– tühistada vaidlustatud otsus osaliselt;

– jätta vastuhagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja EUIPO-lt ja menetlusse astujalt.

19 EUIPO palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– jätta vastuhagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja hagejalt ja menetlusse astujalt.

20 Menetlusse astuja palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– rahuldada vastuhagi ja tuvastada, et vaidlusalune kaubamärk ei ole kirjeldav ja on seega kehtiv;

– mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

Vastuvõetavus

Põhihagi ese

21 Vastuseks Üldkohtu kirjalikule küsimusele ja arvestades EUIPO argumenti, et hagi on vastuvõetamatu osas, milles see puudutab klassi 16 kuuluvaid kaupu „plakatid, kalendrid, kleebised“, märkis hageja, et neid kaupu tema hagi ei puuduta. Seda tuleb arvesse võtta.

22 Lisaks märkis ta hagiavalduses klassi 36 kuuluvate „pangandusteenuste“ kohta, et vaidlusalune kaubamärk tuleb nende teenuste osas kehtetuks tunnistada, kuna sõnad „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] on üldnimetus, aga ka ühte tüüpi pangandusteenuse seaduslik nimetus Prantsusmaal, ning järelikult puudub vaidlusalusel kaubamärgil eristusvõime ning see on vähemasti neid „pangandusteenuseid“ kirjeldav.

23 EUIPO väidab, et selline etteheide on vastuvõetamatu põhjusel, et arvestades apellatsioonikoja järeldust, nagu on eespool punktis 14 meelde tuletatud, soovib hageja saada Üldkohtult kinnitavat kohtuotsust.

24 [30. jaanuari 2020. aasta kohtumäärusega parandatud tekst] Vastuseks Üldkohtu kirjalikule küsimusele märkis hageja, et käesoleva hagi raames ei vaidlusta ta apellatsioonikoja järeldust, et vaidlusalune kaubamärk on kirjeldav esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenuste suhtes, mille hulka kuuluvad klassi 36 „pangandusteenused“, vaid ainult järeldust, et see kaubamärk on nende kaupade ja teenuste osas omandanud kasutamise käigus eristusvõime. Seda tuleb arvesse võtta.

Vastuhagi ese

25 EUIPO märgib, et menetlusse astuja palub oma vastuhagis Üldkohtul tuvastada, et vaidlusalune kaubamärk ei ole esimesse rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid kirjeldav ning on seega kehtiv. Selline nõue, millega menetlusse astuja soovib, et Üldkohus teeks tuvastamisotsuse, tuleb tema sõnul vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata.

26 Vastuhagi oleks vastuvõetav vaid siis, kui Üldkohus oleks valmis tõlgendama menetlusse astuja nõudeid nii, et nende eesmärk on tegelikult muuta vaidlustatud otsust, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel esitatud kehtetuks tunnistamise taotlus jäetaks rahuldamata ka seoses esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenustega, mille suhtes apellatsioonikoda järeldas, et vaidlusalune kaubamärk on kirjeldav.

27 Menetlusse astuja märkis oma 4. septembri 2018. aasta kirjas, milles ta taotles kohtuistungi pidamist, et tema hagi eesmärk on vaidlustatud otsuse muutmine osas, milles see põhineb ekslikul arusaamal, et vaidlusalune kaubamärk on olemuselt kirjeldav.

28 Hageja ja EUIPO märkisid kohtuistungil Üldkohtu küsimusele vastates, et neil ei ole vastuväiteid vastuhagi tõlgendamise kohta nii, et selle eesmärk on vaidlustatud otsust muuta, mis märgiti ära kohtuistungi protokollis.

29 Tuleb märkida, et sellise nõudega taotleb menetlusse astuja mitte üksnes vaidlustatud otsuse muutmist, vaid tingimata ka selle otsuse tühistamist (vt selle kohta 27. veebruari 2014. aasta kohtuotsus Advance Magazine Publishers *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Nanso Group (TEEN VOGUE), T-509/12, EU:T:2014:89, punkt 16 ja seal viidatud kohtupraktika), mis järeldub ka vastukaebuse ainsa väite argumentidest, mille kohaselt on sisuliselt rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõike 1 punkti a koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c.

Hagiavalduse teatavate lisade vastuvõetavus

30 EUIPO võttis kohtuistungil tagasi oma vastuväited hagiavalduse lisade A.47 ja A.49 vastuvõetavuse kohta; see kanti kohtuistungi protokolli.

Sisulised küsimused

31 Hageja põhjendab oma hagi kolme väitega. Esimese väite kohaselt on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõike 1 punkti a koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c. Teise ja kolmanda väite kohaselt on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõikega 3.

32 Üldkohtu kodukorra artikli 182 alusel esitatud vastuhagi raames esitab menetlusse astuja ühe ainsa väite, mille kohaselt sisuliselt on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c.

33 Kuivõrd menetlusse astuja vaidlustab vastuhagis esitatud ainsa väitega apellatsioonikoja järelduse, et vaidlusalune kaubamärk on esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenuste suhtes kirjeldav ja seega mitte eristav, siis tuleb analüüsida seda kõigepealt. Seejärel tuleb teiseks analüüsida põhihagi esimest väidet, et on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c, ning kolmandaks analüüsida põhihagi teist ja kolmandat väidet koos selles osas, et sisuliselt on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõikega 3.

Vastuhagi ainus väide, et sisuliselt on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c

34 Menetlusse astuja väidab sisuliselt, et vaidlusalune kaubamärk ei ole kirjeldav ja on seega esimese rühma kuuluv kaupade ja teenuste suhtes eristav.

35 Esiteks vaidlustab menetlusse astuja tähenduse, mis on apellatsioonikoja hinnangul väljendil „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] asjaomase avalikkuse jaoks.

36 Sellega seoses väidab ta kõigepealt, et väljendit „crédit mutuel“ ei ole sõnaraamatus *Larousse* määratletud, vaid see on selles sõnaraamatus märgitud viitega Crédit Mutueli võrgu korraldusele, milles menetlusse astuja on kesküksus.

37 Pealegi ei ole need sõnad pangandustoote või -teenuse üldnimetus, kuna need ei tähista teatavat tüüpi pangandusteenust, vaid asjaomane avalikkus tajub neid kui eristavat tähist, mis võimaldab identifitseerida nendega tähistatud kaupu ja teenuseid CNCMist või Crédit Mutueli võrgust pärinevatena.

38 Teiseks leiab ta, et asjaolu, et neid sõnu on mainitud CMFis, ei tähenda siiski, et tegemist on üldnimetusega, mis tähistab üldiselt ühistupanku või mõnda nende pangandustegevusaladest, sest CMFi sätted näitavad ühelt poolt, et mõistet „vastastikune krediit“ ei ole täpselt määratletud ja seda kasutatakse ainult viitena CNCMile ja vastastikuse krediidi kassade võrgule, ning teiselt poolt, et see väljend on reserveeritud CNCMile ja selle liikmetele.

39 Kolmandaks märgib menetlusse astuja, et ajaloolised vastastikkuse teooriad ei mõjuta seda, kuidas asjaomane avalikkus vaidlusalust kaubamärki tajub, ja et seosed, mida võib vaidlusalune kaubamärk vastuhagis nimetatud kaupade ja teenuste suhtes luua teatud tüüpi vastastikuse organisatsiooniga, ei ole otsesed ega vahetud.

40 Hageja ja EUIPO vaidlevad menetlusse astuja argumentidele vastu ja paluvad vastukaebuse ainus väide tagasi lükata.

41 Nagu eespool punktidest 27 ja 29 nähtub, palub menetlusse astuja Üldkohtul vaidlustatud otsus tühistada ja muuta seda osas, milles see põhineb tema arvates ekslikul arusaamal, et vaidlusalune kaubamärk on olemuselt kirjeldav.

42 Sellega seoses tuleb kõigepealt meenutada, et määruse 2017/1001 artikli 59 lõike 1 punkti a kohaselt tunnistatakse Euroopa Liidu kaubamärk EUIPO-le esitatud taotluse põhjal kehtetuks, kui see on registreeritud selle määruse artikli 7 sätete vastaselt.

43 Määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt ei registreerita „kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi“.

44 Väljakujunenud kohtupraktikast tuleneb, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkt c täidab üldise huvi eesmärki, mille kohaselt peavad tähised või märgid, mis kirjeldavad asjaomaste kaupade ja teenuste omadusi, olema kõikide jaoks vabalt kasutatavad. Seega takistab see säte selliste märkide või tähiste kasutamise ainuõiguse ainult ühele ettevõtjale andmist üksnes sellel põhjusel, et need on registreeritud kaubamärgina (vt 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 31 ja seal viidatud kohtupraktika).

45 Märke või tähiseid, mis võivad kaubanduses tähistada nende kaupade või teenuste omadusi, mille jaoks kaubamärki soovitakse registreerida, loetakse määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses pealegi selliseks, mis ei saa täita kaubamärgi peamist ülesannet identifitseerida kauba või teenuse päritolu, et võimaldada kaubamärgiga tähistatud kaupa või teenust ostnud tarbijal hilisemate ostude korral teha sama otsus juhul, kui kogemus osutus positiivseks või teha teistsugune otsus, kui kogemus osutus negatiivseks (vt 12. juuni 2007. aasta kohtuotsus, MacLean-Fogg *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (LOKTHREAD), T-339/05, ei avaldata, EU:T:2007:172, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika).

46 Seetõttu on selleks, et tähis kuuluks eespool punktis 43 viidatud sättes sisalduva keelu kohaldamisalasse, vaja, et tähisel on kõnealuste kaupade või teenustega piisavalt otsene ja konkreetne seos, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on

kõnealuste kaupade või teenuste liigi või mõne omaduse kirjeldusega (vt 12. juuni 2007. aasta kohtuotsus LOKTHREAD, T-339/05, ei avaldata, EU:T:2007:172, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika).

47 Siinkohal tuleb täpsustada, et Euroopa Liidu seadusandja on määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktis c sõnastust „liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi“ kasutades esiteks näidanud, et kõiki neid sõnu tuleb mõista kaupade või teenuste omadustena, ja teiseks täpsustanud, et see loetelu ei ole ammendav ning arvesse võib võtta kauba või teenuse mis tahes muid omadusi (10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus Agencja Wydawnicza Technopol *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 49).

48 Seadusandja valitud sõna „omadus“ ilmestab asjaolu, et nimetatud sättega hõlmatavad tähised tähistavad üksnes taotlusega hõlmatavate kaupade ja teenuste teatavat omadust, mida asjaomane avalikkus kergesti ära tunneb. Tähise registreerimisest saab määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel keelduda üksnes juhul, kui on mõistlik eeldada, et asjaomane avalikkus peaks seda tõesti ühe asjaomase omaduse kirjelduseks (vt selle kohta 10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus Agencja Wydawnicza Technopol *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 50 ja seal viidatud kohtupraktika).

