Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (четвърти състав)

20 юли 2016 година*

„Марка на Европейския съюз — Производство за обявяване на недействителност — Словна марка на Европейския съюз „SUEDTIROL“ — Член 7, параграф 1, буква в) и член 52, параграф 1, буква а) от Регламент (ЕО) № 207/2009 — Абсолютно основание за отказ — Указание за географски произход — Описателен характер“

По дело T-11/15

Internet Consulting GmbH, установено в Брунико (Италия), за което се явяват L. Miori и A. Bertella, адвокати,

жалбоподател,

срещу

Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), за която се явява A. Schifko, в качеството на представител,

ответник,

като другата страна в производството пред разширения апелативния състав на EUIPO, встъпила в производството пред Общия съд, е

Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Италия), за която се явява C. Volkmann, адвокат

встъпила страна,

с предмет искане за отмяна на решение на разширения апелативен състав на EUIPO от 10 октомври 2014 г. (преписка R 574/2013-G) относно производство за обявяване на недействителност между Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige и Internet Consulting,

ОБЩИЯТ СЪД (четвърти състав)

състоящ се от: M. Prek (докладчик), председател, I. Labucka и V. Kreuschitz, съдии,

секретар: E. Coulon,

предвид исковата молба, подадена в секретариата на Общия съд на 9 януари 2015 г.,

предвид писмения отговор на EUIPO, подаден в секретариата на Общия съд на 19 юни 2015 г.,

* Език на производството: немски.

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Общия съд на 8 юни 2015 г.,

като има предвид, че в триседмичен срок от съобщението за приключване на писмената фаза на производството главните страни не са направили искане за насрочване на съдебно заседание и че в приложение на член 106, параграф 3 от Процедурния правилник на Общия съд взе решение да се произнесе по жалбата, без да провежда устна фаза на производството,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелствата по спора

1 На 19 август 2002 г. жалбоподателят Internet Consulting GmbH подава заявка за регистрация на марка на Европейския съюз в Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) на основание Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, 1994 г., стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 146), изменен (заменен с Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1).

2 Марката, чиято регистрация се иска, е словният знак „SUEDTIROL“.

3 Услугите, за които се иска регистрация, са от класове 35, 39 и 42 по смисъла на ревизираната и изменена Ницска спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 г. и отговарят, за всеки от тези класове, на следното описание:

— клас 35: „Управление на търговски сделки; търговска администрация; канцеларски (административни) услуги“,

— клас 39: „Опаковане и съхраняване на стоки“,

— клас 42: „Научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; услуги по анализ и изследвания в областта на промишлеността; проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер; юридически услуги“.

4 Заявката за марка на Европейския съюз е публикувана в *Бюлетин на марките на Общността* № 83/2003 от 24 ноември 2003 г. Марката е регистрирана на 16 декември 2011 г. под номер 2826931.

5 На 3 януари 2012 г. встъпилата страна Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Автономна провинция Болцано-Алто Адидже, Италия) е поискала да се обяви недействителност на оспорената марка за всички указани с нея услуги. Тя основава искането си на член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 във връзка с член 7, параграф 1, буква в) от същия регламент, тъй като оспорената марка представлява указание за географски произход, а именно за произход от автономния регион Трентино-Алто Адидже/Южен Тирол (наричан по-нататък „регионът на Южен Тирол“), разположен в Северна Италия.

6 С решение от 15 февруари 2013 г. отделът по отмяна отхвърля искането за обявяване на недействителност на оспорената марка.

7 Встъпилата страна обжалва това решение на основание член 58 и сл. от Регламент № 207/2009.

8 С решение от 3 април 2014 г. първи апелативен състав изпраща преписката на разширения апелативен състав.

9 С решение от 10 октомври 2014 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“) разширеният апелативен състав уважава жалбата на встъпилата страна, като на основание член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 обявява оспорената марка за недействителна, с мотива че е регистрирана в нарушение на член 7, параграф 1, буква в) и параграф 2 от същия регламент.

