Rättsfallssamlingen

TRIBUNALENS DOM (andra avdelningen)

24 september 2019*

”EU-varumärke – Ogiltighetsförfarande – EU-ordmärket Crédit Mutuel – Absoluta registreringshinder – Beskrivande karaktär – Särskiljningsförmåga saknas – Förvärv av särskiljningsförmåga till följd av användning – Anslutningsöverklagande – Artikel 7.1 b och c samt artikel 7.3 i förordning (EU) 2017/1001 – Artikel 59.1 a och artikel 59.2 i förordning 2017/1001”

I mål T-13/18,

Crédit Mutuel Arkéa, Relecq Kerhuon (Frankrike), företrätt av advokaterna A. Casalonga, L. Codevelle och C. Bercial Arias,

klagande,

mot

Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO), företrädd av D. Hanf, i egenskap av ombud,

motpart,

varvid motparten i förfarandet vid EUIPO:s överklagandenämnd, som intervenerat vid tribunalen, var

Confédération nationale du Crédit mutuel, Paris (Frankrike), företrädd av advokaterna B. Moreau-Margotin och M. Merli,

angående ett överklagande av det beslut som meddelades av EUIPO:s femte överklagandenämnd den 8 november 2017 (ärende R 1724/2016–5) om ett ogiltighetsförfarande mellan Crédit Mutuel Arkéa och Confédération nationale du Crédit mutuel,

meddelar

TRIBUNALEN (andra avdelningen),

sammansatt av ordföranden M. Prek samt domarna E. Buttigieg (referent) och B. Berke,

justitiesekreterare: förste handläggaren J. Palacio González,

med beaktande av överklagandet som inkom till tribunalens kansli den 15 januari 2018,

med beaktande av EUIPO:s svarsskrivelse, som inkom till tribunalens kansli den 29 mars 2018,

med beaktande av intervenientens svarsskrivelse som inkom till tribunalens kansli den 29 mars 2018,

* Rättegångsspråk: franska.

med beaktande av intervenientens anslutningsöverklagande, som inkom till tribunalens kansli den 29 mars 2018,

med beaktande av klagandens svar på anslutningsöverklagandet, som inkom till tribunalens kansli den 2 augusti 2018,

med beaktande av EUIPO:s svar på anslutningsöverklagandet, som inkom till tribunalens kansli den 29 maj 2018,

med beaktande av tribunalens skriftliga frågor till parterna och svaren på dessa frågor, som inkom till tribunalens kansli den 1 och 4 februari 2019,

efter förhandlingen den 26 februari 2019,

följande

Dom

Bakgrund till tvisten

1 Klaganden, Crédit Mutuel Arkéa, är en kooperativ och ömsesidig bank.

2 Klaganden tillhör gruppen Crédit Mutuel – en banksammanslutning av ömsesidig karaktär vars organisation omfattar tre geografiska nivåer, (lokal, regional och nationell) (nedan kallad gruppen Crédit Mutuel). Var och en av de lokala ömsesidiga kreditkassorna måste ansluta sig till ett regionalt förbund och varje förbund måste ansluta sig till intervenienten i förevarande mål, Confédération nationale du Crédit mutuel (nedan kallad CNCM) – sammanslutningens centrala organ enligt artiklarna L.512–55 och L.512–56 i Code monétaire et financier (den franska lagen om penningmarknaden och finansmarknaden) (nedan kallad CMF). De banker som ingår i gruppen Crédit Mutuel är i huvudsak organiserade kring två oberoende och konkurrerande grupper, Crédit Mutuel Arkéa och CM11-CIC.

3 Intervenienten ingav den 5 maj 2011 en ansökan om registrering av EU-varumärke till Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) i enlighet med rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om EU-varumärken (EUT L 78, 2009, s. 1), i ändrad lydelse (ersatt av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1).

4 Det sökta varumärket utgörs av ordkännetecknet Crédit Mutuel.

5 De varor och tjänster som registreringsansökan avsåg omfattas av klasserna 9, 16, 35, 36, 38, 42 och 45 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg.

6 Kännetecknet Crédit Mutuel registrerades som individuellt EU-varumärke den 20 oktober 2011 under nummer 9943135, bland annat för de varor och tjänster som avses i punkt 5 ovan.

7 Den 26 februari 2015 lämnade klaganden in en ansökan om att det omstridda varumärket skulle förklaras ogiltigt för samtliga de varor och tjänster som det hade registrerats för enligt artikel 52.1 a i förordning nr 207/2009 (nu artikel 59.1 a i förordning 2017/1001), på grund av att det hade registrerats i strid med artikel 7.1 b och c i förordning nr 207/2009 (nu artikel 7.1 b och c i förordning 2017/1001).

8 Genom beslut av den 11 augusti 2016 avslog annulleringsenheten ansökan om ogiltighetsförklaring i sin helhet. Som skäl härför angavs dels att det omstridda varumärket var beskrivande för en del av de varor och tjänster som det avsåg, men att det med avseende på dessa varor och tjänster hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning, dels att varumärket inte var beskrivande vad gällde de varor och tjänster som inte var hänförliga till banksektorn.

9 Den 20 september 2016 gav klaganden in ett överklagande av annulleringsenhetens beslut vid EUIPO, i enlighet med artiklarna 58–64 i förordning nr 207/2009 (nu artiklarna 66–71 i förordning 2017/1001). Klaganden angav därvid att den motsatte sig annulleringsenhetens bedömning att det omstridda varumärket inte var beskrivande för vissa varor och tjänster, och dess konstaterande att detta varumärke – i fråga om de varor och tjänster för vilka varumärket enligt annulleringsenhetens bedömning var beskrivande – hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

10 I sin svarsskrivelse av den 16 februari 2017 yrkade intervenienten att överklagandenämnden skulle avslå överklagandet, och att den skulle upphäva annulleringsenhetens beslut i den mån som denna enhet hade bedömt att det omstridda varumärket var beskrivande för vissa varor och tjänster.

11 Genom beslut av den 8 november 2017 (nedan kallat det överklagade beslutet) avslog EUIPO:s femte överklagandenämnd överklagandet.

12 I likhet med annulleringsenheten ansåg överklagandenämnden för det första att omsättningskretsen bestod dels av en normalt uppmärksam och medveten bred allmänhet, dels av fackmän – åtminstone såvitt avsåg tekniska eller specialiserade varor och tjänster. Överklagandenämnden fann dessutom att i fråga om vissa tjänster, såsom finansiella tjänster och fastighetstjänster, vilka enligt nämnden kunde ha avgörande ekonomiska konsekvenser för sina användare, hade konsumenter tillhörande den breda allmänheten en hög uppmärksamhetsnivå. Överklagandenämnden angav även att eftersom det omstridda varumärket var sammansatt av franska ord, var det den fransktalande konsumenten som skulle beaktas.

13 För det andra ansåg överklagandenämnden att uttrycket ”crédit mutuel” (ömsesidig kredit) refererade till en typ av bankverksamhet som bedrivs av ömsesidiga banker, vars verksamhet ”[var] identisk med så kallade ’traditionella’ bankers verksamhet, även om de inte [eftersträvade] samma mål, det vill säga realisering av vinster”. Överklagandenämnden ansåg därför att i den mån som det omstridda varumärket indikerade att de varor och tjänster som det avsåg var hänförliga till bankverksamhet, var varumärket beskrivande för dessa varors och tjänsters art, syfte eller avsedda användning.

14 Som en följd härav ansåg överklagandenämnden, i sin övergripande motivering för varje grupp av varor och tjänster, att det omstridda varumärket var beskrivande och saknade särskiljningsförmåga med avseende på följande varor och tjänster (nedan kallade varorna och tjänsterna i den första kategorin), eftersom dessa hade ett tillräckligt direkt och nära samband med banksektorn:

– Klass 9: ”[B]ankkortsstyrda automater, sedelautomater, bankkort, chipkort, i synnerhet minnes- eller mikroprocessor- eller magnetkort eller chipkort innehållande en kreditenhet.”

– Klass 35: ”Rådgivning, information eller upplysningar om affärer; Stöd åt industri- eller handelsföretag, fria yrkesutövare, hantverkare, lokala myndigheter och privatpersoner vid ledning av deras verksamheter; Professionella företagskonsultationer; Ekonomiska analyser, bedömningar, information och prognostisering; Ekonomiska, statistiska och kommersiella upplysningar avseende finans-, valuta- och börsmarknader som är åtkomliga speciellt via IT, datornät, Internet, intranät och extranät; Abonnemangstjänster på en säkrad Internetplats som gör det möjligt att få tillgång till personlig bankinformation, personlig finansiell information; Hantering av dataregister, -baser och -banker, elektroniska yrkeskataloger inom bank-, finans-, valuta- och börsområdet; Administrativ hantering av finansiella produkter, portföljer och börsvärdepapper, administrativ portföljförvaltning via fullmakt; Tjänster avseende verifiering av konton och uttag från konton.”

– Klass 36: ”Finansiella affärer; Monetära tjänster; Bankverksamhet; Direktanslutna banktjänster; Bankkontohantering; Portföljförvaltning; Kredit- och betalkortstjänster; börsmäkleri; Finansiella bedömningar (banker), skattetaxering och -bedömningar; Inkasso; Factoring; Utställande av resecheckar och kreditiv; Finans-, bank-, valuta- och börstjänster åtkomliga via telefon- och datakommunikationsnät; Mottagning, verkställande och överföring av order för tredje parts räkning (emittenter och investerare) på en eller flera finansiella instrument; Finansiell förvaltning av värdepappersportföljer; Finansiell analys av ränte-, valuta- och aktiemarknader; Tjänster avseende information och rådgivning inom bank- och finansområdet; Information och rådgivning avseende finansiella investeringar och placeringar; Tjänster avseende finansiella investeringar och placeringar; Växlingskontor, deponering av värdesaker, tjänster avseende deponering av värdesaker; Ekonomisk förvaltning; Lånetjänster; Leasing; Sparbanker; Operationer och transaktioner på finansmarknaden; Överföring av penningmedel; Säkra betalningstjänster; Emission och förvaltning av aktier, obligationer och OPCVM; Bank-, finans- och valutainformation, speciellt tillgänglig via telefoni, telematik, datornät, Internet, Intranät och Extranät.”

15 I likhet med annulleringsenheten ansåg emellertid överklagandenämnden att intervenienten, i enlighet med artikel 7.3 i förordning 2017/1001, hade lagt fram bevis för att varumärket till följd av dess användning hade förvärvat särskiljningsförmåga för varorna och tjänsterna i den första kategorin.

16 För det fjärde ansåg överklagandenämnden att det omstridda varumärket inte var beskrivande och hade särskiljningsförmåga med avseende på följande varor och tjänster (nedan kallade varorna och tjänsterna i den andra kategorin), eftersom dessa saknade ett tillräckligt specifikt, direkt, nära eller klart samband med banksektorn:

– Klass 9: ”Mynt- och polettstyrda automater; Magnetiska, digitala och optiska databärare, cd-romskivor, videoskivor; Programvara, speciellt programvara för behandling av information; Online-nyhetsbrev.”

– Klass 16: ”Trycksaker; Böcker; Tidskrifter; Magasin; Tidningar; Foldrar av papper, prospekt av papper, affischer, kalendrar, klistermärken, reklammaterial, blanketter; Nyhetsbrev och trycksaker för abonnenter.”

– Klass 36: ”Försäkringsverksamhet; Fastighetsmäkleri; Sparbanker; Försäkringsmäkleri; Finansiella bedömningar (försäkring, fastighet); Förvaltning av lös eller fast egendom; Finansiell sponsring.”