49 Lõpuks tuleb meelde tuletada, et seda, kas tähis on kirjeldav, saab hinnata ühelt poolt ainult seoses sellega, kuidas asjaomane avalikkus tähist mõistab ja teiselt poolt vaid seoses asjaomaste kaupade või teenustega (vt 12. juuni 2007. aasta kohtuotsus LOKTHREAD, T-339/05, ei avaldata, EU:T:2007:172, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika).

50 Seega tuleb hinnata, kas apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuses õigesti, et sõnaline tähis Crédit Mutuel on asjaomase avalikkuse silmis esimesse rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid kirjeldav.

51 Kõigepealt, mis puutub asjaomase avalikkuse kindlakstegemisse, siis tuleb märkida, et apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuse punktides 39 ja 40, et vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaubad ja teenused on suunatud mitte üksnes laialale üldsusele, kes on piisavalt tähelepanelik ja arukas, vaid ka spetsialistidele, vähemalt tehniliste või erialaste kaupade ja teenuste osas. Apellatsioonikoja sõnul on need viimased nimetatud teenuste tellimisel tähelepanelikumad kui laia üldsuse tarbijad. Lisaks on tema sõnul teatavate teenuste suhtes nagu finants- või kinnisvarateenused, millel võivad olla nende kasutajatele olulised rahalised tagajärjed, laia üldsuse hulka kuuluvate tarbijate tähelepanelikkuse tase nende teenuste valimisel pigem kõrge. Apellatsioonikoda täpsustas ühtlasi, et kuna vaidlusalune kaubamärk koosneb prantsuskeelsetest sõnadest, siis on asjaomased tarbijad, keda tuleb arvesse võtta, prantsuse keelt kõnelevad tarbijad. See asjaomase avalikkuse määratlus, mida menetlusse astuja ei ole vaidlustanud, ei ole ekslik.

52 Seejärel leidis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktides 46 ja 47 vaidlusalust kaubamärki moodustavate sõnade tähenduse kohta selliselt määratletud asjaomase avalikkuse jaoks, tuginedes sõnade „krediit“ ja „vastastikune“ määratlusele sõnaraamatu *Larousse* veebiversioonis ja kinnituseks hageja esitatud dokumentidele, et [nende] sõnade omavahel ühendamine viitab finantsvaldkonna ühistule, mis seisneb peamiselt finantskrediidi andmises ja tagamises mitme ühte ja samasse üksusesse koondunud äriühingu vahel, mida määratletakse „vastastikkusena“, mille iga kasutaja on samal ajal kasusaaja ja omanik“, ja et seega väljend „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] viitab teatud tüüpi pangandustegevusele, mida teostavad ühistupangad, kelle tegevus „[on] sama mis nn klassikalistel pankadel, kuigi nad ei tegutse samal eesmärgil, s.t rahalise kasu teenimiseks.

53 Lõpuks järeldas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 48 väljendi „vastastikune krediit“ tähenduse kohta, et vaidlusalune kaubamärk on esimesse rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid kirjeldav nende liigi, eseme ja otstarbe poolest, kuna see viitab selgelt nendele kaupadele ja teenustele, näidates, et neid kasutatakse pangandustegevuses. Lisaks märkis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse

punktis 73, et vaidlusalune kaubamärk ei võimalda asjaomasel avalikkusel nimetatud kaupade ja teenuste kaubanduslikku päritolu identifitseerida ja seepärast ei ole sellel kaubamärgil nende kaupade ja teenuste suhtes eristusvõimet.

54 Apellatsioonikoja selle järelduse vaidlustamiseks väidab menetlusse astuja, et tähendus, mis apellatsioonikoja hinnangul on väljendil „vastastikune krediit“ asjaomase avalikkuse jaoks, on ekslik.

55 Sellega seoses väidab ta esiteks, et väljendit „vastastikune krediit“ ei ole sõnaraamatus *Larousse* määratletud. Selline asjaolu ei ole siiski oluline, sest nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 41 märkis, ei maini sõnastikud väljendite puhul kõiki asjaomaste sõnade võimalikke kombinatsioone. Seega järeldas apellatsioonikoda õigesti, et arvesse tuleb võtta sellise väljendi tavalist ja ilmset tähendust.

56 Teiseks tuleb märkida, et vastupidi sellele, mida väidab menetlusse astuja, ei nähtu vaidlustatud otsusest, et apellatsioonikoda leidis, et sõnaliste osade „krediit“ ja „vastastikune“ kombinatsioon on pangandustoote või -teenuse üldnimetus, ega ka seda, et apellatsioonikoda leidis, et väljend „vastastikune krediit“ tähistab „konkreetset tüüpi pangandusteenust“ konkreetse laenuliigi tähenduses panganduspraktikas. Kuna apellatsioonikoda märkis, et vaidlusalune kaubamärk viitab „teatud tüüpi pangandustegevusele, mida teostavad ühistupangad“, siis tugines apellatsioonikoda vahetegemisele nn „klassikalisel“ pangal ja nn „ühistu“ panga vahel, millel ei ole sama eesmärk, s.t rahalise kasu teenimine, kuid mis tegutsevad samadel pangandustegevusaladel (nagu laenu-, krediidi- või rahastamisteenused).

57 Sellest järeldub, et apellatsioonikoja järeldus väljendi „vastastikune krediit“ tähenduse kohta asjaomase avalikkuse jaoks ei ole ekslik.

58 Seda järeldust kinnitavad ka cour d’appel de Paris’ (Pariisi apellatsioonikohus, Prantsusmaa) kaalutlused tema 27. veebruari 2018. aasta kohtuotsuses (kohtuasi nr 16/14398), mille esitas menetlusse astuja Üldkohtule oma vastuhagi lisas. See kohtuotsus tehti vaidluses hageja taotluse üle tunnistada kehtetuks menetlusse astujale kuuluv Prantsuse kollektiivkaubamärk, mis koosneb samadest sõnadest „krediit“ ja „vastastikune“ nagu vaidlusalune kaubamärk. Vastavalt cour d’appel de Paris’ (Pariisi apellatsioonikohus) poolt selles kohtuotsuses esile toodud kaalutlustele tuleneb CMFist ja eelkõige selle artiklitest L.515-55 ja R.512-20, et väljendit „vastastikune krediit“ kasutatakse seal niisugust tüüpi pangandustegevuse tähistamiseks, mis seisneb pangandusteenuste pakkumises vastastikuse krediidi põhimõtteid rakendades. Cour d’appel de Paris (Pariisi apellatsioonikohus) lisas, et selles osas ei ole oluline, et CMF ei näe ette vastastikuse krediidi täpset määratlust, kuna nendel CMFis kasutatud sõnadel on tähendus, mis on seotud vastastikuse krediidi kassade eesmärgi määratlusega, ja CMFi artiklis R.512-20 on määratletud vastastikuse krediidi üldpõhimõtted, nagu näiteks mittetulunduslik laad, kassade tegevuse piirdumine konkreetse piirkonnaga või ühtse liikmeterühmaga ja liikmete vastutuse määramine. Cour d’appel de Paris’ (Pariisi apellatsioonikohus) hinnangul on selle pangandustegevuse liik, mis on vastastikune krediit, selliselt määratletud nende üldpõhimõtetega.

59 Seega vastab cour d’appel de Paris’ (Pariisi apellatsioonikohus) poolt väljendile „vastastikune krediit“, mis moodustab menetlusse astujale kuuluva Prantsuse kaubamärgi, antud määratlus sisuliselt samale tähendusele, mille andis apellatsioonikoda samadele sõnadele, mis moodustavad vaidlusaluse kaubamärgi.

60 Siinkohal tuleks meenutada, et kuigi Euroopa Liidu kaubamärkide kord on iseseisev süsteem, mis koosneb normide kogumist ja edendab sellele eriomaseid eesmärke, ning selle kohaldamine on igasugusest riigisisesest süsteemist sõltumatu, nähtub kohtupraktikast samuti, et ei pooltel ega Üldkohtul endal ei ole keelatud lähtuda liidu õiguse tõlgendamisel riigisisesest kohtupraktikast. Järelikult, isegi kui riikide ametiasutuste otsused ei ole Euroopa Liidu kaubamärgiõiguse kohaldamisel siduvad, võib neid arvesse võtta, eriti – nagu käesoleval juhul – selleks et hinnata vaidlusalust

kaubamärki moodustavate sõnade tähendust asjaomase avalikkuse jaoks (vt 25. novembri 2014. aasta kohtuotsus UniCredit *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, T-303/06 RENV ja T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, punkt 91 ja seal viidatud kohtupraktika).

61 Seejärel vaidlustab menetlusse astuja apellatsioonikoja järelduse, et vaidlusaluse kaubamärgi tähendust asjaomase avalikkuse jaoks arvestades on vaidlusalune kaubamärk pangandustegevusega seotud kaupu ja teenuseid kirjeldav. Menetlusse astuja argumentidega selle kohta ei saa siiski nõustuda.

62 Esiteks, mis puutub tema argumenti, et asjaomane avalikkus tajub väljendit „vastastikune krediit“ kui eristavat tähist, mis võimaldab identifitseerida sellega tähistatud kaupu ja teenuseid CNCMilt või Crédit Mutueli võrgustikust pärinevana, siis tuleb tõdeda, et see argument kuulub määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 3, mitte aga artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamisalasse, kuna selle analüüsimine eeldab nende omaduste hindamist, mille on vaidlusalune kaubamärk võinud asjaomase avalikkuse silmis omandada kasutamise käigus, nii et see avalikkus identifitseeriks kõnealuseid kaupu ja teenuseid CNCMilt või Crédit Mutuelilt pärinevana. Niisugust argumenti ei saa seega olemuslikult kirjeldava iseloomu hindamisel arvesse võtta.

63 Teiseks ei ole asjaolu, mille on esile toonud menetlusse astuja, et väljendi „vastastikune krediit“ kasutamine on reglementeeritud või koguni reserveeritud ainult ühele ettevõtjale, vaidlusaluse kaubamärgi olemusliku kirjeldavuse või selle eristusvõime hindamisel asjakohane. Nimelt ei mõjuta see asjaolu seda, kuidas asjaomane avalikkus tajub väljendit „vastastikune krediit“ kui sellist kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes, vaid võib äärmisel juhul olla asjakohane element selle analüüsimisel, kas vaidlusalune kaubamärk on kasutamise käigus omandanud eristusvõime, mis võimaldab tal näidata asjaomaste kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu kohta, et need pärinevad konkreetselt ettevõtjalt.