10 Що се отнася по-специално до допустимостта на искането за обявяване на недействителност, разширеният апелативен състав е приел, че посоченото искане е допустимо, тъй като член 56, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 предвижда, че всяко физическо или юридическо лице разполага с процесуална легитимация и че понятието за юридическо лице включва публичноправните юридически лица, каквато е встъпилата страна.

11 Относно проверката по същество на искането за обявяване на недействителност разширеният апелативен състав по-специално посочва, че:

— думата „südtirol“ е обичайното наименование на немски език на най-северната провинция и една от най-богатите в Италия, чиято автономия е призната от италианската конституция,

— тъй като съществуването на този регион е познато на съответните потребители, които най-малко включват италианския потребител и немскоговорещия потребител от Европейския съюз, познаващи региона на Южен Тирол, оспорената марка би могла да се приеме като указваща на посочените потребители географския произход на свързаните с нея услуги,

— тъй като географският произход на услугите представлява характерна тяхна особеност по смисъла на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, думата „suedtirol“ представлява указание за географски произход, което трябва да бъде защитавано в общ интерес,

— указаните услуги нямат други специфични характерни особености, които могат да подтикнат съответния потребител да не асоциира означението „südtirol“ с географския му произход,

— услугите по управление на търговски сделки и търговска администрация, канцеларските (административните) услуги, услугите по опаковане и съхраняване на стоки, научните и технологическите услуги, услугите по анализ и изследвания в областта на промишлеността, услугите за проектиране и разработването на компютърен софтуер и хардуер и юридическите услуги, когато се предлагат под оспорената марка, могат да бъдат възприемани от съответния потребител като произхождащи от региона на Южен Тирол, като предоставени в този регион или като предложени на извършващите дейност в региона предприятия,

— фактът, че значителен брой действащи предприятия в региона на Южен Тирол използват думите „südtirol“ или „suedtirol“ в търговските си наименования, потвърждава, че тази дума представлява указание за географски произход.

Искания на страните

12 Жалбоподателят иска от Общия съд:

— да отмени или да измени обжалваното решение, като при всички положения отхвърли искането за обявяване на недействителност на оспорената марка,

— да осъди EUIPO да заплати съдебните разноски.

13 EUIPO моли Общия съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

14 Встъпилата страна иска от Общия съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

От правна страна

15 В подкрепа на жалбата си жалбоподателят изтъква две основания, изведени, от една страна, от нарушение и неправилно прилагане на членове 5 и 56 от Регламент № 207/2009 и от друга страна, от нарушение и неправилно прилагане на член 7, параграф 1, буква в) и на членове 12 и 52 от Регламент № 207/2009.

По първото основание, изведено от нарушение и неправилно прилагане на членове 5 и 56 от Регламент № 207/2009

16 Според жалбоподателя от съвместното разглеждане на член 5 и член 56 от Регламент № 207/2009 следва, че встъпилата страна, образувание на публичното право, не е легитимирана да предявява искане за обявяване на недействителност. Доколкото в член 5 от Регламент № 207/2009 относно правото дадено лице да бъде притежател на марка на Европейския съюз, след „всяко физическо или юридическо лице“ изрично се посочват „образуванията на публичното право“, споменаването в член 56 от същия регламент само на физически или юридически лица изключва възможността за образуванията на публичното право да предявяват искане за обявяване на недействителност.

17 EUIPO и встъпилата страна оспорват тези доводи.

18 В член 5 от Регламент 207/2009 се съдържа общо определение на лицата, които могат да бъдат притежатели на марка на Европейския съюз. В него се уточнява, че „[в]сяко физическо или юридическо лице, включително образуванията на публичното право, могат да бъдат притежатели на марка [на Европейския съюз]“.

19 От това следва, че образуванията на публичното право са посочени с илюстративна цел като пример за юридически лица, които могат да бъдат притежатели на такава марка, и че те са оправомощени да упражняват правата си съгласно член 56, параграф 1, букви б) и в) от Регламент № 207/2009. За сметка на това никъде не е посочено, че член 56, параграф 1, буква а) от същия регламент, който за разлика от член 5 от същия регламент се ограничава по-специално

до посочването на „всяко физическо или юридическо лице“, трябва да се тълкува в смисъл, че не включва образуванията на публичното право. Всъщност на основанията за отмяна и за недействителност, и по-конкретно на абсолютните основания за недействителност по смисъла на член 52 от Регламент № 207/2009, може да се позове всяко лице, независимо дали е субект на частното, или на публичното право, поради което член 56, параграф 1, буква а) in fine от същия регламент се ограничава до изискването посоченото лице да „има процесуална правоспособност“. Следователно противно на твърденията на жалбоподателя липсата на изрично посочване в член 56, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 на образуванията на публичното право не трябва да се тълкува като целящо да ги изключи от приложно поле на тази разпоредба.