– Klass 38: ”Sändning och spridning av data; Överföring av information som är åtkomlig via databaser och samt via datoriserade och telematiska databasservrar; Överföring av information åtkomlig via åtkomstkod från databaser och datoriserade och telematiska databasservrar.”

– Klass 42: ”Tjänster avseende säker nedladdning av data.”

– Klass 45: ” Juridiska tjänster; Säkerhetstjänster för att skydda egendom och individer.”

Förfarandet och parternas yrkanden

17 Klagandens överklagande inkom till tribunalens kansli den 15 januari 2018.

18 Klaganden har i huvudsak yrkat att tribunalen ska

– delvis ogiltigförklara det överklagade beslutet,

– ogilla anslutningsöverklagandet, och

– förplikta EUIPO och intervenienten att ersätta rättegångskostnaderna.

19 EUIPO har yrkat att tribunalen ska

– ogilla överklagandet,

– ogilla anslutningsöverklagandet, och

– förplikta klaganden och intervenienten att ersätta rättegångskostnaderna.

20 Intervenienten har yrkat att tribunalen ska

– ogilla överklagandet,

– bifalla anslutningsöverklagandet och fastställa att det omstridda varumärket inte är beskrivande och således giltigt, och

– förplikta klaganden att ersätta rättegångskostnaderna.

Rättslig bedömning

Upptagande till prövning

Huvudöverklagandets föremål

21 Det ska noteras att klaganden, som svar på en skriftlig fråga från tribunalen och i anledning av EUIPO:s invändning att överklagandet ska avvisas i den del det avser varorna ”affischer, kalendrar, klistermärken” i klass 16, har angett att överklagandet inte omfattar dessa varor.

22 När det gäller ”bankverksamhet”, som omfattas av klass 36, har klaganden i sitt överklagande gjort gällande att det omstridda varumärket ska förklaras ogiltigt för dessa tjänster, eftersom orden ”crédit mutuel” utgör den generiska beteckningen, men också den legala beteckningen i Frankrike, för en viss typ av banktjänster. Enligt klaganden innebär detta att det omstridda varumärket saknar särskiljningsförmåga och, om inte annat, är beskrivande för denna ”bankverksamhet”.

23 EUIPO har gjort gällande att denna invändning ska avvisas, eftersom klaganden – med hänsyn till överklagandenämndens ovan i punkt 14 angivna slutsats – därmed önskar att tribunalen ska bekräfta nämndens beslut.

24 Det ska noteras att klaganden, som svar på en skriftlig fråga från tribunalen, har uppgett att den inom ramen för förevarande överklagande inte ifrågasätter överklagandenämndens slutsats att det omstridda varumärket är beskrivande för varorna och tjänsterna i den första kategorin, i vilken ”bankverksamhet” i klass 16 ingår, utan endast slutsatsen att varumärket skulle ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning vad beträffar dessa varor och tjänster.

Anslutningsöverklagandets föremål

25 EUIPO har noterat att intervenienten, med sitt anslutningsöverklagande, har yrkat att tribunalen ska förklara att det omstridda varumärket inte är beskrivande för varorna och tjänsterna i den första kategorin och att det således är giltigt. Ett sådant yrkande, varigenom intervenienten önskar utverka en fastställelsedom, måste avvisas.

26 Anslutningsöverklagandet skulle kunna prövas i sak endast om tribunalen kunde tolka intervenientens yrkande så, att det i själva verket avser en ändring av det överklagade beslutet för att utverka avslag på ansökan om ogiltigförklaring enligt artikel 7.1 c i förordning nr 2017/1001 även när det gäller varor och tjänster i den första kategorin, med avseende på vilka överklagandenämnden fann att varumärket är beskrivande.

27 Intervenienten angav i sin skrivelse av den 4 september 2018, i vilken den begärde att förhandling skulle hållas, att anslutningsöverklagandet avsåg ändring av det överklagade beslutet i den del det grundades på ett felaktigt resonemang vad gäller det omstridda varumärkets ursprungliga beskrivande karaktär.

28 Vid förhandlingen uppgav klaganden och EUIPO, som svar på en fråga från tribunalen, att de inte hade några invändningar mot att anslutningsöverklagandet tolkades på så sätt att det avser en ändring av det överklagade beslutet. Detta noterades i förhandlingsprotokollet.

29 Intervenienten har genom ett sådant yrkande med nödvändighet yrkat både ändring och ogiltigförklaring av det överklagade beslutet (se, för ett liknande resonemang, dom av den 27 februari 2014, Advance Magazine Publishers/harmoniseringskontoret – Nanso Group (TEEN VOGUE), T-509/12, EU:T:2014:89, punkt 16 och där angiven rättspraxis), vilket för övrigt framgår av de argument som anförts till stöd för grunden för anslutningsöverklagandet, vilken i huvudsak avser åsidosättande av artikel 59.1 a i förordning nr 2017/1001, jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning.

Huruvida vissa bilagor till överklagandet kan beaktas

30 Vid förhandlingen drog EUIPO tillbaka sina invändningar mot att beakta bilagorna A.47 och A.49 till överklagandet, vilket noterades i förhandlingsprotokollet.

Prövning i sak

31 Klaganden har åberopat tre grunder till stöd för sitt överklagande. Den första grunden avser åsidosättande av artikel 59.1 a i förordning 2017/1001, jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning. Den andra och den tredje grunden avser åsidosättande av artikel 59.2 i förordning nr 2017/1001 jämförd med artikel 7.3 i samma förordning.

32 Intervenienten har i sitt anslutningsöverklagande, som gavs in med stöd av artikel 182 i tribunalens rättegångsregler, anfört en enda grund, nämligen att artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning åsidosattes.

33 Eftersom intervenienten genom den enda grunden för anslutningsöverklagandet har bestritt överklagandenämndens slutsats att det omstridda varumärket är beskrivande och således saknar särskiljningsförmåga med avseende på varorna och tjänsterna i den första kategorin, ska denna grund prövas först. Tribunalen kommer sedan att pröva den första grunden för huvudöverklagandet, avseende åsidosättande av artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning, för att därefter göra en gemensam prövning av huvudöverklagandets andra och tredje grund, vilka avser åsidosättande av artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.3 i denna förordning.

Anslutningsöverklagandets enda grund: Åsidosättande av artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning

34 Intervenienten har gjort gällande att det omstridda varumärket inte är beskrivande och att det således har särskiljningsförmåga med avseende på varorna och tjänsterna i den första kategorin.

35 Intervenienten har för det första ifrågasatt överklagandenämndens bedömning av innebörden av uttrycket ”crédit mutuel” för omsättningskretsen.

36 I detta avseende har intervenienten gjort gällande att uttrycket ”crédit mutuel” inte definieras i ordboken *Larousse*, men att det vid omnämnandet av uttrycket i denna ordbok redogörs för hur sammanslutningen Crédit Mutuel, vars centrala organ är intervenienten, är organiserad.

37 Detta uttryck utgör inte heller enligt intervenienten den generiska beteckningen för en vara eller en banktjänst, eftersom det inte betecknar en särskild sorts banktjänst utan uppfattas av omsättningskretsen som ett särskiljande kännetecken som gör det möjligt att identifiera varor och tjänster som försetts med detta kännetecken såsom härrörande från CNCM eller sammanslutningen Crédit Mutuel.

38 För det andra anser intervenienten att den omständigheten att nämnda uttryck finns med i CMF inte ger det en generisk karaktär som rent allmänt betecknar ömsesidiga banker eller en viss del av dessa bankers verksamhet, eftersom det framgår av bestämmelserna i CMF dels att uttrycket ”crédit mutuel” inte definieras på ett tydligt sätt och endast används med hänvisning till CNCM och till nätet av de ömsesidiga kreditkassorna, dels att detta uttryck förbehålls CNCM och dess medlemmar.

39 Intervenienten har för det tredje anfört att historiska teorier om mutualism inte påverkar hur omsättningskretsen uppfattar det omstridda varumärket, och att den association till en typ av ömsesidig organisation som det omstridda varumärket skulle kunna framkalla vad gäller de varor och tjänster som anslutningsöverklagandet avser varken är direkt eller omedelbar.

40 Klaganden och EUIPO har bestritt intervenientens argument och yrkat att tribunalen ska förklara att anslutningsöverklagandet inte kan vinna bifall på den enda anförda grunden.

41 Det framgår av punkterna 27 och 29 ovan att intervenienten önskar att tribunalen ska ogiltigförklara och ändra det överklagade beslutet i den del det, enligt intervenienten, grundas på ett felaktigt resonemang vad gäller det omstridda varumärkets ursprungliga beskrivande karaktär.

42 Tribunalen erinrar inledningsvis om att det följer av lydelsen i artikel 59.1 a i förordning 2017/1001 att ett EU-varumärke, efter ansökan till EUIPO, ska förklaras ogiltigt om det har registrerats i strid med bestämmelserna i artikel 7 i denna förordning.

43 Enligt artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 vägras registrering för ”varumärken som endast består av tecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda ändamål, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna”.

44 Enligt fast rättspraxis eftersträvas med artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 ett mål av allmänintresse, nämligen att upplysningar eller kännetecken som är beskrivande för de varor eller tjänster som registreringsansökan avser ska kunna användas fritt av alla. Denna bestämmelse hindrar således att sådana kännetecken eller upplysningar förbehålls ett enda företag genom att de registreras som varumärke (se dom av den 23 oktober 2003, harmoniseringskontoret/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 31 och där angiven rättspraxis).

45 Dessutom anses kännetecken eller upplysningar vilka i handeln visar egenskaperna hos den vara eller tjänst som registreringsansökan avser enligt artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 inte kunna fylla ett varumärkes grundläggande funktion, nämligen den att ange varans eller tjänstens kommersiella ursprung så att den konsument som köper den vara eller den tjänst som kännetecknas av varumärket kan göra samma val vid ett senare köp, om erfarenheten varit positiv, eller göra ett annat val, om den varit negativ (se dom av den 12 juni 2007, MacLean-Fogg/harmoniseringskontoret (LOKTHREAD), T-339/05, ej publicerad, EU:T:2007:172, punkt 28 och där angiven rättspraxis).

46 Härav följer att ett kännetecken omfattas av förbudet i den bestämmelse som omenämns i punkt 43 ovan bara om det har ett tillräckligt direkt och konkret samband med de aktuella varorna eller tjänsterna, så att omsättningskretsen omedelbart och utan vidare eftertanke kan uppfatta en beskrivning av dessa varor eller tjänster eller av en egenskap hos dessa (se dom av den 12 juni 2007, LOKTHREAD, T-339/05, ej publicerad, EU:T:2007:172, punkt 29 och där angiven rättspraxis).

47 Det ska i detta sammanhang framhållas att genom formuleringen ”art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna” i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001, har unionslagstiftaren dels angett att samtliga dessa ord uttrycker egenskaper hos varorna eller tjänsterna, dels klargjort att denna uppräkning inte är uttömmande eftersom andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna också kan beaktas (dom av den 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/harmoniseringskontoret, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 49).

48 Genom lagstiftarens uttryck ”egenskap” betonas den omständigheten att de kännetecken som avses i bestämmelsen endast är de som används för att visa en egenskap hos de varor eller tjänster som registreringsansökan avser, vilken lätt kan kännas igen av omsättningskretsen. Registrering kan således vägras för ett kännetecken med stöd av artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 endast om det är rimligt att anta att omsättningskretsen faktiskt kommer att känna igen det som en beskrivning av en av de nämnda egenskaperna (se, för ett liknande resonemang, dom av den 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/harmoniseringskontoret, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 50 och där angiven rättspraxis).