64 Kolmandaks, mis puutub menetlusse astuja argumenti, millega ta heidab apellatsioonikojale ette, et viimane tugines vastastikkuse teooriatele, kuigi need ei ole asjaomase avalikkuse taju analüüsimisel asjassepuutuvad, siis tuleb tuvastada, et vaidlustatud otsusest ei nähtu selgelt, et apellatsioonikoda tugines hageja esitatud dokumentidele vastastikkuse teooriate kohta, et jõuda järeldusele, et väljend „vastastikune krediit“ viitab teatud tüüpi pangandustegevusele, mida teostavad ühistupangad, ega – isegi kui see nii oleks – et need dokumendid olid sellele järeldusele jõudmiseks määrava tähtsusega.

65 Igal juhul, isegi kui apellatsioonikoda tugines nendele dokumentidele eelkõige selleks, et kinnitada oma järeldust väljendi „vastastikune krediit“ tähenduse kohta, tuleb märkida, et vastastikkuse teooriates on välja toodud ühistupankade üldpõhimõtted ja need kinnitavad seega apellatsioonikoja järeldust, et väljend „vastastikune krediit“ tähistab ühistupankade teatud tüüpi pangandustegevusala, mille tegevused on identsed nn klassikaliste pankade tegevusega, kuigi neil ei ole sama eesmärk, s.o rahalise kasu teenimine. Seepärast tuleb tagasi lükata menetlusse astuja argument, et vastastikkuse teooriad on ebaolulised analüüsimisel, kuidas tajub asjaomane avalikkus sõnu, mis moodustavad vaidlusaluse kaubamärgi.

66 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb menetlusse astuja ainus väide tagasi lükata ja jätta seega vastuhagi rahuldamata.

Põhihagi esimene väide, et on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c

67 Eespool punktides 21 ja 24 meenutatud täpsustusi arvestades tuleb märkida, et käesoleva väite raames vaidleb hageja vastu apellatsioonikoja järeldusele, et vaidlusalune kaubamärk ei ole kirjeldav teise rühma kuuluvate kaupade ja teenuste suhtes, välja arvatud klassi 16 kaubad „plakatid, kalendrid, kleebised“.

68 Selle kohta väidab hageja, et neid kaupu ja teenuseid pakutakse üldiselt või vähemalt võidakse pakkuda pangandustegevuses, mis tuleneb tema sõnul asjaolust, et CNCM taotles vaidlusaluse kaubamärgi registreerimist nimetatud kaupade ja teenuste jaoks. Järelikult on vaidlusalune kaubamärk Üldkohtu praktika tähenduses nende kaupade ja teenuste ühte omadust, nimelt nende otstarvet kirjeldav, kuna nende otstarbeks võib olla vastastikune krediit, ning seetõttu tuleb see kaubamärk kehtetuks tunnistada.

69 Hageja väidab samuti, et kuna ei ole tuvastatud, et vaidlusalune kaubamärk on viimati nimetatud kaupade ja teenuste puhul kirjeldav, võib CNCM väljendi „crédit mutuel“ kasutamise oma vastastikkuse põhimõtte põhises pangandustegevuses kõigile majandustegevuses osalejatele keelata. See oleks aga vastuolus kohtupraktikaga, mille kohaselt peab iga ettevõtja, kes võib tulevikus pakkuda taotletavate kaupade või teenustega konkureerivaid kaupu või teenuseid, saama vabalt kasutada märke või tähiseid, mis kirjeldavad tema kaupade või teenuste omadusi.

70 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu ja paluvad käesolev väide tagasi lükata.

71 Seega tuleb hinnata, kas eespool punktides 44–49 meenutatud kohtupraktika kohaselt on sõnaline tähis Crédit Mutuel asjaomase avalikkuse seisukohast kirjeldav teise rühma kuuluvate kaupade ja teenuste suhtes, välja arvatud klassi 16 kuuluvad „plakatid, kalendrid, kleebised“, mille puhul seda järeldust ei vaidlustata, nagu väidab hageja ja vastupidi sellele, mida otsustas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses.

72 Sellega seoses tuleb märkida, et hageja ei ole vaidlustanud asjaomase avalikkuse määratlust, asjaomase avalikkuse määratlust ja väljendi „crédit mutuel“ tähendust, mille apellatsioonikoda on vaidlustatud otsuses õigesti aluseks võtnud ja mida on meenutatud eespool punktides 51 ja 52.

73 Mis puutub küsimusse, kas vaidlusaluse kaubamärgi tähendusest ja teise rühma kuuluvate kaupade ja teenuste olemusest tuleneb, et tähis Crédit Mutuel võib kirjeldada nende kaupade ja teenuste otstarvet, nagu väidab hageja, siis tuleb märkida järgmist.

74 Apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuse punktides 60–64 sisuliselt, et vaidlusalune kaubamärk ei ole teise rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid kirjeldav, sest kuigi neid kaupu ja teenuseid saab kasutada või pakkuda pangandustegevuse raames, ei ole võimalik sellest järeldada, et need on pangandusvaldkonnaga seotud. Apellatsioonikoja sõnul ei saa vaidlusalust kaubamärki pidada selliseks, mis sisaldab ilmseid ja otseseid andmeid nende kaupade ja teenuste liigi, eesmärgi või otstarbe kohta.

75 Tuleb märkida, et kuigi hageja väidab, et teise rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid „pakutakse üldiselt“ või „võidakse pakkuda pangandustegevuses“, ei esita ta ühtegi konkreetset argumenti, et vaidlustada eespool punktis 74 viidatud apellatsioonikoja hinnangut või tõendada konkreetselt, kuidas neid teise rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid võiks pangandustegevuses rakendada.

76 Esiteks, vastupidi sellele, mida väidab hageja, ei ole ainuüksi asjaolu, et kaubamärgi omanik taotles vaidlusaluse kaubamärgi registreerimist nende kaupade ja teenuste jaoks, piisav selleks, et tõendada, et neid teenuseid pakutakse üldiselt pangandustegevuses.

77 Teiseks, mis puutub väitesse, et teise rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid „võidakse“ pakkuda pangandustegevuses, siis tuleb märkida, et ei ole tõesti vaja, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktis c nimetatud kaubamärki moodustavaid märke ja tähiseid kasutatakse registreerimistaotluse esitamise ajal tegelikult nende kaupade või teenuste kirjeldamiseks, mille kohta see taotlus esitati, või nende kaupade või teenuste omaduste kirjeldamiseks. Nagu selle sätte sõnastuski näitab, piisab sellest, kui selliseid märke ja tähiseid on võimalik sellisel eesmärgil kasutada (23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 32). Sõnaline tähis tuleb juhul, kui vähemalt üks selle võimalikest tähendustest viitab asjaomaste kaupade või

teenuste omadusele, nimetatud sätte kohaselt registreerimata jätta või kehtetuks tunnistada (14. detsembri 2017. aasta kohtuotsus GeoClimaDesign *vs.* EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, ei avaldata, EU:T:2017:913, punkt 29).

78 Nagu eespool punktis 46 meelde tuletatud kohtupraktikast tuleneb, on selleks, et tähis kuuluks määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatud keelu kohaldamisalasse, vaja, et tähisel on kõnealuste kaupade või teenustega piisavalt otsene ja konkreetne seos, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on kõnealuste kaupade või teenuste liigi või mõne omaduse kirjeldusega.

79 Hageja ei ole aga esitanud ühtegi konkreetset tõendit, et tõendada, et vaidlusaluse kaubamärgi ja teise rühma kuuluvate kaupade ja teenuste vahel, välja arvatud klassi 16 kuuluvad „plakatid, kalendrid, kleebised“, on selline otsene seos. Ainuüksi asjaolu, mida hageja nimetab, et neid kaupu ja teenuseid võib kasutada pangandustegevuse teostamiseks, ei ole piisav selleks, et tuvastada, et vaidlusaluse kaubamärgi ning asjaomaste kaupade ja teenuste vahel on piisavalt otsene ja konkreetne seos, mistõttu asjaomane avalikkus tajub seda kaubamärki kohe ja ilma järele mõtlemata näiteks nende kaupade ja teenuste otstarbe kirjeldusena.

80 Nagu apellatsioonikoda õigesti märkis, kasutatakse või kindlasti võib kasutada teise rühma kuuluvaid kaupu ja teenuseid ka pangandustegevuses. Kuid need ei ole ette nähtud ainult sellise tegevuse jaoks või sellega konkreetselt seotud tegevuse jaoks, vaid neid võib kasutada paljudel teistel tegevusaladel, nii et asjaomane avalikkus ei taju kohe ja ilma järele mõtlemata kaubamärki Crédit Mutuel, mis viitab teatud tüüpi pangandustegevusele, nagu on märgitud eespool punktis 52, nii et see tähistab neid kaupu ja teenuseid või ühte nende omadustest, näiteks otstarvet.

81 Seda järeldust ei lükka ümber argumendid, mille hageja on tuletanud Üldkohtu praktikast.

82 Üldkohus küll tuvastas 9. septembri 2010. aasta kohtuotsuse Nadine Trautwein Rolf Trautwein *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Hunter) (T-505/08, ei avaldata, EU:T:2010:378) punktides 37–40, millele hageja tugineb, et klassi 25 kuuluvaid kaupu „võidakse kasutada eelkõige jahipidamiseks või seostada selle tegevusalaga“ ning et asjaomane tähis on kirjeldav, kuna see „tähistab asjaomaste kaupade otstarvet ja kvaliteeti ning järelikult ka teatavaid nende olulisi omadusi“.

83 Üldkohtu järeldus, et asjaomane avalikkus, kelleks on eelkõige jahimehed, võib kohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et klassi 25 kuuluvad „meelelahutus-, sise- ja spordirõivad“, „vööd“ ja „peapaelad“, isegi kui need ei ole kavandatud jahi jaoks, on spetsiaalselt kohandatud jahipidamiseks ja jahipidamiseks sobiva kvaliteediga, ning et seetõttu on sõnaline tähis Hunter kirjeldav, kuna see tähistab kõnealuste kaupade otstarvet ja kvaliteeditaset, ning põhineb eeldusel, et jahimeeste jaoks mõeldud ja jahipidamiseks kasutatavad kaubad peavad vastama erilistele funktsionaalsetele kriteeriumidele ning jahimeeste riietusele on sageli iseloomulik kõrge kvaliteet välitingimustes kasutamiseks.

84 Niisiis nähtub sellest kohtuotsusest, et kõnealuse tähise ja kaupade vahelist seost käsitati nii, et see on piisavalt otsene ja konkreetne selle tähise tähenduse tõttu, mis viitab jahipidamisele, samuti asjaolu tõttu, et jahipidamiseks kasutatavad rõivad on spetsiifilised, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel tajuda seda tähist nii, et see kirjeldab asjaomaste kaupade kvaliteeti ja otstarvet.