20 Поради това разширеният апелативен състав не е нарушил членове 5 и 56 от Регламент № 207/2009, като е приел, че встъпилата страна е легитимирана да предяви искане за обявяване на недействителност на оспорената марка.

21 Следователно първото основание трябва да се отхвърли.

По второто основание, изведено от нарушение и неправилно прилагане на член 7, параграф 1, буква в) и на членове 12 и 52 от Регламент № 207/2009

22 Според жалбоподателя, като е приел, че оспорената марка представлява указание за географски произход от познато за съответните потребители място, което предоставя информация за географския произход на разглежданите услуги, а не за търговския им произход, разширеният апелативен състав е нарушил член 7, параграф 1, буква в), както и членове 12 и 52 от Регламент № 207/2009.

23 Доколкото в член 7, параграф 1, буква в) от посочения регламент е употребено понятието „географски произход“, с тази разпоредба по-специално се забранява регистрирането на указание за географски произход само когато знакът указва място, което понастоящем има или би могло да има в бъдеще връзка с категорията на разглежданите стоки или услуги, а не мястото, където услугите са предоставени. Освен това за разлика от стоките в наименованието на услугите обикновено не се посочват характеристиките на територията, на която са предоставени или на която се намира седалището на предоставящото ги дружество. Така единствените елементи, които могат да характеризират услугите, са по-скоро начинът, по който те се предоставят, или качеството на техния доставчик, отколкото техния географски произход, с изключение на „типичните“ услуги за определен регион. Тъй като седалището на предприятието доставчик или мястото на предоставяне на услугата може да се променят, те не могат да представляват неразривна връзка между услугата и територията. Накрая, обективната вероятност от асоцииране между услугата и дадено място би трябвало да съществува към момента на регистрацията на марката, което встъпилата страна не е доказала.

24 Освен това разширеният апелативен състав е пропуснал да вземе предвид действието на член 12, буква б) от Регламент № 207/2009, който позволява на трето лице да използва думата „suedtirol“ в името си или в търговското си наименование, въпреки регистрацията на спорната марка. Тази разпоредба позволява да се гарантира в достатъчна степен запазването на свободното ползване на указанията за географски произход в търговската дейност.

25 Според EUIPO и встъпилата страна тези възражения са необосновани.

26 Най-напред следва да се припомни, че съгласно член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 се отказва регистрация на „марките, които се състоят предимно от знаци или от означения, които могат да служат в търговската дейност за указване на вида, качеството,

количеството, предназначението, стойността, географския произход или момента на производство на стоките или на предоставянето на услуга, или други характерни техни особености“.

27 Освен това член 7, параграф 2 от посочения регламент гласи, че „[п]араграф 1 се прилага, независимо че мотивите за отказ съществуват само в една част на [Съюза]“.

28 Съгласно член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 „[м]арка на [Европейския съюз] се обявява за недействителна въз основа на искане, подадено до [EUIPO], или въз основа на насрещен иск, предявен в производство за нарушение: […] когато марката [на Европейския съюз] е била регистрирана в противоречие с разпоредбите на член 7; […]“.

29 От съдебната практика е видно, че член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 преследва цел от общ интерес, която изисква знаците или означенията, описващи категории от стоки или услуги, за които се иска регистрация, да могат да се използват свободно от всички. Следователно тази разпоредба не допуска такива знаци или означения да бъдат запазени, на основание на тяхната регистрация като марка, само за едно предприятие (вж. решение от 15 октомври 2003 г., Nordmilch/СХВП (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, т. 29 и цитираната съдебна практика).