49 Slutligen erinras om att frågan huruvida ett kännetecken är beskrivande endast kan bedömas dels i förhållande till hur omsättningskretsen uppfattar kännetecknet, dels i förhållande till de berörda varorna och tjänsterna (se dom av den 12 juni 2007, LOKTHREAD, T-339/05, ej publicerad, EU:T:2007:172, punkt 32 och där angiven rättspraxis).

50 Tribunalen ska således bedöma huruvida överklagandenämnden gjorde en riktig bedömning när den i det överklagade beslutet fann att ordkännetecknet Crédit Mutuel, ur omsättningskretsens synvinkel, var beskrivande för varorna och tjänsterna i den första kategorin.

51 Vad först och främst gäller fastställandet av omsättningskretsen fann överklagandenämnden i punkterna 39 och 40 i det överklagade beslutet att de varor och tjänster som det omstridda varumärket omfattar inte enbart riktar sig till den breda allmänheten, som är normalt uppmärksam och medveten, utan även till fackmän, åtminstone såvitt avser tekniska eller specialiserade varor och tjänster. Enligt överklagandenämnden har fackmän en högre uppmärksamhetsnivå än konsumenter i den breda allmänheten när de köper tjänsterna i fråga. När det gäller vissa tjänster såsom finansiella tjänster och fastighetstjänster, som kan ha avgörande ekonomiska konsekvenser för sina användare, fann överklagandenämnden dessutom att konsumenter i den breda allmänheten har en relativt hög uppmärksamhetsnivå när de väljer bland dessa tjänster. Överklagandenämnden angav även att eftersom det omstridda varumärket består av franska ord, är det den fransktalande konsumenten som ska beaktas. Denna definition av omsättningskretsen, som intervenienten inte har motsatt sig, är riktig.

52 Vad därefter beträffar innebörden av orden i det omstridda varumärket för den sålunda definierade omsättningskretsen tog överklagandenämnden stöd i definitionen av orden ”crédit” och ”mutuel” i onlineversionen av ordboken *Larousse* och, i bekräftande syfte, i dokument som klaganden hade tillhandahållit. Den gjorde bedömningen, i punkterna 46 och 47 i det överklagade beslutet, att ”[dessa ord] tillsammans för tankarna till ett finansiellt kooperativ vars verksamhet i huvudsak består av beviljande och ställande av garanti för krediter medlemmarna emellan, vilka ingår i ett och samma ’ömsesidiga’ organ där varje användare är både kund och ägare” och att uttrycket ”crédit mutuel” hänvisar till en typ av bankverksamhet som bedrivs av ömsesidiga banker, vars verksamhet är identisk med verksamheten i så kallade ”traditionella banker”, även om de inte eftersträvar samma mål, det vill säga realisering av vinster.

53 Med hänsyn till denna innebörd av uttrycket ”crédit mutuel” konstaterade överklagandenämnden slutligen, i punkt 48 i det överklagade beslutet, att det omstridda varumärket var beskrivande för varorna och tjänsterna i den första kategorin med avseende på deras art, syfte och avsedda användning, eftersom varumärket klart hänvisade till dessa varor och tjänster och deras förmedling inom ramen för bankverksamhet. Vidare konstaterade överklagandenämnden, i punkt 73 i det överklagade beslutet, att det omstridda varumärket inte gjorde det möjligt för omsättningskretsen att identifiera dessa varors och tjänsters kommersiella ursprung och att det följaktligen skulle anses sakna särskiljningsförmåga i förhållande till dessa.

54 Intervenienten har till bestridande av denna slutsats gjort gällande att den innebörd för omsättningskretsen av uttrycket ”crédit mutuel” som överklagandenämnden lade till grund för sin bedömning är felaktig.

55 Intervenienten har för det första hävdat att uttrycket ”crédit mutuel” inte definieras i ordboken *Larousse*. En sådan omständighet saknar emellertid betydelse, eftersom ordböcker, när det rör sig om ett uttryck, inte nämner samtliga tänkbara kombinationer av orden i fråga, vilket överklagandenämnden påpekade i punkt 41 i det överklagade beslutet. Nämnden gjorde således en riktig bedömning när den konstaterade att det är den vanliga och uppenbara betydelsen av ett sådant uttryck som ska beaktas.

56 Det ska för det andra påpekas att det, i motsats till vad intervenienten har hävdat, inte framgår av det överklagade beslutet att överklagandenämnden ansåg att kombinationen av ordelementen ”crédit” och ”mutuel” utgjorde den generiska beteckningen för en bankprodukt eller en banktjänst eller att uttrycket ”crédit mutuel” betecknade en ”särskild sorts banktjänst” i den meningen att det skulle röra sig om en särskild typ av lån inom bankens verksamhet. När överklagandenämnden angav att det omstridda varumärket hänvisade till en ”typ av bankverksamhet som bedrivs av ömsesidiga banker”, grundade den sig på en distinktion mellan en ”traditionell” bank och en ”ömsesidig bank”, vilka inte delar samma mål, det vill säga vinstrealisering, men som bedriver identisk bankverksamhet (såsom låne-, kredit- eller finansieringstjänster).

57 Härav följer att överklagandenämnden inte drog en felaktig slutsats vad beträffar innebörden för omsättningskretsen av uttrycket ”crédit mutuel”.

58 Denna slutsats finner dessutom stöd i överväganden som gjordes av cour d’appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris, Frankrike) i domen av den 27 februari 2018 (mål nr 16/14398), vilken intervenienten gav in till tribunalen som bilaga till anslutningsöverklagandet. Domen meddelades i ett mål som rörde klagandens ansökan om ogiltighetsförklaring av ett kollektivmärke som intervenienten är innehavare till, bestående av samma ord – ”crédit” och ”mutuel” – som det nu omstridda varumärket. Enligt de överväganden som cour d’appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris) lade fram i denna dom framgår det av CMF, och särskilt av artiklarna L.515–55 och R.512–20 i denna lag, att uttrycket ”crédit mutuel” däri används för att beteckna en typ av bankverksamhet som består i att erbjuda banktjänster med tillämpning av principerna om ömsesidig kredit. Cour d’appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris) tillade att det var av liten betydelse i detta avseende att CMF inte

tillhandahöll någon exakt definition av uttrycket, eftersom orden ömsesidig kredit användes i denna lag för att definiera syftet med de ömsesidiga kreditkassorna, och att artikel R.512–20 CMF definierade de allmänna principerna för ömsesidig kredit, såsom den ideella karaktären, begränsningen av kreditkassornas verksamhet till ett visst geografiskt område eller en homogen grupp medlemmar samt medlemmarnas ansvar. Enligt Cour d'appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris) definieras således den typ av bankverksamhet som kallas ömsesidig kredit av dessa allmänna principer.

59 Den betydelse som Cour d'appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris) gav uttrycket "crédit mutuel", vilket utgör det franska varumärke som intervenienten är innehavare av, motsvarar således i allt väsentligt den betydelse som överklagandenämnden gav dessa ord som tillsammans utgör det nu omstridda varumärket.

60 Det ska härvid erinras om att Europeiska unionens ordning för varumärken förvisso är ett självständigt system, som består av en samling regler och syftar till att uppnå de mål som är specifika för detta system, och att detta system ska tillämpas utan hänsyn till de nationella systemen. Det framgår emellertid också av rättspraxis att varken parterna eller tribunalen är förhindrade att vid tolkningen av unionsrätten låta sig inspireras av nationell rättspraxis. Även om besluten från nationella myndigheter inte är bindande vid tillämpningen av bestämmelserna om EU-varumärken kan de följaktligen beaktas framför allt, som i förevarande fall, vid bedömningen av vilken innebörd som orden som det omstridda varumärket består av har för omsättningskretsen (se dom av den 25 november 2014, UniCredit/harmoniseringskontoret, T-303/06 RENV och T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, punkt 91 och där angiven rättspraxis).

61 Intervenienten har vidare bestritt överklagandenämndens slutsats att det omstridda varumärket, med hänsyn till den innebörd det har för omsättningskretsen, är beskrivande för de varor och tjänster som har ett samband med bankverksamhet. Intervenienten kan emellertid inte vinna framgång med de argument som den anfört i detta avseende.

62 Vad för det första gäller argumentet att uttrycket "crédit mutuel" av omsättningskretsen uppfattas som ett särskiljande kännetecken som gör det möjligt att identifiera varor och tjänster som försetts med detta kännetecken såsom härrörande från CNCM eller sammanslutningen Crédit Mutuel, konstaterar tribunalen att detta argument hänför sig till artikel 7.3 i förordning 2017/1001 och inte artikel 7.1 c i denna förordning. En prövning av detta argument förutsätter nämligen att det görs en bedömning av de egenskaper som varumärket kan ha förvärvat genom att det har använts av omsättningskretsen, vilken därigenom skulle känna igen de aktuella varorna och tjänsterna såsom härrörande från CNCM eller sammanslutningen Crédit Mutuel. Ett sådant argument kan således inte beaktas i samband med bedömningen av varumärkets ursprungliga beskrivande karaktär.

63 För det andra är den av intervenienten åberopade omständigheten att användningen av uttrycket "crédit mutuel" skulle vara reglerat eller till och med förbehållet en enda ekonomisk aktör inte relevant vid bedömningen av den ursprungliga beskrivande karaktären eller särskiljningsförmågan hos det omstridda varumärket. En sådan omständighet påverkar nämligen inte omsättningskretsens uppfattning och förståelse av uttrycket "crédit mutuel" som sådant i förhållande till de ifrågavarande varorna och tjänsterna, utan kan på sin höjd utgöra en relevant omständighet vid bedömningen av om varumärket, till följd av användning, har förvärvat särskiljningsförmåga som gör det möjligt att avgöra att de varor och tjänster som det omfattar har sitt kommersiella ursprung hos en viss ekonomisk aktör.

64 Såvitt för det tredje avser intervenientens argument att överklagandenämnden felaktigt grundade sig på teorier om mutualism, trots att sådana teorier saknade relevans för bedömningen av omsättningskretsens uppfattning, konstaterar tribunalen att det inte framgår på något tydligt sätt av det överklagade beslutet att överklagandenämnden, när den kom fram till att uttrycket "crédit mutuel" hänvisade till en typ av bankverksamhet som ömsesidiga banker bedriver, grundade sig på de handlingar rörande teorier om mutualism som klaganden hade gett in till nämnden eller att dessa handlingar, även om så skulle vara fallet, var avgörande för denna slutsats.

65 Det kan under alla förhållanden konstateras att även om överklagandenämnden skulle ha grundat sig på bland annat dessa handlingar för att bekräfta sin slutsats beträffande innebörden av uttrycket ”crédit mutuel”, klarlägger teorierna om mutualism de allmänna principer som följs av de ömsesidiga bankerna och styrker sålunda överklagandenämndens slutsats att uttrycket ”crédit mutuel” betecknar en typ av bankverksamhet som bedrivs av de ömsesidiga bankerna, vars verksamhet är identisk med de ”traditionella” bankernas verksamhet även om de inte eftersträvar samma mål, det vill säga vinstrealisering. Tribunalen kan således inte godta intervenientens argument att teorier om mutualism saknar relevans vid bedömningen av omsättningskretsens uppfattning om innebörden av de ord som det omstridda varumärket består av.

66 Mot bakgrund av ovanstående överväganden kan intervenienten inte vinna framgång med sin enda grund och anslutningsöverklagandet ska följaktligen ogillas.