85 Hageja ei ole aga esitanud ühtegi konkreetset tõendit, et näidata, kuidas see Üldkohtu hinnang on käesolevale asjale ülekantav. Täpsemalt ei tõenda ta kuidagi, et selle pangandustegevuse, millele vaidlusalune kaubamärk viitab, mõni eriomadus võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja ilma järele mõtlemata seostada seda kaubamärki mõne niisuguste kaupade ja teenuste põhiomadusega, mis ole mõeldud spetsiifiliselt pangandustegevuse jaoks.

86 Samuti ei tõenda hageja, kuidas võimaldab Üldkohtu hinnang 19. novembri 2009. aasta kohtuotsuses Clearwire *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (CLEARWIFI) (T-399/08, ei avaldata, EU:T:2009:458) tõendada, et vaidlusalusel kaubamärgil on vahetu seos kaupade ja teenustega, mis ei kuulu spetsiifiliselt pangandusvaldkonda. Viimati nimetatud kohtuotsuses tuvastas Üldkohus, et asjaomane avalikkus võib esiteks tajuda tähist CLEARWIFI nii, et see tähistab traadita side tehnoloogiat, mis pakub selget ja häireteta juurdepääsu näiteks internetiühendusele, ning teiseks loob raskusteta seose selle tähise ja konkreetse telekommunikatsiooniteenuse vahel, milleks on internetiühendus, samuti kõnealuse tähise ja selle teenuse ühe omaduse vahel, milleks on häirete puudumine. Seetõttu leidis Üldkohus, et asjaomane avalikkus võib kaubamärki CLEARWIFI tajuda asjaomaste teenuste kvaliteedi ja otstarbe tähisena.

87 Hageja ei esita ühtegi argumenti, mis võimaldaks asuda seisukohale, et see Üldkohtu hinnang, mis põhineb taotletud kaubamärgiga hõlmatud teenuste spetsiifilisel tunnusel, millele asjaomane tähis viitab, on käesolevale kohtuasjale ülekantav.

88 Järelikult leidis apellatsioonikoda õigesti, et vaidlusalune kaubamärk ei ole hageja osutatud teise rühma kuuluvate kaupade ja teenustega seoses kirjeldav.

89 Konkreetsemalt olgu märgitud, et klassi 36 kuuluvaid kindlustusteenuseid puudutavas osas, milleks on „kindlustusteenused“, „kindlustusfondide teenused“, „kindlustusvahendus“ ja „finantstegevuse hinnangud (kindlustus)“, ei ole vaidlustatud otsuse punktis 63 esitatud apellatsioonikoja hinnang samuti ekslik. On küll tõsi, nagu väidab hageja, et kindlustusvaldkond kuulub finantssektorisse ja et kindlustusteenuseid pakuvad pangad, muu hulgas kontserni Crédit Mutuel moodustavad pangad. Pealegi ei ole haruldane olukord, kus finantsasutused ja kindlustusselts kuuluvad samasse kontserni. Samuti on tõsi, et EUIPO talitused on mõnes oma otsuses registreerimisest keeldumise suhteliste põhjuste kohta järeldanud, et pangandusteenused ja kindlustusega seotud teenused on sarnased.

90 Tuleb siiski märkida, nagu teeb ka apellatsioonikoda, et kindlustustegevuse ja pangandustegevuse eesmärgid on erinevad, kuna kindlustusteenused on mõeldud igat laadi varade säilitamiseks ettenägematute sündmuste korral, samas kui pangandusteenused on suunatud finantsvarade haldamisele ja väärtuse kasvatamisele. Järelikult oli hageja kohustatud esitama tõendid, mis võimaldaksid tõendada, et arvestades eelkõige seda, et kindlustusteenuseid pakuvad sageli pangad, tajub asjaomane avalikkus vaidlusalust kaubamärki kohe ja ilma järele mõtlemata nii, et see kirjeldab ka kindlustusteenuseid, mis ei kuulu panga „traditsioonilise“ tegevuse alla, või ühte nende iseloomulikest tunnustest, näiteks seda, et neid pakub ühistupank vastastikuse krediidi põhimõtete alusel, millest ta oma tegevuses juhindub. Nimelt, kuna määruse 2017/1001 artikleid 59 ja 62 arvestades kehtib Euroopa Liidu kaubamärgi puhul kehtivuse eeldus seni, kuni kaubamärk tunnistatakse kehtetuks tunnistamise menetluse tagajärjel kehtetuks, on EUIPO-le selle kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse esitanud isiku ülesanne esitada EUIPO menetluses konkreetsed tõendid, mis kaubamärgi kehtivuse kahtluse alla seavad (vt selle kohta 28. septembri 2016. aasta kohtuotsus European Food *vs.* EUIPO – Société des produits Nestlé (FITNESS), T-476/15, EU:T:2016:568, punktid 47 ja 48 ning seal viidatud kohtupraktika).

91 Ainuüksi abstraktsest viitest tegevusele, mida tuntakse nimetuse „finantsettevõtjad“ all, nagu see tuleneb Euroopa Parlamendi ja nõukogu 9. detsembri 2002. aasta direktiivi 2002/92/EÜ kindlustusvahenduse kohta (ELT 2003, L 9, lk 3; ELT eriväljaanne 06/04, lk 330) põhjendusest 9, millele hageja tugineb, või asjaolu, et EUIPO talitused on mõnes otsuses registreerimisest keeldumise suhteliste põhjuste kohta tuvastanud, et pangandusteenused ja kindlustusega seotud teenused on sarnased, ei ole piisav selleks, et konkreetselt tõendada, et asjaomane avalikkus tajub vaidlusalust kaubamärki ka viimati nimetatud teenuseid kirjeldavana.

92 Eelneva põhjal tuleb esimene põhihagi väide tagasi lükata.

Põhihagi teine ja kolmas väide, et on rikutud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 koostoimes selle määruse artikli 7 lõikega 3

93 Teise ja kolmanda väite raames heidab hageja apellatsioonikojale sisuliselt ette, et see on rikkunud määruse 2017/1001 artikli 59 lõiget 2 ja nimetatud määruse artikli 7 lõiget 3, kuna ta leidis hageja sõnul ekslikult, et vaidlusalune kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenustega seoses, mille suhtes ta järeldas, et kaubamärk on kirjeldav ja sellel puudub eristusvõime.

94 Siinkohal tuleb meenutada, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 3 kohaselt võib kaubamärk juhul, kui tal algul eristusvõime puudub, eristusvõime omandada kaubamärgiga hõlmatud kaupade või teenuste jaoks kasutamise käigus. Eristusvõime võib omandada muu hulgas ka pärast seda, kui kaup on asjaomasele avalikkusele tavapärasel viisil omaseks muudetud. Sellest järeldub, et selleks, et hinnata, kas kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime, tuleb arvesse võtta kõiki asjaolusid, mille esinemisel asjaomane avalikkus selle kaubamärgiga kokku puutub (22. juuni 2006. aasta kohtuotsus Storck *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet C-24/05 P, EU:C:2006:421, punktid 70 ja 71, ning 21. mai 2014. aasta kohtuotsus Bateaux mouches *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (BATEAUX-MOUCHES), T-553/12, ei avaldata, EU:T:2014:264, punkt 58).

95 Samuti sätestab määruse 2017/1001 artikli 59 lõige 2 nimelt, et kui Euroopa Liidu kaubamärgi registreerimisel on rikutud nimetatud määruse artikli 7 lõike 1 punkti c, ei või kaubamärki siiski kehtetuks tunnistada, kui see on kasutamise käigus muutunud eristusvõimeliseks seoses nende kaupade või teenustega, mille jaoks see on registreeritud.

96 Eristusvõime omandamiseks kaubamärgi kasutamise käigus on nõutav, et tänu kaubamärgile identifitseerib vähemalt märkimisväärne osa asjaomasest avalikkusest asjaomased kaubad või teenused teatavalt ettevõtjalt pärinevana (1. veebruari 2013. aasta kohtuotsus Ferrari *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (PERLE'), T-104/11, ei avaldata, EU:T:2013:51, punkt 37, ja 22. märtsi 2013. aasta kohtuotsus Bottega Veneta International *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Käekoti kuju), T-409/10, ei avaldata, EU:T:2013:148, punkt 75).

97 Kasutamise käigus omandatud eristusvõimet tuleb hinnata rangelt ja täpselt. Kaubamärgi registreerimise taotleja peab tõendama, et see kaubamärk üksi näitab, erinevalt mis tahes muust kaubamärgist, kaupade kaubanduslikku päritolu (16. septembri 2015. aasta kohtuotsus Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 66).

98 Teise ja kolmanda väite raames hageja esitatud eri etteheited võib jagada mitmeks etteheiteks. Seega esimene etteheide on sisuliselt, et vaidlusalune kaubamärk ei saa kasutamise käigus eristusvõimet omandada. Teine etteheide on, et kaubamärki ei ole kasutatud sellisel kujul, nagu see on registreeritud. Kolmas etteheide on, et kaubamärki ei ole kasutatud päritolutähisena ja kaubamärgina. Neljas etteheide on, et tõendid kasutamise käigus eristusvõime omandamise kohta iga kauba ja teenuse jaoks, mille puhul vaidlusalusel kaubamärgil algusest peale eristusvõime puudus, on ebapiisavad, või et apellatsioonikoda hindas neid tõendeid üldiselt.

– Asjaolu, et vaidlusalune kaubamärk ei saa omandada eristusvõimet kasutamise käigus

99 Teise väite raames väidab hageja sisuliselt, et vaidlusalune kaubamärk ei saa eristusvõimet kasutamise käigus omandada, sest CMFi sätetest tuleneb, et väljend „crédit mutuel" [vastastikune krediit] on ühelt pool vastastikuse krediidi pangandustegevuse ja teiselt poolt vastastikuse krediidi tegevusalal võrgustikus korraldatud ühistupankade seaduslik ja üldine nimetus. Lisaks ei ole tema sõnul ühegi CMFi sättega CNCMil lubatud neid sõnu omastada teiste ettevõtjate kahjuks, kes tegutsevad või võivad tegutseda vastastikuse krediidi tegevusalal. Seega, kuna hageja sõnul soovis Prantsuse

seadusandja nende sõnade tähendust ja ostarvet arvestades jätta need õigustest vabaks ja kuna teised ettevõtjad võivad või neil võidakse seaduslikult lubada neid sõnu kasutada, ei saa väljendit „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] omastada ning see ei saa omandada eristusvõimet kasutamise käigus.

100 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu.

101 Käesoleva etteheite raames heidab hageja apellatsioonikojale sisuliselt ette seda, et ta ei teinud CMFi põhjal kõiki järeldusi, millest hageja väitel nähtub, et Prantsuse seadusandja soovis jätta väljendi „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] vabalt kasutamiseks kõikidele ettevõtjatele, kes soovivad tegutseda vastastikuse krediidi tegevusalal.