30 Що се отнася по-специално до знаците или означенията, които могат да служат за указване на географския произход на категориите стоки, за които е поискано регистрирането на марката, особено по отношение на географските наименования, е налице общ интерес да се запази възможността за тяхното свободно ползване по-специално поради тяхната способност да служат евентуално не само като признак за качеството и другите свойства на съответните категории стоки, но също и да повлияят по различен начин на предпочитанията на потребителите, например като свържат стоките с дадено място, което може да предизвика положителни емоции (вж. в този смисъл решения от 4 май 1999 г., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 26 и от 13 септември 2013 г., Fürstlich Castell’sches Domänenamt/СХВП — Castel Frères (CASTEL), T-320/10, непубликувано, EU:T:2013:424, т. 43).

31 Противно на твърдението на жалбоподателя, тази съдебна практика също така е приложима към услугите (вж. в този смисъл решение от 7 юни 2005 г., Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/СХВП (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, т. 32).

32 Освен това следва да се отбележи, че от една страна, е изключена регистрацията като марки на географските наименования, когато те означават определени географски места, които са вече известни или познати за съответната категория стоки или услуги и които поради това заинтересованите среди свързват с нея, и от друга страна, е изключена регистрацията на географски наименования, които могат да бъдат използвани от предприятията и които също трябва да бъдат оставени за свободно ползване от тези предприятия като указания за географски произхода на съответната категория стоки или услуги (вж. в този смисъл решения от 15 октомври 2003 г., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, т. 31 и цитираната съдебна практика и от 15 януари 2015 г., MEM/СХВП (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, т. 48).

33 В това отношение трябва да се подчертае, че законодателят на Съюза чрез дерогиране от член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 запазва възможността за регистриране на знаци, които могат да служат за указване на географски произход, като колективни марки съгласно член 66, параграф 2 от посочения регламент, а за някои стоки, когато отговарят на необходимите условия, като указания за географски произход или защитени наименования за произход съгласно разпоредбите на Регламент (ЕИО) № 2081/92 на Съвета от 14 юли 1992 година относно защитата на географските указания и на наименованията за произход на земеделски продукти и храни (ОВ L 208, 1992 г., стр. 1) (решение от 15 октомври 2003 г., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, т. 32).

34 Трябва да се посочи обаче, че по принцип член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 допуска регистрацията на географски наименования, които не са познати в заинтересованите среди или поне не са познати като обозначение на дадено географско място, или също наименования, по отношение на които поради характеристиките на мястото, което обозначават, е малко вероятно заинтересованите среди да могат да приемат, че съответната категория стоки или услуги произхожда от това място (вж. в този смисъл решения от 15 октомври 2003 г., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, т. 33 и цитираната съдебна практика и от 15 януари 2015 г., MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, т. 49).

35 Преценката на описателния характер на знака може да бъде направена само по отношение на съответните стоки или услуги, от една страна, и на разбирането, което имат за него съответните потребители, от друга страна (решение от 15 октомври 2003 г., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, т. 34).

36 На първо място, следва да се приеме определението на разширения апелативен състав относно съответните потребители, изрично посочено в точки 36—42 от обжалваното решение. Всъщност, от една страна, оспорената марка представлява словният знак „SUEDTIROL“, който е разбираем както за италианските потребители, така и за немскоговорещите потребители от Съюза. Думата „suedtirol“ и немската дума „südtirol“, използвана, за да се укаже регионът на Южен Тирол, са с еднакво значение, като в първата има дифтонг, който обикновено замества буквата „ü“ от немската азбука. От друга страна, някои от обозначаваните с оспорваната марка услуги, а именно услугите за управление на търговски сделки, търговска администрация, канцеларски (административни) услуги, научните и технологически услуги, услугите по анализ и изследвания в областта на промишлеността, проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер, са предназначени за предприятия, действащи в който и да било икономически сектор, които представляват специализиран потребител. В това отношение следва да се подчертае, че макар да е възможно да се приеме, че тези услуги са предназначени и за еднолични търговци, те също трябва да бъдат разглеждани като специалисти и следователно като част от специализираните потребители. Що се отнася до юридическите услуги (клас 42), както и до опаковането и съхраняването на стоки (клас 39), те са предназначени както за средния, така и за специализирания потребител. Ето защо по-голямата част от съответните потребители представляват потребители с повишено внимание.