Den första grunden för huvudöverklagandet: Åsidosättande av artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.1 c i denna förordning

67 Med hänsyn till de klargöranden som gjorts i punkterna 21 och 24 ovan ska det noteras att klaganden, inom ramen för den första grunden, har bestritt överklagandenämndens slutsats att det omstridda varumärket inte är beskrivande för varorna och tjänsterna i den andra kategorin, med undantag för ”affischer, kalendrar, klistermärken” i klass 16.

68 Klaganden har härvid gjort gällande att dessa varor och tjänster allmänt sett erbjuds inom ramen för bankers verksamhet eller åtminstone kan erbjudas inom denna verksamhet, vilket framgår av den omständigheten att CNCM ansökte om registrering av det omstridda varumärket för dessa varor och tjänster. Enligt klaganden är varumärket därför beskrivande, i den mening som avses i tribunalens praxis, för en av egenskaperna hos dessa varor och tjänster, nämligen deras avsedda användning, eftersom deras syfte kan vara att ömsesidig kredit ska ges. Klaganden anser därför att varumärket ska förklaras ogiltigt.

69 Klaganden har även gjort gällande att om det inte fastställs att det omstridda varumärket är beskrivande för dessa sistnämnda varor och tjänster skulle CNCM kunna förbjuda alla ekonomiska aktörer att använda uttrycket ”crédit mutuel” i samband med bankverksamhet som de bedriver enligt ömsesidiga principer. Detta skulle emellertid strida mot den rättspraxis som innebär att varje aktör som i framtiden kan komma att utbjuda varor eller tjänster som konkurrerar med dem som avses i ansökan om varumärkesregistrering fritt ska kunna använda de kännetecken eller upplysningar som beskriver egenskaper hos dessa varor eller tjänster.

70 EUIPO och intervenienten har bestritt klagandens argument och yrkat att överklagandet ska ogillas såvitt avser denna grund.

71 Mot bakgrund av den rättspraxis som angetts i punkterna 44–49 ovan ska tribunalen således bedöma huruvida ordkännetecknet Crédit Mutuel – såsom klaganden har gjort gällande och i motsats till vad överklagandenämnden kom fram till i det överklagade beslutet – ur omsättningskretsens synvinkel är beskrivande för varorna och tjänsterna i den andra kategorin, med undantag för ”affischer, kalendrar, klistermärken” i klass 16, i förhållande till vilka denna slutsats inte har ifrågasatts.

72 I detta avseende ska det noteras att överklagandenämndens riktiga bedömning i det överklagade beslutet vad gäller definitionen av omsättningskretsen och innebörden av uttrycket ”crédit mutuel”, vilken redogörs för i punkterna 51 och 52 ovan, inte har bestritts av klaganden.

73 När det gäller frågan huruvida det följer av innebörden av det omstridda varumärket och av arten av varorna och tjänsterna i den andra kategorin att kännetecknet Crédit Mutuel kan beskriva dessa varors och tjänsters avsedda användning, såsom klaganden har gjort gällande, gör tribunalen följande bedömning.

74 Överklagandenämnden angav i huvudsak, i punkterna 60–64 i det överklagade beslutet, att det omstridda varumärket inte var beskrivande för varorna och tjänsterna i den andra kategorin. Även om dessa kunde användas eller erbjudas inom ramen för bankverksamhet gick det nämligen inte att dra slutsatsen att de var knutna till banksektorn. Enligt överklagandenämnden kunde det inte anses att det omstridda varumärket innehöll uppenbara och direkta upplysningar om dessa varors och tjänsters art, syfte eller avsedda användning.

75 Det kan konstateras att samtidigt som klaganden har gjort gällande att varorna och tjänsterna i den andra kategorin ”allmänt sett erbjuds inom ramen för bankers verksamhet” eller ”kan erbjudas”, har den inte lagt fram några konkreta argument till bestridande av den ovan i punkt 74 angivna bedömningen av överklagandenämnden eller för att konkret visa på vilket sätt dessa varor och tjänster i den andra kategorin kan användas i bankverksamhet.

76 I motsats till vad klaganden har hävdat är blott den omständigheten att innehavaren av varumärket ansökte om registrering för dessa varor och tjänster inte tillräcklig för att fastställa att dessa allmänt sett erbjuds inom ramen för bankverksamhet.

77 Vad vidare gäller påståendet att varorna och tjänsterna i den andra kategorin ”kan” erbjudas inom ramen för bankverksamhet krävs det förvisso inte att de kännetecken eller upplysningar som varumärket består av och som avses i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 faktiskt används vid tidpunkten för registreringsansökan för att beskriva sådana varor eller tjänster som dem som ansökan avser eller dessa varors eller tjänsters egenskaper. Såsom följer av själva ordalydelsen i denna bestämmelse är det tillräckligt att dessa kännetecken och upplysningar kan användas för sådana ändamål (dom av den 23 oktober 2003, harmoniseringskontoret/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 32). Registrering av ett ordkännetecken ska vägras med stöd av denna bestämmelse, eller förklaras ogiltigt, om åtminstone en av dess potentiella betydelser avser en egenskap hos de berörda varorna eller tjänsterna (dom av den 14 december 2017, GeoClimaDesign/EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, ej publicerad, EU:T:2017:913, punkt 29)

78 Såsom följer av den rättspraxis som angetts ovan i punkt 46 måste emellertid ett kännetecken, för att omfattas av förbudet i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001, ha ett tillräckligt direkt och konkret samband med de aktuella varorna eller tjänsterna så att omsättningskretsen omedelbart och utan vidare eftertanke kan uppfatta en beskrivning av dessa varor eller tjänster eller av en egenskap hos dessa.

79 Klaganden har inte anfört någon konkret omständighet för att visa att det – med undantag av ”affischer, kalendrar, klistermärken” i klass 16 – finns ett sådant direkt och konkret samband mellan det omstridda varumärket och varorna och tjänsterna i den andra kategorin. Blott den av klaganden anförda omständigheten att dessa varor och tjänster kan tjäna till genomförande av bankverksamhet räcker inte för att fastställa att det föreligger ett tillräckligt direkt och konkret samband mellan det omstridda varumärket och de aktuella varorna och tjänsterna på ett sätt som gör att omsättningskretsen omedelbart, och utan vidare eftertanke, uppfattar detta varumärke som en beskrivning av exempelvis dessa varors och tjänsters avsedda användning.

80 Som överklagandenämnden påpekat förekommer varorna och tjänsterna i den andra kategorin inom ramen för bankers verksamhet, eller kan mycket väl förekomma i sådan verksamhet. De är emellertid inte enbart avsedda för eller specifikt relaterade till sådan verksamhet, utan kan användas i mycket annan verksamhet. Omsättningskretsen kommer därför inte omedelbart och utan vidare eftertanke

uppfatta varumärket Crédit Mutuel – vilket enligt vad som angetts i punkt 52 ovan hänvisar till en viss typ av bankverksamhet – som en beteckning för dessa varor och tjänster eller av en egenskap hos dessa, till exempel deras avsedda användning.

81 Denna slutsats påverkas inte av de argument som klaganden framfört beträffande tribunalens praxis.

82 I domen av den 9 september 2010, Nadine Trautwein Rolf Trautwein/harmoniseringskontoret (Hunter) (T-505/08, ej publicerad, EU:T:2010:378), vilken klagande har hänvisat till, konstaterade tribunalen förvisso, i punkterna 37–40, att varorna i klass 25 ”kunde användas bland annat för jakt eller associeras till denna verksamhet” och att kännetecknet i fråga var beskrivande i den mån som det ”visa[de] varornas avsedda användning och deras kvalitetsnivå och, följaktligen, vissa av deras grundläggande egenskaper”.

83 Tribunalens slutsats att omsättningskretsen, bestående bland annat av jägare, omedelbart och utan vidare eftertanke kunde uppfatta kännetecknet Hunter som en uppgift om att ”fritids-, inomhus- och sportkläder”, ”bälten” och ”bandåer” i klass 25 – även om de inte var specifikt avsedda för jakt – var särskilt väl anpassade för jakt och höll en kvalitetsnivå som var lämplig för jakt, och att ordkännetecknet Hunter följaktligen var beskrivande genom att det visade de aktuella varornas avsedda användning och kvalitetsnivå, grundades emellertid på det föregående konstaterandet att varor som är avsedda att användas av jägare och som används för jakt måste uppfylla specifika funktionskriterier, och att jaktkläder ofta utmärktes av sin höga kvalitet lämpad för utomhusbruk.

84 Det följer således av denna dom att sambandet mellan kännetecknet och de aktuella varorna var tillräckligt direkt och konkret på grund av betydelsen av kännetecknet, vilket hänvisar till jakt, och på grund av att kläder som används för jakt har specifika egenskaper, vilket enligt tribunalen innebar att omsättningskretsen uppfattade detta kännetecken som en beskrivning av de aktuella varornas kvalitet och avsedda användning.

85 Klaganden har inte anfört någon konkret omständighet som visar hur ovannämnda bedömning av tribunalen skulle kunna äga tillämpning i förevarande mål. Den har i synnerhet inte visat att en specifik egenskap hos den bankverksamhet till vilken det omstridda varumärket hänvisar gör att omsättningskretsen omedelbart och utan eftertanke kan se ett samband mellan detta varumärke och en av de grundläggande egenskaperna hos de varor och tjänster som inte är specifikt avsedda för bankverksamhet.

86 Klaganden har inte heller visat hur tribunalens bedömning i domen av den 19 november 2009, Clearwire/harmoniseringskontoret (CLEARWIFI) (T-399/08, ej publicerad, EU:T:2009:458), skulle göra det möjligt att visa att det finns ett omedelbart samband mellan det omstridda varumärket och de varor och tjänster som inte specifikt omfattas av banksektorn. I denna dom konstaterade tribunalen dels att omsättningskretsen kunde uppfatta kännetecknet CLEARWIFI som en beteckning för en trådlös teknologi som gav klar och störningsfri tillgång till exempelvis internet, dels att den utan svårighet skulle kunna se ett samband mellan detta kännetecken och en specifik telekommunikationstjänst, det vill säga internettillgång, liksom mellan detta kännetecken och en av egenskaperna hos denna tjänst, nämligen avsaknaden av störningar. Tribunalen fann således att varumärket CLEARWIFI kunde uppfattas av omsättningskretsen som en uppgift om de aktuella tjänsternas kvalitet och avsedda användning.

87 Klaganden har inte anfört något argument till stöd för att denna bedömning av tribunalen, som grundades på att de tjänster som omfattades av det sökta varumärket hade en specifik egenskap till vilken det aktuella kännetecknet hänvisade, skulle kunna överföras på förevarande mål.

88 Överklagandenämnden gjorde således en riktig bedömning när den fann att det omstridda varumärket inte var beskrivande för de varor och tjänster i den andra kategorin som klagandens överklagande omfattar.

89 Vad mer specifikt gäller de försäkringstjänster som omfattas av klass 36, det vill säga tjänster avseende ”försäkringsverksamhet” ”sparbanker”, ”försäkringsmäkleri” och ”finansiella bedömningar (försäkring)”, är överklagandenämndens bedömning i punkt 63 i det överklagade beslutet inte heller felaktig. Det är visserligen riktigt, såsom klaganden har hävdat, att försäkringsbranschen hör till finanssektorn och att försäkringstjänster tillhandahålls av banker, bland annat av de banker som ingår i gruppen Crédit Mutuel. Det är dessutom inte ovanligt att finansinstitutioner ingår i samma ekonomiska grupp som ett försäkringsbolag. Det är också riktigt att EUIPO:s instanser i vissa beslut rörande relativa registreringshinder har slagit fast att banktjänster och försäkringstjänster var av liknande slag.