102 Selles suhtes tuleneb kohtupraktikast, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõikes 3 osutatud juhul on asjaolu, et asjaomane avalikkus tajub asjaomast kaubamärki moodustavat tähist tõepoolest kauba või teenuse kaubandusliku päritolu tähisena, kaubamärgi taotleja majandusliku pingutuse tulemus. See asjaolu õigustab kõrvale jätma sama artikli lõike 1 punktide b–d aluseks olevad üldise huvi kaalutlused, mis nõuavad, et nendes sätetes osutatud kaubamärke peab saama vabalt kasutada, et vältida ühele ainsale ettevõtjale õigusvastase konkurentsieelise loomist (vt 15. detsembri 2016. aasta kohtuotsus Mondelez UK Holdings & Services *vs*. EUIPO – Société des produits Nestlé (Šokolaaditahvli kuju), T-112/13, ei avaldata, EU:T:2016:735, punkt 67 ja seal viidatud kohtupraktika).

103 Järelikult on oluline märkida, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktide b–d aluseks olevad üldise huvi kaalutlused, mis nõuavad, et tähised, mis on kirjeldavad, millel puudub olemuslik eristusvõime või mis on muutunud tavapäraseks, tuleb jätta vabaks, jäetakse määruse artikli 7 lõike 3 kohaldamise raames just nimelt kõrvale.

104 Lisaks tuleb märkida samamoodi nagu EUIPO, et määruses 2017/1001 ega liidu kohtute praktikas ei ole ette nähtud, et tähisel peab olema teatav „võime“ selleks, et see saaks omandada eristusvõimet kasutamise käigus, ja veel vähem, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõige 3 ei ole kohaldatav, kui kaubamärk koosneb sõnadest, mis tähistavad reglementeeritud tegevust. Nimelt ei võimalda miski määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 3 sõnastuses ega üheski määruse 2017/1001 teises sättes tuvastada, et teatud sõnade seaduslik tunnustamine välistab, et need võiksid omandada eristusvõime kasutamise käigus.

105 Sellest tuleneb seega, et liidu õiguses on määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punktide b–d alusel kõikide tähise puhul, millel *ab initio* eristusvõime puudub, ette nähtud võimalus omandada kasutamise käigus eristusvõime, ja seda vaatamata sellele, et sõnad, millest vaidlusalune tähis koosneb, tähistavad tegevust, mis on seadusega reglementeeritud.

106 Seega tuleb hageja see argument tagasi lükata, kuna sellega piirataks määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 3 kohaldamisala.

107 Seetõttu tuleb käesolev etteheide tagasi lükata.

– *Asjaolu, et kaubamärki ei ole kasutatud sellisel kujul, nagu see on registreeritud*

108 Hageja märgib, et ainult sõnade „crédit“ ja „mutuel“ kombinatsioon ei suuda täita kaubamärgi peamist ülesannet, milleks on kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu tähistamine, mis tuleneb eelkõige asjaolust, et vaidlusalust kaubamärki on alati kasutatud kirjalikult koos täiendavate graafiliste elementidega nagu logod või koos reklaamlausetega. Seega võimaldavad hageja sõnul ainult need viimased kindlaks määrata kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu. Hageja järeldab sellest sisuliselt, et vaidlusaluse kaubamärgi kasutamine keeruliste kaubamärkide osana ei võimalda kaubamärgil omandada eristusvõimet kasutamise käigus.

109 EUIPO väidab, et kui Üldkohus peaks kinnitama, et vaidlusalust kaubamärki on kasutatud „üksikkaubamärgina“, see tähendab selleks, et tarbijale tagada, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad kaubamärgi omanikult, kes on nende kvaliteedi eest vastutav, siis tuleb hageja argumendid kaubamärgi kasutamise vormi kohta tagasi lükata. Sel juhul ei ole asjaolu, et vaidlusalust kaubamärki on kasutatud veidi stiliseeritud kujul ning kõnealuste täiendavate ja kujundus- ja sõnaliste elementidega kombineeritult, määrav, kuna kaubamärgi omanik on arvamusküsitluse kaudu tõendanud, et just sõnad „crédit“ ja „mutuel“ osutavad asjaomase avalikkuse märkimisväärse osa silmis pangale.

110 Menetlusse astuja tuletab seoses sõnamärgi Crédit Mutuel kasutamisega keerukates kaubamärkides meelde, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt võib kaubamärk omandada eristusvõime selle kaubamärgi kasutamise tagajärjel registreeritud kaubamärgi osana või koos sellega ning et kaubamärgi sõnalised osad on põhimõtteliselt eristavamad kui kujutisosad. Järelikult jääb kergemini meelde sõnaline osa „crédit mutuel“ [vastastikune krediit], mitte logod või reklaamlaused, millel on vaid teisejärguline roll.

111 Siinkohal tuleks meelde tuletada, et eristusvõime omandamine saab tekkida nii kaubamärgi kasutamise tagajärjel teise registreeritud kaubamärgi osana, koostisosa osana kui ka juhul, kui registreeritud kaubamärki kasutatakse kombinatsioonis eristuva kaubamärgiga. Mõlemal juhul piisab, kui sellise kasutamise tagajärjel tajub asjaomane avalikkus, et taotletud kaubamärgiga tähistatud kaup või teenus on pärit kindlalt ettevõtjalt (7. juuli 2005. aasta kohtuotsus Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, punkt 30, ja 17. juuli 2008, L & D/OHMI, C-488/06 P, EU:C:2008:420, punkt 49).

112 Sõltumata sellest, kas tähist kasutatakse registreeritud kaubamärgi osana või sellega kombinatsioonis, on seega otsustav tingimus, et sellise kasutamise tagajärjel tähis, mille registreerimist kaubamärgina taotleti, võib asjaomase avalikkuse teadvuses tähistada seda tähist kandvat kaupa kindlalt ettevõtjalt pärinevana (16. septembri 2015. aasta kohtuotsus Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 65).

113 Apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktides 111 ja 112, et kuigi vaidlusalust kaubamärki kasutatakse kujul, mis erineb selle registreeritud kujust, ei mõjuta see käesoleval juhul järeldust, et sellise kasutamise tulemusel võis vaidlusalune kaubamärk omandada eristusvõime kasutamise käigus. Apellatsioonikoja sõnul ei muuda need elemendid, millega vaidlusalust kaubamärki on kasutatud, s.t graafiline kuju või muude sõnamärkide lisamine reklaamlausete kujul, selle eristusvõimet.

114 Kuigi hageja ei vaidle vastu põhimõttele, et kaubamärk võib eristusvõime omandada selle kaubamärgi kasutamise tagajärjel registreeritud kaubamärgi osana või koos sellega, märgib ta kohtupraktikale tuginedes, et veel on vaja, et asjaomane avalikkus tajub kaubamärgi osa või kaubamärki eraldi sellest kaubamärgist, millega see oli kombineeritud, eraldi võetuna nii, et see näitab tähistatava kauba või teenuse päritolu.

115 Siinkohal tuleks märkida, samamoodi nagu hageja, et selle kaubamärgi omanik, mille kehtetuks tunnistamist taotletakse, peab esitama tõendid selle kohta, et kaubamärk üksi ja võrreldes kõigi teiste võimalike kaubamärkidega osutab kauba pärinemisele kindlalt ettevõtjalt (16. septembri 2015. aasta kohtuotsus Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 66).

116 Järelikult sõltub käesoleval juhul eespool punktis 113 meenutatud apellatsioonikoja järelduse põhjendatus sellest, kas vaidlusalust kaubamärki on kasutatud viisil, mis võimaldab ainult sellel üksi näidata kõnealuste kaupade ja teenuste kaubanduslikku päritolu, et tagada tarbijale, et need pärinevad konkreetselt ettevõtjalt, nagu sisuliselt väidab EUIPO.

117 Seda küsimust analüüsitakse allpool teise ja kolmanda väite kolmanda etteheite analüüsimise raames.

– Asjaolu, et vaidlusalust kaubamärki ei kasutata päritolu tähisena ja kaubamärgina

118 Teise väite raames väidab hageja sisuliselt, et vastupidi sellele, mida leidis apellatsioonikoda, ei tähista „kontsern Crédit Mutuel“ kesküksust CNCMi, mis ei tegele pangandustegevusega ja mis ei ole tarbijale teada, vaid, nagu on märgitud CMFis, ühistupanku üldiselt, mis on koondatud peamiselt kahte iseseisvasse ja konkureerivasse kontserni: Crédit Mutuel Arkéa ja CM11-CIC. See asjaolu takistab tema sõnul vaidlusalusel üksikkaubamärgil täita päritolu tähistamise ülesannet, mida kinnitab tema väitel asjaolu, et Crédit Mutuel Arkéa ja CM11-CIC kasutavad igasuguse segiajamise vältimiseks klientide ees oma kaupade ja teenuste tähistamiseks erinevaid kaubamärke. Lisaks kasutab Crédit Mutuel Arkéa enda eristamiseks konkurendist väidetavalt väljendit „crédit mutuel“ koos logoga, mis erineb logost, mida kasutab CM11-CIC. Järelikult ei võimalda väljend „crédit mutuel“ [vastastikune krediit] eraldi võetuna avalikkusel asjaomase kauba ja teenuste kaubanduslikku päritolu kindlaks teha.

119 Kolmanda väite raames väidab hageja, et enamikus CNCMi dokumentidest, mis on esitatud tõendiks selle kohta, et vaidlusalune kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime, ei ole kasutatud väljendit „crédit mutuel“ kaubamärgina kaupade ja teenuste tähistamiseks, vaid kontserni Crédit Mutuel kohta. Selline viitamine ei ole aga kaubamärgi kasutamine, mis võimaldab tõendada, et kaubamärk on omandanud kõnealuste eri kaupade ja teenuste puhul eristusvõime, kuna see ei võimaldaks vaidlusalusel kaubamärgil täita päritolu tähistamise ülesannet, seda enam, et väljend „crédit mutuel“ [vastastikune laen] on selle tegevusala enda ja sellel tegutsevate teenuseosutajate seaduslik ja üldine nimetus.

120 Samamoodi, kuna ühelt poolt ei ole pangandussektoris tavaks, et tarbija isikustab kaubamärki, ja teiselt poolt ei ole täpselt nimetusele „Crédit Mutuel“ vastavat ärinime või ettevõtte nime, ei saa väljendi „vastastikust krediit“ kasutamist vaadelda ka kaubamärgiga samaväärse kasutamisena ärinime või ettevõtte nime kujul, mis on samaväärne kaubamärgiga.

121 EUIPO märgib, et hageja väidab sisuliselt, et kaubamärgi omaniku tõendatud kasutamine kujutab endast mitte „üksikkaubamärgina“, vaid pigem „kollektiivkaubamärgina“ kasutamist. Selles suhtes jätab EUIPO Üldkohtu otsustada, kas käesoleva juhtumi asjaoludele on kohaldatav liidu kohtute praktika, mis käsitleb kaubamärgi kasutamist kooskõlas selle peamise ülesandega ja täpsemalt üksikkaubamärgi kasutamist kollektiivse kaubandusliku päritolu tähisena.

122 Menetlusse astuja väidab, et võimalik konkurentsi olemasolu kontsernis Crédit Mutuel ei mõjuta väljendi „crédit mutuel“ võimet omandada kasutamise käigus eristusvõime. Esiteks tähistab Crédit Mutuel tõesti sama nimega kontserni, nagu tunnistasid nimelt Conseil d’État (Prantsusmaa kõrgeima halduskohtuna tegutsev riiginõukogu) ja Prantsuse konkurentsiamet. Seega, kuna vaidlusalust kaubamärki kasutab mitu õiguslikult seotud majandusüksust, on see avalikkuse jaoks äratuntav tähis, mis näitab sellesse kontserni kuulumist.

123 Teiseks ei kaota hageja ja CM11-CIC kaupade ja teenuste tähistamiseks omaenda kaubamärkide olemasolu „katusbrändi“ Crédit Mutuel kasutamist, kuna seda kasutatakse süstemaatiliselt ja see kujutab endast kontserni kuulumise tähist, mis kõnetab avalikkust pangatoote valimisel.

124 Kolmandaks ei oma tähtsust asjaolu, et CNCM kui kesküksus ei teosta pangandustegevust ega ole seega tarbijale teada, sest vastavalt kohtupraktikale ei ole vaja, et kaubamärki kasutab selle omanik, ja piisab, kui seda kasutab tegelikult kolmas isik, kellel on luba, nagu see on käesoleval juhul.

125 Neljandaks ei oma samuti tähtsust asjaolu, et hageja kasutab teistsugust logo kui CM11-CIC, kuna sõnaline osa jääb tarbijale lihtsamini meelde, ning nendel asjaoludel ongi sõnaline tähis Crédit Mutuel eristav element, mis võimaldab avalikkusel kaupu ja teenuseid sama kaubandusliku päritoluga seostada.

126 Viiendaks väidab menetlusse astuja, et sõnalist tähist Crédit Mutuel on tegelikult kasutatud kaubamärgina. Sellega seoses tuletab ta meelde, et vastavalt kohtupraktikale võib ärinime või ettevõtte nime kasutamist finantstoodete puhul käsitada finantstoote kohta kasutamisena, isegi kui nendele toodetele ei ole tähist paigutatud, kui kolmas isik kasutab seda tähist nii, et ta loob ärinime, ettevõtte nime või sildi ja kõnealuste kaupade või teenuste vahel seose. Menetlusse astuja lisab, et tähis Crédit Mutuel on peamiselt teenuste kaubamärk, mille kasutamine peab seisnema selle kandmises eri materiaalsetele kandjatele seoses nende teenustega. Lõpuks tuletab ta meelde esiteks, et täpselt nimetusele „Crédit Mutuel“ vastavat ärinime või ettevõtte nime ei ole olemas, ja teiseks, et väljend „crédit mutuel“ on näha edastatud dokumentidel eraldi seisvana igasugusest märkmest äriühingu vormi kohta, nagu apellatsioonikoda märkis.

127 Kuuendaks leiab menetlusse astuja, et tema esitatud dokumendid näitavad, et tarbijate jaoks viitab sõnamärk Crédit Mutuel juba palju aastaid pangatoodetele ja -teenustele, mida pakuvad mitte kõik ühistu- või ühispangad, vaid ainult üks pank, mis vastab pangavõrgule, mille kesküksus on CNCM.

128 Teise ja kolmanda väite raames käesolevas etteheites märgib hageja sisuliselt, et menetlusse astuja esitatud tõenditest võib järeldada, et vaidlusalune kaubamärk tähistab parimal juhul kontserni Crédit Mutuel ja seega sellesse kuuluvaid panku, mitte aga CNCMi, kes on kaubamärgi omanik. Seepärast ei kasutata tema sõnul vaidlusalust kaubamärki mitte kaubamärgina, vaid viitena sellele kontsernile. See asjaolu takistab tema sõnul vaidlusalusel üksikkaubamärgil täita päritolu tähistamise ülesannet ja omandada kasutuse käigus eristusvõimet.

129 Kohtupraktikast nähtub, et kaubamärgi kasutamise käigus eristusvõime omandamine eeldab seda, et tänu kaubamärgile identifitseerib vähemalt märkimisväärne osa asjaomasest avalikkusest, et asjaomased kaubad või teenused pärinevad teatavalt ettevõtjalt (vt 15. detsembri 2016. aasta kohtuotsus Šokolaaditahvli kuju, T-112/13, ei avaldata, EU:T:2016:735, punkt 68 ja seal viidatud kohtupraktika).

130 Kui asjaomane avalikkus või vähemalt oluline osa sellest identifitseerib tänu kaubamärgile kaupa teatavalt ettevõtjalt pärinevana, siis tuleb sellest järeldada, et määruse 2017/1001 artikli 7 lõikes 3 nõutud kaubamärgi registreerimise tingimus on täidetud (vt 15. detsembri 2016. aasta kohtuotsus Šokolaaditahvli kuju, T-112/13, ei avaldata, EU:T:2016:735, punkt 70 ja seal viidatud kohtupraktika).

131 Kuigi eristusvõime omandamine võib tuleneda nii kaubamärgi elemendi kasutamisest registreeritud kaubamärgi osana kui ka eraldiseisva kaubamärgi kasutamisest kombineeritult registreeritud kaubamärgiga, nagu on meelde tuletatud punktis 111, nähtub kohtupraktikast, et selle kasutamise tagajärjel peab asjaomane avalikkus tõepoolest tajuma, et ainult taotletava kaubamärgi kui sellisega tähistatud kaup või teenus on pärit kindlast ettevõttest. Sõltumata sellest, kas mõnd tähist kasutatakse registreeritud kaubamärgi osana või sellega kombinatsioonis, on seega otsustav tingimus, et sellise kasutamise tagajärjel võib taotletav tähis asjaomase avalikkuse teadvuses tähistada seda tähist kandvat kaupa kindlalt ettevõtjalt pärinevana (16. septembri 2015. aasta kohtuotsus Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punktid 64 ja 65).

132 Peale selle tuleks meelde tuletada kasutamise käigus omandatud eristusvõime kohta, et olukord, kus asjaomane avalikkus seostab kaupu või teenuseid ühe ettevõtjaga, peab tekkima tänu kaubamärgi kasutamisele kaubamärgina. Väljendit „kaubamärgi kasutamine kaubamärgina“ tuleb mõista nii, et sellega viidatakse kaubamärgi kasutamisele selleks, et sihtrühm identifitseeriks kauba või teenuse teatavalt ettevõtjalt pärinevana (vt 22. juuni 2006. aasta kohtuotsus Storck *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-24/05 P, EU:C:2006:421, punkt 61 ja seal viidatud kohtupraktika).

133 Seega ei kujuta igasugune kaubamärgi kasutamine endast tingimata kasutamist kaubamärgina (22. juuni 2006. aasta kohtuotsus Storck *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-24/05 P, EU:C:2006:421, punkt 62).

134 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb kontrollida, kas apellatsioonikoda leidis õigesti, et käesoleval juhul on menetlusse astuja esitatud tõendid sellised, mis tõendavad, et vaidlusalune kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime, tänu millele tähistab kaubamärk asjaomase avalikkuse teadvuses kaupu ja teenuseid kindlalt ettevõtjalt pärinevatena.

135 Eespool punktides 129–131 meelde tuletatud kohtupraktikast nähtub, et kaubamärgi kasutamine selle peamise ülesande kohaselt, nimelt kauba ja teenuste kaubandusliku päritolu tähistamiseks teatavalt ettevõtjalt pärinevana, on esmatähtis nende tõendite hindamisel, millega soovitakse tõendada, et asjaomane kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime.

136 Vaidlustatud otsusest (lk 27–40) nähtub, et menetlusse astuja on esitanud suure hulga tõendeid selle kohta, et vaidlusalune kaubamärk on asjaomase avalikkuse seas tuntud ja see on seega omandanud kasutamise käigus eristusvõime. Need tõendid sisaldavad arvamusküsitlusi, kontserni Crédit Mutuel partnerlustes osalemise tõendeid, finantsandmeid, sealhulgas andmeid, mis tõendavad kontserni Crédit Mutuel kohta eri paremusjärjestustes ja reklaamikampaaniaid.

137 Apellatsioonikoja järeldused nendest tõenditest vaidlusaluse kaubamärgiga tähistatud kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu kohta ei ole selged. Nimelt märgib apellatsioonikoda, et asjaomane avalikkus tajub vaidlusalust kaubamärki nii, et see identifitseerib pangandustooteid ja -teenuseid pärinevana kas „omanikult“, s.t CNCMilt (vaidlustatud otsuse punktid 97, 105, 108 ja sisuliselt punktid 99 ja 100), või „pangalt“ või „mõnelt pangalt“ (vaidlustatud otsuse punktid 103, 104 ja 107), või „kontsernilt Crédit Mutuel“, „Crédit Mutueli võrgustikult“ või „kontserni Crédit Mutuel ettevõtjalt“ (vaidlustatud otsuse punktid 104 ja 116).

138 Siinkohal on kohane meelde tuletada, et vaidlusalune kaubamärk on üksikkaubamärk. Kuigi menetlusse astuja on kollektiivkaubamärgina registreeritud Prantsuse kaubamärgi Crédit Mutuel omanik, mille kohta cour d’appel de Paris (Pariisi apellatsioonikohus) järeldas oma 27. veebruari 2018. aasta kohtuotsuses EUIPO menetluse raames menetlusse astuja esitatud tõenditega sarnaste tõendite põhjal, et see kaubamärk on kasutamise käigus omandanud eristusvõime, ei otsustanud menetlusse astuja vaidlusalust kaubamärki registreerida Euroopa Liidu kollektiivkaubamärgina. Lisaks rõhutas ta tühistamisosakonna menetluses asjaolu, et vaidlusalune kaubamärk esitati ja registreeritud üksikkaubamärgina (vt tühistamisosakonna otsuse lk 4).

139 Poolte vahel ei ole vaidlust ka selles, et vaidlusalust kaubamärki ei kasuta selle omanik CNCM, mis ei ole ühistupank ega tegutse seega ise pangandustegevuses. Menetlusse astuja kinnitab nimelt, et vaidlusalust kaubamärki kasutab mitu üksust, mis kuuluvad kontserni Crédit Mutuel, ja tegemist on avalikkuse jaoks äratuntava tähisega, mis näitab kuulumist sellesse kontserni.