90 Såsom överklagandenämnden har påpekat har försäkringsverksamhet och bankverksamhet emellertid olika syften, eftersom försäkringstjänster syftar till att skydda tillgångar av alla olika slag mot oförutsedda händelser medan banktjänster syftar till förvaltning och förädling av finansiella tillgångar. Det ankommer således på klaganden att förebringa bevisning för att det omstridda varumärket, mot bakgrund av att försäkringstjänster ofta tillhandahålls av banker, omedelbart och utan vidare eftertanke av omsättningskretsen uppfattas som beskrivande även för försäkringstjänster som inte omfattas av bankers ”traditionella” verksamhet eller för en av egenskaperna hos dessa tjänster, till exempel den att tjänsten tillhandahålls av en ömsesidig bank i enlighet med principerna om ömsesidig kredit som styr dess verksamhet. Eftersom ett EU-varumärke nämligen, mot bakgrund av artiklarna 59 och 62 i förordning 2017/1001, anses giltigt till dess att det förklaras ogiltigt efter ett ogiltighetsförfarande, ankommer det på den som har ansökt om ogiltighetsförklaring att vid EUIPO redogöra för de konkreta omständigheter som påstås påverka varumärkets giltighet (se, för ett liknande resonemang, dom av den 28 september 2016, European Food/EUIPO – Société des produits Nestlé (FITNESS), T-476/15, EU:T:2016:568, punkterna 47 och 48 och där angiven rättspraxis)

91 Det abstrakta omnämnandet av en verksamhet som går under namnet ”bancassurance” i skäl 9 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/92/EG av den 9 december 2002 om försäkringsförmedling (EGT L 9, 2003, s. 3) som klaganden har hänvisat till, eller den omständigheten att EUIPO:s instanser i vissa av sina beslut rörande relativa registreringshinder har konstaterat att banktjänster och försäkringstjänster är av liknande slag, räcker inte för att det på ett konkret sätt ska kunna fastställas att det omstridda varumärket uppfattas som beskrivande av omsättningskretsen även i förhållande till dessa sistnämnda tjänster.

92 Huvudöverklagandet kan mot bakgrund av det ovan anförda inte bifallas på den första grunden.

Den andra och den tredje grunden för huvudöverklagandet: Åsidosättande av artikel 59.2 i förordning 2017/1001 jämförd med artikel 7.3 i denna förordning

93 Inom ramen för sin andra och tredje grund har klaganden kritiserat överklagandenämnden för att ha åsidosatt artikel 59.2 i förordning 2017/1001 och artikel 7.3 i denna förordning genom att felaktigt ha dragit slutsatsen att det omstridda varumärket hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning i förhållande till varorna och tjänsterna i den första kategorin, för vilka nämnden hade funnit varumärket vara beskrivande och sakna särskiljningsförmåga.

94 Det ska härvid erinras om att det följer av artikel 7.3 i förordning 2017/1001 att även om ett varumärke inte har ursprunglig särskiljningsförmåga kan det till följd av användning förvärva särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna eller tjänsterna. Sådan särskiljningsförmåga kan bland annat förvärvas efter det att omsättningskretsen genomgått en normal tillvänjningsprocess. Härav följer att samtliga omständigheter under vilka omsättningskretsen kommer i kontakt med ett varumärke ska beaktas vid bedömningen av huruvida varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning (dom av den 22 juni 2006, Storck/harmoniseringskontoret, C-24/05 P, EU:C:2006:421, punkterna 70 och 71, och dom av den 21 maj 2014, Bateaux mouches/harmoniseringskontoret (BATEAUX-MOUCHES), T-553/12, ej publicerad, EU:T:2014:264, punkt 58).

95 I artikel 59.2 i förordning 2017/1001 föreskrivs vidare att ett EU-varumärke som har registrerats i strid med artikel 7.1 c i nämnda förordning inte får förklaras ogiltigt om det till följd av användning har förvärvat särskiljningsförmåga efter registreringen för de varor eller tjänster för vilka det är registrerat.

96 För att ett varumärke ska kunna förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning krävs att åtminstone en betydande andel av omsättningskretsen tack vare varumärket kan ange att varorna eller tjänsterna härrör från ett visst företag (dom av den 1 februari 2013, Ferrari/harmoniseringskontoret (PERLE'), T-104/11, ej publicerad, EU:T:2013:51, punkt 37, och dom av den 22 mars 2013, Bottega Veneta International/harmoniseringskontoret (Formen av en handväska), T-409/10, ej publicerad, EU:T:2013:148, punkt 75.

97 Frågan om förvärv av särskiljningsförmåga ska bedömas strikt och noggrant. Den som ansöker om registrering måste lägga fram bevis för att endast detta varumärke (i stället för något annat eventuellt förekommande varumärke) är en angivelse av varornas kommersiella ursprung (dom av den 16 september 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 66).

98 De argument som klaganden har anfört inom ramen för sin andra och tredje grund kan inordnas under ett antal olika invändningar. Under den första invändningen har det anförts att det är omöjligt för det omstridda varumärket att förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning. Den andra invändningen avser avsaknad av användning av varumärket i den form som det är registrerat. Enligt den tredje invändningen har varumärket inte använts för att ange ursprung eller som varumärke. Den fjärde invändningen avser otillräcklig bevisning för att särskiljningsförmåga hade förvärvats till följd av användning med avseende på varje vara och tjänst för vilken det omstridda varumärket saknade ursprunglig särskiljningsförmåga, eller den övergripande karaktären av överklagandenämndens bedömning av denna bevisning.

– Huruvida det är möjligt för det omstridda varumärket att förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning

99 Inom ramen för sin andra grund har klaganden anfört att det omstridda varumärket inte kan förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning på grund av att det följer av bestämmelserna i CMF att uttrycket ”crédit mutuel” är den legala och generiska beteckningen dels för den typ av bankverksamhet som avser ömsesidiga krediter, dels för ömsesidiga banker, organiserade i nätverk, vars verksamhet utgörs av ömsesidiga krediter. Dessutom finns det inte någon bestämmelse i CMF som ger CNCM rätt att tillägna sig dessa termer till nackdel för andra aktörer som bedriver eller kan bedriva verksamhet med ömsesidiga krediter. Klaganden har anfört att det var den franska lagstiftarens vilja att dessa termer skulle vara fritt tillgängliga, med hänsyn till deras betydelse och syfte, och att andra aktörer har eller kan ha laglig rätt att använda dem, vilket innebär att en aktör inte kan tillägna sig uttrycket ”crédit mutuel” och att det inte kan förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning.

100 EUIPO och intervenienten har bestritt klagandens argument.

101 Inom ramen för förevarande invändning har klaganden klandrat överklagandenämnden för att inte ha dragit de fullständiga slutsatser som följer av CMF, vari det framgår att den franska lagstiftaren hade för avsikt att låta uttrycket ”crédit mutuel” vara fritt tillgängligt för varje företag som önskar bedriva verksamhet med ömsesidiga krediter.

102 Tribunalen erinrar härvid om att det framgår av rättspraxis att i det fall som avses i artikel 7.3 i förordning 2017/1001 är den omständigheten att omsättningskretsen uppfattar det kännetecken som utgör det berörda varumärket som en upplysning om kommersiellt ursprung för en vara eller en tjänst resultatet av en ekonomisk ansträngning från varumärkessökandens sida. Denna omständighet motiverar ett undantag från de bakomliggande hänsyn till allmänintresset i artikel 7.1 b, c och d enligt

vilka de varumärken som avses i dessa bestämmelser ska kunna användas fritt av alla för att undvika att en enskild näringsidkare erhåller en orättmätig konkurrensfördel (se dom av den 15 december 2016, Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé (Form av en chokladbit), T-112/13, ej publicerad, EU:T:2016:735, punkt 67 och där angiven rättspraxis)

103 De övervägandena rörande allmänintresset som ligger till grund för artikel 7.1 b, c och d i förordning 2017/1001 och som innebär att kännetecken som är beskrivande, som inte har ursprunglig särskiljningsförmåga eller som har kommit att bli en sedvanlig beteckning för varan eller tjänsten får således uttryckligen ge vika i samband med tillämpningen av artikel 7.3 i denna förordning.

104 Som EUIPO har påpekat följer det dessutom varken av förordning 2017/1001 eller unionsdomstolarnas praxis att kännetecknet måste uppvisa en viss ”ändamålsenlighet” för att kunna förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning och än mindre att artikel 7.3 i förordning 2017/1001inte är tillämplig när varumärket består av ord som betecknar en reglerad verksamhet. Det finns inget i ordalydelsen i artikel 7.3 i förordning 2017/1001 eller i någon annan bestämmelse i denna förordning som gör det möjligt att anse att det rättsliga erkännandet av vissa termer utesluter möjligheten att de kan förvärva särskiljningsförmåga genom användning.

105 Härav följer således att unionsrätten föreskriver att varje kännetecken som saknar ursprunglig särskiljningsförmåga enligt artikel 7.1 b, c och d i förordning 2017/1001 kan förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning, även när de ord som det omtvistade kännetecknet består av utgör beteckningen för en verksamhet som är reglerad i lag.

106 Detta argument från klaganden kan sålunda inte godtas, eftersom det skulle innebära att tillämpningsområdet för artikel 7.3 i förordning 2017/1001 begränsades.

107 Den första invändningen kan följaktligen inte leda till bifall för överklagandet.

– Huruvida varumärket har använts i den form som det är registrerat

108 Klaganden har gjort gällande att blott kombinationen av orden ”crédit” och ”mutuel” inte kan fylla varumärkets grundläggande funktion, nämligen att ange varornas och tjänsternas kommersiella ursprung, särskilt eftersom det omstridda varumärket alltid har använts skriftligen tillsammans med grafiska beståndsdelar, såsom logotyper, eller åtföljt av en slogan. Det är således endast med hjälp av dessa beståndsdelar som det kommersiella ursprunget för varorna och tjänsterna kan avgöras. Klaganden har anfört att det omstridda varumärkets användning som en del i sammansatta varumärken inte innebär att det kan ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

109 EUIPO har gjort gällande att om tribunalen skulle bekräfta att det omstridda varumärket har använts ”såsom ett individuellt varumärke”, det vill säga på ett sätt som garanterar konsumenten att varorna eller tjänsterna i fråga härrör från ett enda företag som innehar varumärket och som ansvarar för varornas eller tjänsternas kvalitet, ska klagandens argument beträffande formen av användningen av varumärket underkännas. I detta fall är det enligt EUIPO inte avgörande att det omstridda varumärket har använts i en något stiliserad form, och i kombination med figur- och ordelementen i fråga, eftersom varumärkesinnehavaren genom en marknadsundersökning har visat att det faktiskt är orden ”crédit” och ”mutuel” som får en betydande del av omsättningskretsen att tänka på en bank.

110 Intervenienten har beträffande användningen av ordmärket Crédit Mutuel i sammansatta varumärken påpekat att det följer av fast rättspraxis att ett varumärkes särskiljningsförmåga kan förvärvas till följd av att det har använts som en del av ett registrerat varumärke eller i kombination med detsamma, och att ett varumärkes ordelement i princip är mer särskiljande än dess figurelement. Det är enligt intervenienten följaktligen ordelementet ”crédit mutuel” som är lättast att memorera, och inte logotyper eller sloganer, vilka endast spelar en sekundär roll.