140 Samuti on selge, nagu nähtub vaidlustatud otsuse punktist 88, et pangad, mis kuuluvad kontserni Crédit Mutuel ja kasutavad vaidlusalust kaubamärki, on koondunud peamiselt kahte iseseisvasse ja konkureerivasse kontserni: Crédit Mutuel Arkéa ja CM11-CIC, ja kasutavad nende kaupade ja teenuste tähistamiseks klientide silmis igasuguse segiajamise vältimiseks asjaomast kaubamärki koos muude kaubamärkidega või seostavad neid oma logodega.

141 Ei ole siiski välistatud, et selline vaidlusaluse kaubamärgi kollektiivne kasutamine võimaldab kaubamärgil kasutamise käigus omandada eristusvõimet.

142 Nagu eespool punktist 135 nähtub, on kasutamise käigus eristusvõime omandamise hindamisel tingimata vajalik, et see kasutamine toimuks kooskõlas kaubamärgi peamise ülesandega. Üksikkaubamärkide puhul nagu vaidlusalune kaubamärk on kõnealune peamine ülesanne tagada tarbijale või lõppkasutajale, et kaubamärgiga tähistatud kaup või teenus on teatud päritolu, nii et ta saab võimaliku segiajamise ohuta eristada kõnealust kaupa või teenust muu päritoluga kaubast või teenusest. Et kaubamärk võiks tegelikult täita olulist osa moonutamata konkurentsi süsteemis, mille loomine ja säilitamine on aluslepingu eesmärk, peab kaubamärk tagama, et kõiki sellega tähistatud

kaupu toodetakse või teenuseid osutatakse nende kvaliteedi eest vastutava konkreetse ettevõtja kontrolli all (vt selle kohta analoogia alusel 8. juuni 2017. aasta kohtuotsus W. F. Gözze Frottierweberei ja Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, punkt 41 ja seal viidatud kohtupraktika, ja 7. juuni 2018. aasta kohtuotsus Schmid *vs.* EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark (Steirisches Kürbiskernöl), T-72/17, edasi kaevatud, EU:T:2018:335, punkt 44).

143 Sellest tuleneb, et selleks, et teha kindlaks, kas üksikkaubamärk on kollektiivse kasutamise käigus omandanud eristusvõime, tuleb kindlaks teha, kas see tagab tarbijatele, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad teatavalt ettevõtjalt, keda tuleb mõista kui konkreetset ettevõtjat, kelle kontrolli all neid toodetakse või tarnitakse ning kellele võib järelikult omistada vastutuse nende kaupade või teenuste kvaliteedi eest.

144 Käesoleval juhul tuleb analüüsida, kas menetlusse astujat, s.t vaidlusaluse kaubamärgi omanikku tuleb pidada „konkreetseks ettevõtjaks“ eespool punktis 142 viidatud kohtupraktika tähenduses, nagu väidab menetlusse astuja, tema õiguslike ja äriliste sidemete tõttu kontserni Crédit Mutuel liikmetega, nii et seos vaidlusaluse kaubamärgi ning selle kontserni liikmete tarnitud kaupade ja osutatud teenuste vahel võimaldab järeldada, et see kaubamärk on kasutamise käigus omandanud eristusvõime.

145 Selles kontekstis on seega oluline kindlaks teha, kas menetlusse astuja teostab kontrolli nende kaupade ja teenuste üle, mida pakuvad kontserni Crédit Mutuel pangad, kes seda kaubamärki tegelikult kasutavad, nii et tarbijad tajuvad kõnealuseid kaupu ja teenuseid konkreetselt ettevõtjalt pärinevatena, keda võib pidada vastutavaks nende kvaliteedi eest.

146 Sellega seoses tuleb märkida, et CNCM on kontserni Crédit Mutuel kesküksus. Vastavalt CMFi artiklile L.512-56 on tema ülesanne esindada kollektiivselt vastastikuse krediidi kassasid, et rakendada nende ühiseid õigusi ja huve, teostada haldus-, tehnilist ja finantskontrolli iga vastastikuse krediidi kassa korralduse ja juhtimise üle ning võtta kõik vajalikud meetmed vastastikuse laenu tõrgeteta toimimiseks. CMFi artikli R.512-20 alusel kohustuvad vastastikuse krediidi kassad järgima CNCMi põhikirja, sisekorraeeskirju ja otsuseid. Nagu CNCM põhikirjast nähtub, tegutseb ta ühenduse vormis.

147 Vastuseks Üldkohtu kirjalikule küsimusele osutas menetlusse astuja oma ülesannetele kontserni Crédit Mutuel kesküksusena, väites, et ta teostab haldus-, tehnilist ja finantskontrolli võrgu liikmete suhtes, ja ta võtab vajalikud meetmed eelkõige selleks, et tagada iga kontserni kuuluva kassa likviidsus ja maksevõime.

148 Need asjaolud ei võimalda siiski tõendada, et ta teostab kontrolli ka nende kaupade ja teenuste üle, mida tarnivad ja osutavad kontserni Crédit Mutuel kuuluvad pangad eespool punktis 142 meelde tuletatud kohtupraktika tähenduses.

149 Vastupidi sellele, mida väidab menetlusse astuja, ei võimalda selline tuvastatud asjaolu, isegi kui kontsern Crédit Mutuel on konkurentsiõiguse või hoolsuskohustuse nõuete tähenduses üks ainus ettevõtja, nagu nähtub eri otsustest ning Euroopa ja riigi asutuste aktidest, millele menetlusse astuja selles osas tugineb, iseenesest järeldada, et menetlusse astuja selle kontserni kesküksusena on samuti konkreetne ettevõtja eespool punktis 142 osundatud kohtupraktika tähenduses. Nimelt on sellel mõistel Euroopa Liidu kaubamärgiõiguses iseseisev sisu, nagu seda on tõlgendatud eespool viidatud kohtupraktikas, ning seda ei saa segi ajada või kohaldada analoogia alusel määratletud mõistetega liidu õiguse teistes valdkondades nagu konkurentsiõiguse või krediidiasutuste usaldatavusnõuete täitmise järelevalve.

150 Nimelt ei ole kriteeriumid, mis on kohaldatavad kontserni Crédit Mutuel eksisteerimise tuvastamiseks usaldatavusnõuete täitmise järelevalve eesmärgil või konkurentsiõiguse kohaldamiseks, samad, mis on kohaldatavad selle tuvastamisel, et tegemist on „ühe ettevõtjaga“ kohtupraktika tähenduses, mis käsitleb ELi üksikkaubamärgi kasutamist kooskõlas selle peamise ülesandega.

151 Viimati nimetatud juhul on ainus asjakohane kriteerium see, kas vaidlusaluse kaubamärgi kasutamine Crédit Mutuel kontserni liikmete kaupade ja teenuste suhtes tagab tarbijatele, et need kaubad ja teenused pärinevad konkreetselt ettevõtjalt, kelle kontrolli all neid kaupu tarnitakse ja teenuseid osutatakse ja kellele võib seetõttu omistada vastutuse nende kvaliteedi eest. Siiski ei ole menetlusse astuja tõendanud, et kontserni Crédit Mutuel puhul on see nii.

152 Argumendid, mis menetlusse astuja on esitanud selleks, et tõendada, et ta teostab kaudselt, kuid tingimata kontrolli kontserni Crédit Mutuel kuuluvate pankade toodete ja teenuste kvaliteedi üle, ei ole veenvad. Ta väidab nimelt, et pangandusasutuste solidaarne vastutus, maksevõime ja likviidsus on need omadused, mida tarbija usaldusväärse panga puhul taotleb. Kuna ta teostab selles küsimuses kontrolli nende asutuste üle, kes kuuluvad sellesse kontserni, vastutab ta seetõttu ka nende kaupade ja teenuste kvaliteedi eest, mida need tarnivad ja osutavad.

153 Vastutusest seoses usaldatavusnõuete täitmise kontrolliga ei saa aga – isegi kui see kontroll võib mõjutada kontserni Crédit Mutuel kuuluvate pankade klientide arusaama, aidates luua neile „usaldusväärsete pankade“ mainet – järeldada, et lisaks nende finantsolukorra jälgimisele teostab menetlusse astuja ka kontrolli nende toodete ja teenuste üle, mida need tarnivad ja osutavad tarbijatele, nii et talle võiks panna vastutuse nende kvaliteedi eest. Ainult sellest viimati nimetatud kriteeriumist saaks aga järeldada, et vaidlusalune kaubamärk, mille omanik on menetlusse astuja, näitab, et sellega tähistatud kaubad ja teenused pärinevad konkreetselt ettevõtjalt, mis võimaldaks kaubamärgil nii nende kaubanduslikku päritolu garanteerides omandada kontserni Crédit Mutuel liikmete poolt kollektiivse kasutamise käigus eristusvõime.

154 Sellest järeldub, et käesoleval juhul ei ole vaidlusalust kaubamärki kasutatud kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu tähistamise peamise ülesande järgi näidata, et kaubad ja teenused pärinevad konkreetselt ettevõtjalt, kelle kontrolli all neid toodetakse või tarnitakse ja kellele võib omistada vastutuse nende kvaliteedi eest, vaid nagu sisuliselt väidavad EUIPO ja hageja, kollektiivse kaubandusliku päritolu tähisena või täpsemini tähisena, mis näitab, et asjaomased kaubad ja teenused pärinevad tootjalt või teenuseosutajat, kes kuulub ühendusse või kollektiivi, mille moodustavad kontserniga Crédit Mutuel ühinenud pangad. Pealegi väidab menetlusse astuja sõnaselgelt (vt menetlusse astuja argumendid eespool punktides 122–127), et vaidlusalune kaubamärk on avalikkuse jaoks äratuntav tähis, mis näitab kuulumist kontserni Crédit Mutuel.

155 Sellisest vaidlusaluse kaubamärgi kasutamisest tähisena, mis näitab, et kaubad või teenused pärinevad pangalt, mis kuulub kontserni Crédit Mutuel, võib sel juhul järeldada, et kollektiivne kaubamärk täidab oma päritolutähise ülesannet. Erinevalt üksikkaubamärgist ei tähista Euroopa Liidu kollektiivkaubamärk konkreetselt ettevõtjalt pärinevaid kaupu või teenuseid, vaid võimaldab määruse 2017/1001 artikli 74 alusel identifitseerida sellega tähistatud kaupade või teenuste kaubanduslikku päritolu, näidates, et need pärinevad selle kaubamärgi omanikuks oleva ühenduse liikmetelt (vt selle kohta 8. juuni 2017. aasta kohtuotsus W. F. Gözze Frottierweberei jat Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, punkt 50, ja 20. septembri 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, punkt 57).

156 Menetlusse astuja argument, et tarbija seostab kaubamärgiga Crédit Mutuel pakutavaid pangateenuseid kontserniga Crédit Mutuel, eristades neid nii muu päritoluga teenustest, pigem näitlikustab selle kaubamärgi pigem kollektiivse kui üksikkaubamärgina kasutamist.

157 Nagu on eespool punktis 138 märgitud, registreeriti vaidlusalune kaubamärk siiski üksikkaubamärgina, mitte kollektiivse kaubamärgina.

158 Kuna menetlusse astuja ei ole tõendanud, et vaidlusalune kaubamärk täidab kaubandusliku päritolu tähistamise peamist ülesannet, mis seisneb selle tagamises, et need kaubad ja teenused, mida see tähistab, on pärit konkreetselt ettevõtjalt, kelle kontrolli all need on tarnitud ja kellele saab seetõttu

omistada vastutuse nende kvaliteedi eest eespool punktis 142 viidatud kohtupraktika tähenduses, siis järeldas apellatsioonikoda ekslikult, et see kaubamärk on omandanud kontserni Crédit Mutuel liikmete poolt kasutamise käigus eristusvõime.

159 Seda järeldust kinnitab hageja poolt välja toodud asjaolu, et kaks iseseisvat ja konkureerivat kontserni Crédit Mutuel Arkéa ja CM11-CIC, kelle ümber on koondunud ühistupangad, mis kuuluvad sellesse ühendusse, mille kesküksus on menetlusse astuja, kasutavad lisaks vaidlusalusele kaubamärgile veel erinevaid kaubamärke või sellega koos spetsiifilist logo, et näidata nende kaupade ja teenuste kaubanduslikku pärinemist ühest või teisest kontsernist. Seda asjaolu ei ole menetlusse astuja vaidlustanud, kuid leiab siiski, et see ei ole asjakohane, kuna hageja ja CM11-CIC poolt vastavalt pakutud kaupade ja teenuste tähistamiseks mõeldud kaubamärkide olemasolu tõttu ei kao „katuskaubamärgi“ Crédit Mutuel kasutamine, mis on menetlusse astuja arusaamise järgi kaubamärk, mida kasutavad kõik kontserni Crédit Mutuel kuuluvad pangad.

160 Siiski, nagu on märgitud eespool punktis 154 ja nagu menetlusse astuja ise kinnitab, on vaidlusalune kaubamärk isegi siis, kui seda tuleb mõista „katuskaubamärgina“, kontserni kuulumise tähis ja näitab seega parimal juhul kaupade ja teenuste kollektiivset päritolu kontsernist Crédit Mutuel.

161 Nagu eespool punktis 131 viidatud kohtupraktikast nähtub, peab vaidlusalune kaubamärk olema võimeline asjaomase avalikkuse silmis üksi tähistama kaupu ja teenuseid, mida asjaomane avalikkus tajub eespool punktis 142 viidatud kohtupraktika tähenduses.

162 Selles kontekstis tuleb veel märkida, et apellatsioonikoda eksis, kui ta leidis vaidlustatud otsuse punktis 97, et arvamusküsitlused, mille menetlusse astuja esitas tõendiks selle kohta, et vaidlusalune kaubamärk on kasutamise käigus omandanud eristusvõime, näitavad „üheselt“, et asjaomane avalikkus tajub vaidlusalust kaubamärki nii, et see tähistab kaupu ja teenuseid menetlusse astujalt pärinevatena. Nimelt nähtub nendest arvamusküsitlustest, et küsitletud isikud seostavad tähist Crédit Mutuel pangaga või üldisemalt finantsasutusega või ka sellise pangatoote nagu laenuga. Need küsitlused näitavad seega parimal juhul seda, et asjaomase avalikkuse silmis tähistab tähis Crédit Mutuel kaupu ja teenuseid, mis kuuluvad pangandusvaldkonda või pärinevad pangandus- või finantsasutuselt, mis neid tarnib. Just seepärast peetigi vaidlusalust kaubamärki kirjeldavaks nende kaupade ja teenuste suhtes, millel on seos pangandustegevusega.

163 Menetlusse astuja poolt esile toodud asjaolu, et teatav protsent küsitletutest märgib, et on kuulnud „nime“ Crédit Mutuel, ei tõenda kuidagi, et asjaomane avalikkus seostab vaidlusalust kaubamärki menetlusse astujaga, vaid parimal juhul seda, et asjaomasele avalikkusele on tuttav see sõna, mis viitab pangale, finantsasutusele või pangatootele.

164 Menetlusse astuja muud argumendid ei lükka eespool punktis 158 tehtud järeldust ümber.

165 Esiteks tuleb tagasi lükata argument, et selleks et kaubamärk omandaks kasutamise käigus eristusvõime, ei ole vaja, et seda kasutataks selle omanik, vaid piisab, kui seda kasutab tegelikult kolmas isik, kellel on luba, millega on väidetavalt käesoleval juhul vaidlusaluse kaubamärgi puhul tegemist.

166 Nimelt puudutab kohtupraktika, millele menetlusse astuja selles osas tugineb, tõendeid kaubamärgi tegeliku kasutamise kohta määruse 2017/1001 artikli 18 lõike 2 tähenduses omaniku nõusolekul, kusjuures seda tegelikku kasutamist tuleb sel juhul lugeda kasutamiseks kaubamärgi omaniku poolt. Tuleb siiski tõdeda, et määruse 2017/1001 artikli 18 lõikega 2 ei ole analoogset sätet kaubamärgi kasutamise käigus omandatud eristusvõime kohta, mistõttu ei saa kohe järeldada, et kaubamärgi kasutamine kolmanda isiku poolt omaniku nõusolekul võimaldab tuvastada, et kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime.

167 Kuigi Euroopa Kohus on tunnistanud, et nõuded, mis esitatakse määruse 2017/1001 artikli 18 lõike 1 mõttes kaubamärgi tegeliku kasutamise kontrollimisele, on analoogsed nõuetega, mis puudutavad tähise registreerimiseks vajaliku eristusvõime omandamist kasutamise käigus nimetatud määruse artikli 7 lõike 3 tähenduses (18. aprilli 2013. aasta kohtuotsus Colloseum Holding, C-12/12, EU:C:2013:253, punkt 34), ei ole Euroopa Kohus selles osas viidanud nimetatud määruse artikli 18 lõikest 2 tulenevatele nõuetele.

168 Järelikult ei ole määruse 2017/1001 artikli 18 lõike 2 kohaldamist käsitlev menetlusse astuja viidatud kohtupraktika selle määruse artikli 7 lõike 3 kohaldamise seisukohast asjakohane.

169 Teiseks ei võimalda menetlusse astuja argument, et isegi kui ärinime või ettevõtte nime eesmärk iseenesest ei ole eristada kaupu või teenuseid, võib sellist ärinime kasutada „kaupade või teenuste puhul“, kui kolmas isik kasutab seda tähist nii, et ta loob seose tähise, mis kujutab endast tema ärinime, ettevõtte nime või silti, ja tema poolt turustatavate kaupade või osutatavate teenuste vahel (11. septembri 2007. aasta kohtuotsus Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, punktid 21–23), tõendada, et vaidlusalune kaubamärk näitab, et asjaomased kaubad ja teenused pärinevad selle kaubamärgi omanikult. Nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 117 märkis, on kaubamärgi omanik menetlusse astuja, kelle ärinimi on „Confédération nationale du Crédit mutuel“. Seega ei vasta vaidlusalune kaubamärk tema ärinimele.

170 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb teine ja kolmas väide rahuldada ning vaidlustatud otsus osaliselt tühistada osas, milles apellatsioonikoda järeldas, et vaidlusalune kaubamärk on kasutamise käigus omandanud eristusvõime esimesse rühma kuuluvate kaupade ja teenuste osas, mille jaoks see on kirjeldav, mitte eristav, ilma et oleks vaja analüüsida hageja teisi etteheiteid, mis on esitatud selleks, et vaidlustada apellatsioonikoja hinnang vaidlusaluse kaubamärgi kasutamise käigus omandatud eristusvõime kohta.

Kohtukulud

171 Vastavalt kodukorra artikli 134 lõikele 1 on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Lisaks otsustab Üldkohus vastavalt kodukorra artikli 134 lõikele 2 kohtukulude jaotamise, kui kaotanud poolel on mitu isikut. Kodukorra artikli 134 lõikes 3 on ette nähtud, et kui osa nõudeid rahuldatakse ühe poole, osa teise poole kasuks, jäävad kummagi poole kohtukulud tema enda kanda. Ent kui juhtumi asjaoludest tulenevalt on see põhjendatud, võib Üldkohus jätta ühe poole kanda lisaks enda kohtukuludele ka osa teise poole kohtukuludest.

172 Käesolevas asjas on hageja taotlenud, et kohtukulud mõistetaks välja EUIPO-lt ja menetlusse astujalt. EUIPO on taotlenud, et kohtukulud mõistetaks välja hagejalt ja menetlusse astujalt. Menetlusse astuja on taotlenud, et kohtukulud mõistetaks välja hagejalt.

173 Neil asjaoludel ja võttes arvesse asjaolu, et hageja, EUIPO ja menetlusse astuja on kohtuvaidluse teatud osas kaotanud, tuleb otsustada, et põhihagiga seotud kohtukulude osas tuleb jätta üks kolmandik hageja kohtukuludest tema enda kanda ning mõista temalt välja üks kolmandik EUIPO ja menetlusse astuja kohtukuludest, jätta kaks kolmandikku EUIPO kohtukuludest tema enda kanda ja mõista temalt välja kaks kolmandikku hageja kohtukuludest ning jätta kaks kolmandikku menetlusse astuja kohtukuludest tema enda kanda. Mõista vastuhagi kohtukulud välja menetlusse astujalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (teine koda)

otsustab:

1. **Tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) viienda apellatsioonikoja 8. novembri 2017. aasta otsus (asi R 1724/2016-5) osas, milles järeldati, et vaidlusalune kaubamärk on omandanud kasutamise käigus eristusvõime kaupade ja teenuste osas, millega seoses see kaubamärk oli kirjeldav, mitte eristav.**

2. **Jätta hagi ülejäänud osas rahuldamata.**

3. **Jätta vastuhagi rahuldamata.**

4. **Jätta üks kolmandik Crédit Mutuel Arkéa kohtukuludest tema enda kanda ja mõista temalt välja üks kolmandik EUIPO ja Confédération nationale du Crédit mutueli kohtukuludest seoses põhihagiga.**

5. **Jätta kaks kolmandikku EUIPO kohtukuludest tema enda kanda ja mõista temalt välja kaks kolmandikku hageja kohtukuludest seoses põhihagiga.**

6. **Jätta kaks kolmandikku Confédération nationale du Crédit mutueli kohtukuludest seoses põhihagiga tema enda kanda ja mõista temalt välja kulud seoses vastuhagiga.**

Prek Buttigieg Berke

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 24. septembril 2019 Luxembourgis.

Allkirjad