111 Tribunalen erinrar härvid om att särskiljningsförmåga kan förvärvas genom att en del av varumärket har använts såsom en beståndsdel i ett registrerat varumärke eller genom att ett visst varumärke har använts i kombination med ett registrerat varumärke. I båda fallen räcker det att omsättningskretsen, som en följd av detta bruk, faktiskt uppfattar den vara eller tjänst för vilken endast det sökta varumärket används som härrörande från ett visst företag (dom av den 7 juli 2005, Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, punkt 30, och dom av den 17 juli 2008, L & D/harmoniseringskontoret, C-488/06 P, EU:C:2008:420, punkt 49).

112 Oberoende av om ett kännetecken har använts som en del av ett registrerat varumärke eller i kombination med detta, är det väsentliga villkoret följaktligen att det kännetecken som innehavaren önskar få registrerat som varumärke, till följd av denna användning, kan visa, för omsättningskretsen, att varor som bär detta kännetecken kommer från ett visst företag (dom av den 16 september 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 65).

113 I punkterna 111 och 112 i det överklagade beslutet angav överklagandenämnden att även om det omstridda varumärket används i en form som skiljer sig från den form i vilket det registrerats, påverkar detta inte slutsatsen att en sådan användning kan ge det omstridda varumärket särskiljningsförmåga till följd av användning. Enligt överklagandenämnden förändrades inte det omstridda varumärkets särskiljningsförmåga av de beståndsdelar tillsammans med vilka det använts, det vill säga en grafisk form eller ett tillägg av andra ordmärket i form av sloganer.

114 Klaganden har inte ifrågasatt principen enligt vilken ett varumärke kan förvärva särskiljningsförmåga till följd av att det använts såsom en del i ett registrerat varumärke eller i kombination med detsamma, men har med hänvisning till rättspraxis anfört att det även är nödvändigt att omsättningskretsen uppfattar denna del, eller varumärket fristående utan det varumärke med vilket det kombinerats, såsom en uppgift om varans eller tjänstens ursprung.

115 Såsom klaganden har anfört ankommer det på innehavaren av det varumärke som har begärts ogiltigförklarat att lägga fram bevis för att endast detta varumärke (i stället för något annat eventuellt förekommande varumärke) är en angivelse av varornas kommersiella ursprung (dom av den 16 september 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkt 66).

116 Som EUIPO har anfört är följaktligen giltigheten av den ovan i punkt 113 angivna slutsatsen från överklagandenämnden beroende av svaret på frågan huruvida det omstridda varumärket har använts på ett sätt som gör att det ensamt visar det kommersiella ursprunget för de aktuella varorna och tjänsterna så att konsumenten garanteras att de härrör från ett visst företag.

117 Denna fråga kommer att prövas nedan i samband med prövningen av den andra och den tredje grundens tredje invändning.

– Huruvida det omstridda varumärket har använts som ursprungsangivelse och som varumärke

118 Inom ramen för sin andra grund har klaganden anfört att ”uttrycket Crédit Mutuel” inte betecknar CNCM – ett centralt organ som inte bedriver någon bankverksamhet och som inte är känt för konsumenterna – utan, såsom framgår av CMF, ömsesidiga banker i allmänhet, vilka i princip har organiserat sig kring två oberoende och konkurrerande grupper, Crédit Mutuel Arkéa och CM11-CIC. Denna omständighet gör enligt klaganden att det omstridda individuella varumärket inte fyller sin ursprungsangivelsefunktion, något som stöds av den omständigheten att Crédit Mutuel Arkéa och CM11-CIC, för att identifiera sina varor för sina kunder, använder olika varumärken för att undvika förväxling. För att skilja sig från sin konkurrent använder dessutom Crédit Mutuel Arkéa uttrycket ”crédit mutuel” tillsammans med en annan logotyp än den som används av CM11-CIC. Således kommer omsättningskretsen inte, när den ser uttrycket ”crédit mutuel” fristående, kunna avgöra det kommersiella ursprunget för varorna och tjänsterna i fråga.

119 Inom ramen för den tredje grunden har klaganden anfört att i det stora flertalet av de handlingar som CNCM har ingett som bevis för att det omstridda varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning, används inte uttrycket ”crédit mutuel” såsom varumärke för att beteckna varor och tjänster, utan som en hänvisning till gruppen Crédit Mutuel. En sådan hänvisning kan enligt klaganden inte anses utgöra en användning som varumärke som kan styrka att särskiljningsförmåga har förvärvats för de olika varorna och tjänsterna i fråga, eftersom denna hänvisning inte gör att det omstridda varumärket uppfyller sin ursprungsangivelsefunktion. Detta gäller i än högre grad med hänsyn till att uttrycket ”crédit mutuel” utgör den legala och generiska beteckningen för själva verksamheten och de tjänsteleverantörer som bedriver denna verksamhet.

120 Klaganden har även anfört att eftersom det inom banksektorn inte är vanligt att konsumenten personifierar varumärket, och eftersom det inte finns någon firma eller något näringskännetecken som exakt motsvarar namnet ”Crédit Mutuel”, kan användningen av uttrycket ”crédit mutuel” inte heller bedömas såsom en användning av en firma eller ett näringskännetecken som skulle kunna anses utgöra användning av varumärket.

121 EUIPO har anmärkt att klaganden väsentligen har anfört att den användning som varumärkesinnehavaren har lagt fram bevis för inte utgör användning ”såsom individuellt varumärke” utan snarare ”användning såsom kollektivmärke”. EUIPO har härvid angett att det är tribunalen som har att göra bedömningen vad gäller tillämpningen på omständigheterna i förevarande mål av unionsdomstolarnas praxis avseende användning av ett varumärke i enlighet med dess grundläggande funktion och mer specifikt användningen av ett individuellt varumärke såsom uppgift om det kollektiva kommersiella ursprunget.

122 Intervenienten har gjort gällande att förekomsten av eventuell konkurrens inom gruppen Crédit Mutuel inte påverkar förmågan hos uttrycket ”crédit mutuel” att förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning. För det första betecknar Crédit Mutuel gruppen med samma namn, vilket har erkänts av bland annat Conseil d’État (Högsta förvaltningsdomstolen i Frankrike) och av den franska konkurrensmyndigheten. Eftersom det omstridda varumärket används av flera ekonomiska enheter som är rättsligt förbundna med varandra utgör detta varumärke således ett tecken som för konsumenterna visar att enheten i fråga tillhör denna grupp.

123 För det andra innebär inte den omständigheten att klaganden och CM11-CIC har egna varumärken som betecknar deras respektive varor och tjänster att det inte existerar någon användning av ”paraplyvarumärket” Crédit Mutuel, eftersom detta används systematiskt och utgör en indikation på grupptillhörighet som kunderna uppmärksammar när de ska välja en bankprodukt.

124 Intervenienten har för det tredje anfört att det saknar betydelse att CNCM, i sin egenskap av centralt organ, inte har någon bankverksamhet och således inte är känt för konsumenterna, eftersom det enligt rättspraxis inte är nödvändigt att varumärket används av sin innehavare och är tillräckligt att det faktiskt används av godkända tredje parter, vilket är fallet här.

125 För det fjärde anser intervenienten att det likaledes är utan betydelse att klaganden använder en logotyp som skiljer sig från den som används av CM11-CIC, eftersom ordelementet är lättare för konsumenten att komma ihåg, och att ordkännetecknet Crédit Mutuel under dessa omständigheter är den särskiljande beståndsdelen som gör det möjligt för allmänheten att associera varorna och tjänsterna med ett och samma kommersiella ursprung.

126 Intervenienten har för det femte anfört att ordkännetecknet Crédit Mutuel faktiskt används som varumärke. Den har härvid påpekat att användningen av en firma eller ett näringskännetecken kan anses utgöra en användning med avseende på finansiella tjänster även när kännetecknet inte anbringats på dessa varor, om tredje man använder detta kännetecken på ett sätt som gör att man får intrycket att ett samband föreligger mellan firman, näringskännetecknet eller beteckningen och varorna och tjänsterna i fråga. Intervenienten har tillagt att kännetecknet Crédit Mutuel i allt väsentligt är ett

varumärke för tjänster vars användning kräver att det anbringas på de olika material och medier som rör dessa tjänster. Slutligen har intervenienten påpekat dels att det inte finns någon firma eller något näringskännetecken som helt motsvarar namnet ”Crédit Mutuel”, dels att uttrycket ”crédit mutuel” förekommer på de handlingar som intervenienten gav in, oberoende av om det där förekommer någon uppgift om bolagsform, vilket konstaterades av överklagandenämnden.

127 För det sjätte anser intervenienten att de handlingar som denna gett in visar att konsumenter, sedan många år tillbaka, uppfattar ordmärket Crédit Mutuel som en referens till bankprodukter och banktjänster som inte tillhandahålls av alla ömsesidiga eller kooperativa banker, utan av en enda bank, som motsvarar det nät av banker där CNCM är det centrala organet.

128 Inom ramen för förevarande invändning, som har framställts inom ramen för den andra och tredje grunden, har klaganden i huvudsak anfört att den av intervenienten ingivna bevisningen på sin höjd gör det möjligt att anse att det omstridda varumärket betecknar gruppen Crédit Mutuel och således de ömsesidiga banker som den är sammansatt av, och inte CNCM som är innehavare av varumärket. Det omstridda varumärket har alltså inte använts såsom varumärke utan som en hänvisning till denna grupp. Denna omständighet innebär enligt klaganden att det omstridda individuella varumärket inte uppfyller sin ursprungsangivelsefunktion, och således inte kan ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

129 Det framgår av rättspraxis att det för att ett varumärke ska kunna förvärva särskiljningsförmåga till följd av användning krävs att åtminstone en betydande andel av omsättningskretsen tack vare varumärket kan ange att varorna eller tjänsterna härrör från ett visst företag (se dom av den 15 december 2016, Form av en chokladbit, T-112/13, ej publicerad, EU:T:2016:735, punkt 68 och där angiven rättspraxis)

130 Om det fastslås att omsättningskretsen, eller åtminstone en betydande del av den, tack vare varumärket kan identifiera varan såsom härrörande från ett visst företag, ska villkoret i artikel 7.3 i förordning 2017/1001 för registrering av varumärket anses vara uppfyllt (se dom av den 15 december 2016, Form av en chokladbit, T-112/13, ej publicerad, EU:T:2016:735, punkt 70 och där angiven rättspraxis).

131 Även om särskiljningsförmåga kan förvärvas genom att en del av varumärket har använts såsom en beståndsdel i ett registrerat varumärke eller genom att ett visst varumärke har använts i kombination med ett registrerat varumärke, såsom angetts i punkt 111 ovan, följer det av rättspraxis att det är nödvändigt att omsättningskretsen, som en följd av detta bruk, faktiskt uppfattar den vara eller tjänst för vilken endast det sökta varumärket används som härrörande från ett visst företag. Oberoende av om ett kännetecken har använts som en del av ett registrerat varumärke eller i kombination med detta, är det väsentliga villkoret följaktligen att det kännetecken som innehavaren önskar få registrerat som varumärke, till följd av denna användning, kan visa, för omsättningskretsen, att varor som bär detta kännetecken kommer från ett visst företag (dom av den 16 september 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, punkterna 64 och 65).

132 Vad särskiljningsförmåga som förvärvas till följd av användning beträffar krävs att omsättningskretsens identifiering av varan eller tjänsten såsom härrörande från ett visst företag är ett resultat av att varumärket använts som sådant. Uttrycket ”att varumärket använts som sådant” ska således förstås så, att det omfattar sådan användning av varumärket som möjliggör för omsättningskretsen att ange att varan eller tjänsten kommer från ett visst företag (se dom av den 22 juni 2006, Storck/harmoniseringskontoret, C-24/05 P, EU:C:2006:421, punkt 61 och där angiven rättspraxis).

133 Med andra ord innebär all användning av varumärket inte nödvändigtvis att varumärket använts som sådant (dom av den 22 juni 2006, Storck/harmoniseringskontoret, C-24/05 P, EU:C:2006:421, punkt 62).

134 Det är mot bakgrund av ovanstående överväganden som tribunalen ska pröva huruvida överklagandenämnden gjorde en riktig bedömning när den fann att det av den bevisning som hade ingetts av intervenienten framgick att det omstridda varumärket för omsättningskretsen visade att varorna och tjänsterna härrörde från ett visst företag.

135 Det följer av den rättspraxis som angetts i punkterna 129–131 ovan att användning av varumärket enligt dess grundläggande funktion, det vill säga att ange att varorna och tjänsterna har sitt kommersiella ursprung hos ett och samma företag, är av yttersta vikt vid bedömningen av den bevisning som getts in till styrkande av att detta varumärke har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

136 Det framgår av det överklagade beslutet (sidorna 27–40) att intervenienten inkom med en stor mängd bevismaterial till styrkande av att det omstridda varumärket var känt av omsättningskretsen och att det således hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning. Detta material består av marknadsundersökningar, bevis för gruppen Crédit Mutuels deltagande i partnerskap, finansiell information, inbegripet information om olika rankningar av gruppen Crédit Mutuel samt reklamkampanjer.

137 Överklagandenämndens slutsatser av denna bevisning med avseende på det kommersiella ursprunget för de varor och tjänster som omfattas av det omstridda varumärket är inte tydliga. Överklagandenämnden angav nämligen att omsättningskretsen uppfattar det omstridda varumärket som en uppgift om att bankprodukterna och banktjänsterna härrör från ”innehavaren”, det vill säga CNCM (punkterna 97, 105, 108 och, i huvudsak, punkterna 99 och 100 i det överklagade beslutet), eller från ”banken” eller ”en bank” (punkterna 103, 104 och 107 i det överklagade beslutet), eller från ”gruppen Crédit Mutuel”, ”sammanslutningen Crédit Mutuel” eller ”företagsgruppen Crédit Mutuel” (punkterna 104 och 116 i det överklagade beslutet).

138 Det ska erinras om att det omstridda varumärket är ett individuellt varumärke. Även om intervenienten innehar det franska varumärket Crédit Mutuel, som är registrerat som kollektivmärke och som i en dom meddelad av Cour d’appel de Paris (Appellationsdomstolen i Paris, Frankrike) den 27 februari 2018 befanns ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning på grundval av liknande bevisning som den som intervenienten lade fram i samband med förfarandet vid EUIPO, har intervenienten inte valt att registrera det omstridda varumärket som EU-kollektivmärke. I samband med förfarandet vid annulleringsenheten betonade intervenienten dessutom att det omstridda varumärket hade getts in och registrerats såsom ett individuellt varumärke (se sidan 4 i annulleringsenhetens beslut).

139 Det är också ostridigt mellan parterna att det omstridda varumärket inte används av sin innehavare, CNCM, som inte är en ömsesidig bank och som således inte själv bedriver någon bankverksamhet. Intervenienten har bekräftat att det omstridda varumärket används av flera olika enheter inom gruppen Crédit Mutuel och att det sålunda för omsättningskretsen signalerar en tillhörighet till denna grupp.

140 Det är likaledes ostridigt att de banker som ingår i gruppen Crédit Mutuel och som använder det omstridda varumärket i princip, som framgår av punkt 88 i det överklagade beslutet, har organiserat sig i två oberoende och konkurrerande grupper, Crédit Mutuel Arkéa och CM11-CIC, vilka använder det omstridda varumärket tillsammans med andra varumärken, eller med egna logotyper, för att identifiera sina varor och tjänster för sina kunder.

141 Det kan emellertid inte uteslutas att en sådan kollektiv användning av det omstridda individuella varumärket innebär att det har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

142 För att ett varumärke ska kunna bedömas ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning krävs det nämligen, såsom framgår av punkt 135 ovan, att det används enligt sin grundläggande funktion. Vad beträffar individuella varumärken är varumärkets grundläggande funktion att, i fråga om en vara eller tjänst som kännetecknas av varumärket, garantera konsumenten eller slutanvändaren varans eller tjänstens ursprung, så att det är möjligt att utan risk för förväxling särskilja denna vara eller tjänst från andra med ett annat ursprung. För att varumärket ska kunna vara ett väsentligt inslag i det system med sund konkurrens som fördraget syftar till att införa och upprätthålla, måste varumärket nämligen utgöra en garanti för att alla varor eller tjänster som varumärket avser har framställts eller tillhandahållits under kontroll av ett enda företag som ansvarar för deras kvalitet (se, för ett liknande resonemang och analogt, dom av den 8 juni 2017, W. F. Gözze Frottierweberei och Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, punkt 41 och där angiven rättspraxis, och dom av den 7 juni 2018, Schmid/EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark (Steirisches Kürbiskernöl), T-72/17, överklagad, EU:T:2018:335, punkt 44).

143 För att det ska kunna fastställas huruvida ett individuellt varumärke har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av att det varit föremål för kollektiv användning måste det således avgöras om varumärket garanterar konsumenterna att varorna eller tjänsterna i fråga härrör från ett visst företag, varvid det måste röra sig om ett enda företag som har framställt eller tillhandahållit dessa varor eller tjänster under sin kontroll och som följaktligen ansvarar för deras kvalitet.

144 I förevarande fall måste det prövas huruvida intervenienten, det vill säga innehavaren av det omstridda varumärket, ska anses vara ”ett enda företag” i den mening som avses i den rättspraxis som angetts i punkt 142 ovan, såsom den har hävdat, på grund av de rättsliga och affärsmässiga band som förenar medlemmarna i gruppen Crédit Mutuel, så att kopplingen mellan det omstridda varumärket och de varor och tjänster som tillhandahålls av medlemmarna i denna grupp gör det möjligt att anse att detta varumärke har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning.

145 Det är således nödvändigt att fastställa huruvida intervenienten utövar en kontroll över de varor och tjänster som tillhandahålls av de banker som ingår i gruppen Crédit Mutuel och som faktiskt använder detta varumärke, på ett sätt som gör att konsumenterna uppfattar varorna eller tjänsterna i fråga såsom härrörande från ett enda företag som ansvarar för deras kvalitet.

146 I detta avseende ska det noteras att CNCM är det centrala organet i gruppen Crédit Mutuel. Enligt artikel L.512–56 CMF faller det på dess ansvar att kollektivt företräda de ömsesidiga kreditkassorna för att tillvarata deras gemensamma rättigheter och intressen, att utöva administrativ, teknisk och finansiell kontroll över organisationen och förvaltningen av var och en av de ömsesidiga kreditkassorna och att vidta alla åtgärder som är nödvändiga för att kassornas verksamhet ska fungera väl. Enligt artikel R.512–20 CMF är de ömsesidiga kreditkassorna skyldiga att följa CNCM:s stadgar, arbetsordningar, instruktioner och beslut. Som framgår av CNCM:s stadgar, har detta organ formen av en förening.

147 Som svar på en skriftlig fråga från tribunalen har intervenienten, med hänvisning till sitt uppdrag i egenskap av gruppen Crédit Mutuels centrala organ, framhållit att det utövar en administrativ, teknisk och finansiell kontroll över medlemmarna i sammanslutningen, och vidtar de åtgärder som är nödvändiga för att säkerställa likviditet och solvens för var och en av de kassor som tillhör gruppen.

148 Dessa omständigheter innebär emellertid inte att det kan fastställas att CNCM även utövar kontroll över de varor och tjänster som tillhandahålls av bankerna som ingår i gruppen Crédit Mutuel, i den mening som avses i den rättspraxis som angetts i punkt 142 ovan.

149 Även om gruppen Crédit Mutuel är ett enda företag i konkurrensrättslig mening eller med avseende på tillsynskrav, såsom framgår av de olika beslut och rättsakter antagna på europeisk och nationell nivå som intervenienten har hänvisat till, innebär inte detta i sig, i motsats till vad intervenienten har gjort gällande, att intervenienten i egenskap av centralt organ för denna grupp likaledes utgör ett enda

företag i den mening som avses i den rättspraxis som angetts i punkt 142 ovan. Detta begrepp har nämligen ett självständigt innehåll i EU:s varumärkesrätt, i enlighet med den tolkning som gjorts i ovannämnda rättspraxis, och kan inte förväxlas eller tillämpas analogt med begrepp som fastställts på andra unionsrättsliga områden, såsom området för konkurrensrätt eller tillsyn av kreditinstitut.

150 De kriterier som är tillämpliga för att fastställa att det i tillsynshänseende eller med avseende på tillämpningen av konkurrenslagstiftningen finns en grupp Crédit Mutuel, är inte desamma som de som ska tillämpas vid bedömningen av huruvida det finns ”ett enda företag” i den mening som avses i den rättspraxis som rör användning av ett individuellt EU-varumärke enligt dess grundläggande funktion.

151 Det enda relevanta kriteriet i det sistnämnda fallet är huruvida användningen av det omstridda varumärket för de varor och tjänster som tillhandahålls av medlemmarna i gruppen Crédit Mutuel garanterar konsumenterna att dessa varor och tjänster härrör från ett enda företag under vars kontroll dessa varor och tjänster tillhandahålls och vilket, som en följd härav, ansvarar för deras kvalitet. Intervenienten har emellertid inte visat att så är fallet när det gäller gruppen Crédit Mutuel.

152 De argument som intervenienten har framfört i syfte att visa att den indirekt, men med nödvändighet, utövar kontroll över kvaliteten på de varor och tjänster som saluförs av bankerna som ingår i gruppen Crédit Mutuel är inte övertygande. Intervenienten har hävdat att det konsumenterna efterfrågar av en pålitlig bank är sunda finanser, solvens och likviditet. Eftersom intervenienten i detta avseende utövar kontroll över bankerna som ingår i gruppen anser den sig likaledes vara ansvarig för kvaliteten på de varor och tjänster som dessa banker tillhandahåller.

153 Ett kontrollansvar i betydelsen tillsynsansvar kan förvisso ha betydelse för hur kunderna uppfattar de banker som ingår i gruppen Crédit Mutuel, genom att deras profil som ”pålitliga banker” stärks. Att intervenienten har ett tillsynsansvar innebär emellertid inte att det kan fastställas att den, utöver tillsynen över dessa bankers finansiella situation, även utövar kontroll över de varor och tjänster som de tillhandahåller till konsumenterna på ett sätt som gör att intervenienten kan anses ansvara för dessa varors och tjänsters kvalitet. Det är emellertid endast detta sistnämnda kriterium som skulle kunna leda till slutsatsen att det omstridda individuella varumärket, vilket innehas av intervenienten, indikerar att de varor och tjänster som det omfattar härrör från ett enda företag, vilket då skulle innebära att detta varumärke, genom att garantera varornas och tjänsternas kommersiella ursprung, skulle kunna anses ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av sin kollektiva användning av medlemmarna i gruppen Crédit Mutuel.

154 Härav följer att det individuella omstridda varumärket inte har använts enligt sin grundläggande funktion att ange att varorna och tjänsterna har sitt kommersiella ursprung hos ett enda företag under vars kontroll de har framställts eller tillhandahållits och vilket ansvarar för deras kvalitet. Det har i stället, såsom klaganden och EUIPO har anfört, använts som en uppgift om det kollektiva kommersiella ursprunget eller, mer specifikt, som en uppgift om att varorna och tjänsterna i fråga härrör från en producent eller en tjänsteleverantör som tillhör sammanslutningen eller det kollektiv som utgörs av de banker som är anslutna till gruppen Crédit Mutuel. Intervenienten har därtill uttryckligen bekräftat (se intervenientens argument som återgetts i punkterna 122–127 ovan) att det omstridda varumärket utgör ett kännetecken som för omsättningskretsen visar tillhörighet till gruppen Crédit Mutuel.

155 En sådan användning av det omstridda varumärket, såsom en upplysning om att varorna eller tjänsterna härrör från en av bankerna som tillhör gruppen Crédit Mutuel kan, i förekommande fall, emellertid innebära att ett kollektivmärke fyller sin ursprungsangivelsefunktion. Till skillnad från individuella varumärken omfattar inte EU-kollektivmärken varor och tjänster som härrör från ett enda företag utan medger, enligt artikel 74 i förordning 2017/1001, att varumärket identifierar det kommersiella ursprunget hos varorna eller tjänsterna som omfattas genom att det anger att dessa härrör från medlemmar i den sammanslutning som är innehavare av detta varumärke (se, för ett

liknande resonemang, dom av den 8 juni 2017, W. F. Gözze Frottierweberei och Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, punkt 50, och dom av den 20 september 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P à C-676/15 P, EU:C:2017:702, punkt 57).

156 Intervenientens argument att konsumenten associerar de banktjänster som tillhandahålls under varumärket Crédit Mutuel med gruppen Crédit Mutuel, och därmed skiljer dem från banktjänster som har ett annat ursprung, utgör snarast en beskrivning av användningen av detta varumärke såsom kollektivmärke och inte såsom individuellt varumärke.

157 Som konstaterats i punkt 138 ovan registrerades emellertid det omstridda varumärket som individuellt varumärke och inte som kollektivmärke.

158 Eftersom intervenienten inte har styrkt att det individuella omstridda varumärket uppfyller sin grundläggande funktion att ange det kommersiella ursprunget, det vill säga garantera att de varor och tjänster som det omfattar härrör från ett enda företag som utövar kontroll över tillhandahållandet av dessa varor och tjänster och därför ansvarar för deras kvalitet i den mening som avses i den rättspraxis som angetts i punkt 142 ovan, gjorde överklagandenämnden en felaktig bedömning när den slog fast att detta varumärke hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av att det använts av medlemmarna i gruppen Crédit Mutuel.

159 Denna slutsats stöds av den av klaganden åberopade omständigheten att Crédit Mutuel Arkéa och CM11-CIC – två oberoende och konkurrerande grupper kring vilka de ömsesidiga bankerna som ingår i den sammanslutning i vilken intervenienten är det centrala organet har organiserat sig – i syfte att identifiera sina varor och tjänster för sina kunder använder, utöver det omstridda varumärket, andra varumärken eller använder det omstridda varumärket tillsammans med en specifik logotyp för att ange att dessa varor och tjänster har sitt kommersiella ursprung hos den ena eller den andra gruppen. Denna omständighet har inte bestritts av intervenienten som emellertid anser att den saknar betydelse, eftersom det faktum att klaganden och CM11-CIC har egna varumärken som betecknar deras respektive varor och tjänster inte innebär att det inte existerar någon användning av ”paraplyvarumärket” Crédit Mutuel, vilket intervenienten tycks anse vara det varumärke som används av samtliga banker som tillhör gruppen Crédit Mutuel.

160 Som angetts i punkt 154 ovan och såsom intervenienten själv har bekräftat utgör emellertid det omstridda varumärket, även om det skulle betraktas som ett ”paraplyvarumärke”, ett tecken på tillhörighet till en grupp och visar således på sin höjd att varorna och tjänsterna har sitt kollektiva ursprung hos gruppen Crédit Mutuel.

161 Som följer av den rättspraxis som angetts i punkt 131 ovan måste emellertid det omstridda individuella varumärket ensamt kunna visa, för omsättningskretsen, att varorna och tjänsterna i fråga härrör från ett enda företag i den mening som avses i den rättspraxis som anges i punkt 142 ovan.

162 I detta sammanhang ska det även framhållas att överklagandenämnden felaktigt, i punkt 97 i det överklagade beslutet, fann att de marknadsundersökningar som hade getts in av intervenienten som bevis för att det omstridda varumärket hade förvärvat särskiljningsförmåga, ”otvetydigt” visade att omsättningskretsen uppfattade det omstridda varumärket som en upplysning om att bankprodukterna och banktjänsterna härrörde från intervenienten. Det framgår nämligen av dessa undersökningar att de tillfrågade personerna associerar kännetecknet Crédit Mutuel med en bank eller, mer allmänt, ett finansiellt organ, eller till och med en bankprodukt såsom ett lån. Dessa marknadsundersökningar visar således på sin höjd att kännetecknet Crédit Mutuel, för omsättningskretsen, betecknar varor och tjänster som ingår i banksektorn eller ett bank- eller finansinstitut som tillhandahåller dem. Det var dessutom av just detta skäl som det omstridda varumärket ansågs vara beskrivande i förhållande till de varor och tjänster som hade ett samband med bankverksamhet.

163 Den omständigheten att en viss procentandel av de intervjuade personerna uppgav att de hade hört talas om ”namnet” Crédit Mutuel, något som har framhållits av intervenienten, bevisar inte på något sätt att omsättningskretsen förknippar det omstridda varumärket med intervenienten, utan på sin höjd att den är bekant med detta uttryck och uppfattar det som refererande till en bank, ett finansinstitut eller en bankprodukt.

164 Övriga argument som klaganden har framfört föranleder inte någon annan bedömning än den som återfinns i punkt 158 ovan.

165 För det första kan tribunalen inte godta argumentet att det för förvärv av särskiljningsförmåga till följd av användning inte är nödvändigt att varumärket används av sin innehavare utan räcker med att det faktiskt används av godkända tredje parter, vilket intervenienten anser har skett i förevarande fall beträffande det omstridda varumärket.

166 Den rättspraxis som intervenienten stöder sig på i detta hänseende rör bevis för verkligt bruk av ett varumärke med innehavarens medgivande i den mening som avses i artikel 18.2 i förordning 2017/1001, vilket ska anses utgöra verkligt bruk av innehavaren. Det finns emellertid inte någon bestämmelse som motsvarar artikel 18.2 i förordning 2017/1001 när det gäller ett varumärkes förvärv av särskiljningsförmåga till följd av användning och det kan därför inte genast antas att användning av ett varumärke av en tredje part med innehavarens medgivande innebär att särskiljningsförmåga har förvärvats till följd av användning av varumärket.

167 Även om domstolen har slagit fast att de relevanta kraven vid prövningen av om det föreligger verkligt bruk av ett varumärke, i den mening som avses i artikel 18.1 i förordning 2017/1001, är analoga med de krav som ska vara uppfyllda för att ett kännetecken vid registreringen av detsamma ska anses ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning, i den mening som avses i artikel 7.3 i denna förordning (dom av den 18 april 2013, Colloseum Holding, C-12/12, EU:C:2013:253, punkt 34), hänvisade den inte i detta avseende till de krav som följer av artikel 18.2 i denna förordning.

168 Den rättspraxis som intervenienten har hänvisat till vad gäller tillämpningen av artikel 18.2 i förordning 2017/1001 är följaktligen inte relevant vid tillämpningen av artikel 7.3 i denna förordning.

169 Intervenientens argument att det, även om en firma eller ett näringskännetecken inte i sig har till syfte att särskilja varor eller tjänster, kan föreligga användning av en sådan firma ”med avseende på varor eller tjänster” när tredje man använder detta kännetecken på ett sätt som gör att man får intrycket att ett samband föreligger mellan det tecken som utgör hans firma eller näringskännetecken och de varor som han saluför eller de tjänster som han tillhandahåller (dom av den 11 september 2007, Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, punkterna 21–23), kan för det andra inte leda till slutsatsen att det omstridda varumärket visar att de aktuella varorna och tjänsterna har sitt ursprung hos varumärkesinnehavaren. Som överklagandenämnden angav i punkt 117 i det överklagade beslutet är innehavaren av varumärket intervenienten, vars firmanamn är ”Confédération nationale du Crédit mutuel”. Det omstridda varumärket motsvarar således inte intervenientens firma.

170 Mot denna bakgrund ska överklagandet bifallas såvitt avser den andra och den tredje grunden och det överklagade beslutet delvis ogiltigförklaras i den mån överklagandenämnden slog fast att det omstridda varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning för varorna och tjänsterna i den första kategorin, i förhållande till vilka varumärket är beskrivande och saknar särskiljningsförmåga. Det saknas därvid anledning att pröva de övriga invändningar som klaganden framställt för att bestrida överklagandenämndens bedömning avseende det omstridda varumärkets förvärv av särskiljningsförmåga till följd av användning.

Rättegångskostnader

171 Enligt artikel 134.1 i rättegångsreglerna ska tappande rättegångsdeltagare förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats. Vidare ska tribunalen, enligt artikel 134.2 i rättegångsreglerna, besluta om fördelningen av rättegångskostnaderna om det finns flera tappande rättegångsdeltagare. Slutligen, enligt artikel 134.3 i rättegångsreglerna, ska vardera rättegångsdeltagaren bära sina rättegångskostnader om deltagarna ömsom tappar målet på en eller flera punkter. Tribunalen får emellertid besluta att en rättegångsdeltagare ska ersätta en annan deltagares rättegångskostnader, om det framstår som skäligt med hänsyn till omständigheterna i målet.

172 I förevarande mål har klaganden yrkat att EUIPO och intervenienten ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Intervenienten har yrkat att klaganden ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna.

173 Under dessa omständigheter samt med beaktande av att såväl klaganden som EUIPO och intervenienten har tappat målet på vissa punkter fördelas kostnaderna hänförliga till huvudöverklagandet på så sätt att klaganden bär en tredjedel av sina rättegångskostnader och en tredjedel av de rättegångskostnader som uppkommit för EUIPO och intervenienten, EUIPO bär två tredjedelar av sina rättegångskostnader och två tredjedelar av klagandens rättegångskostnader, och intervenienten bär två tredjedelar av sina rättegångskostnader. Intervenienten ska bära rättegångskostnaderna för anslutningsöverklagandet.

Mot denna bakgrund beslutar

TRIBUNALEN (andra avdelningen)

följande:

1) Det beslut som meddelades av femte överklagandenämnden vid Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) den 8 november 2017 (ärende R 1724/2016–5) ogiltigförklaras i den del det däri slogs fast att det omstridda varumärket hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning för de varor och tjänster med avseende på vilka varumärket var beskrivande och saknade särskiljningsförmåga.

2) Överklagandet ogillas i övrigt.

3) Anslutningsöverklagandet ogillas.

4) Crédit Mutuel Arkéa förpliktas att bära en tredjedel av sina rättegångskostnader för huvudöverklagandet och ersätta en tredjedel av de rättegångskostnader som uppkommit för EUIPO och Confédération nationale du Crédit mutuel i samband med detta överklagande.

5) EUIPO förpliktas att bära två tredjedelar av sina kostnader för huvudöverklagandet och ersätta två tredjedelar av klagandens rättegångskostnader för detta överklagande.

6) Confédération nationale du Crédit mutuel förpliktas att bära två tredjedelar av sina rättegångskostnader för huvudöverklagandet samt ersätta rättegångskostnaderna för anslutningsöverklagandet.

Prek Buttigieg Berke

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 24 september 2019.

Underskrifter