37 В това отношение Общият съд вече е постановил, че за да попадне даден знак в приложното поле на забраната по член 7, параграф 1, букви б) или в) от Регламент № 207/2009, е достатъчно по отношение на част от потребителите, за които е предназначен, да съществува едно от основанията за отказ, като не е необходимо във връзка с това да се разглежда дали другите потребители принадлежат към съответните потребители, които също познават посочения знак (вж. решение от 25 ноември 2015 г., bd breyton-design/СХВП (RACE GTP), T-520/14, непубликувано, EU:T:2015:884, т. 29 и цитираната съдебна практика).

38 Следователно разширеният апелативен състав правилно е приел, че съответните потребители, които трябва да се вземат предвид, са немскоговорещите италиански потребители и потребителите от Съюза, както и италианоговорещите потребители в Италия, които проявяват повишено внимание.

39 На второ място, с оглед на изложените в точки 26—35 по-горе съображения, за да се прецени описателният характер на оспорената марка по смисъла на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, следва да се определи, от една страна, дали географското понятие, съставляващо заявената марка, се възприема като такова и е познато на съответните потребители и от друга страна, дали според съответните потребители това географско понятие понастоящем е свързано със спорните услуги или дали една такава връзка може обективно да бъде установена за в бъдеще.

40 Първо, както обаче правилно изтъква разширеният апелативен състав в точки 15—19 и точки 43 и 44 от обжалваното решение, думата „Suedtirol“, която е със същото значение като немската дума „Südtirol“, се възприема от съответните потребители като географско указание, което се отнася към региона на Южен Тирол, който е известен много преди подаване на заявката за регистрация на спорната марка поради своята история, географско положение, автономия, особен езиков режим и икономическо значение. Подобно на разширения апелативен състав Общият съд приема, че тези елементи представляват общоизвестен факт, т.е. който може да е известен на всяко лице или да се узнае чрез общодостъпни по принцип източници (решение от 22 юни 2004 г., Ruiz-Picasso и др./СХВП — DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, EU:T:2004:189, т. 29) и който съществува много преди подаване на посочената заявка.

41 Второ, относно условието, свързано с наличието на връзка между географското наименование и обозначаваните услуги, следва да се отбележи, че разширеният апелативен състав също правилно е приел по същество, по-специално в точка 19 от обжалваното решение, че от дълго време регионът на Южен Тирол по принцип се възприема за просперираща регион с динамична икономика, както е посочено в точка 40 по-горе. Според Общия съд обстоятелството, че регионът на Южен Тирол е икономически просперираща регион с динамична икономика, е също така общоизвестно. Освен това, както правилно посочва разширеният апелативен състав в точка 50 от обжалваното решение, също така е установено, че услуги като указаните от оспорената марка, по принцип се предлагат във всеки регион с известно стопанско значение. Освен това в рамките на настоящата жалба тази преценка не беше оспорена от общите критики на жалбоподателя, които не са подкрепени с доказателства.

42 Освен това е вярно, че съответните потребители могат да възприемат оспорената марка като позоваване на специфично качество на посочените услуги, например с оглед на факта, че тези услуги са съобразени с особените изисквания на предприятията, извършващи дейност в този регион, който се характеризира с особен политически, административен и езиков контекст (точка 51 от обжалваното решение). Съгласно съдебната практика по този начин използването на такова указание за географски произход е възможно да предизвика в заинтересованите среди положителна идея или представа за особеното качество на тези услуги (вж. в този смисъл решение от 15 декември 2011 г., Mövenpick/СХВП (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, непубликувано, EU:T:2011:753, т. 44 и 45) и е възможно да предизвика положителни емоции съгласно цитираната в точка 30 по-горе съдебна практика, когато посоченото означение е използвано във връзка с пускането на пазара на обозначаваните с оспорената марка услуги.

43 От това следва, че съответните потребители биха възприели оспорената марка не само като указание за един географски регион, който предизвиква положителна емоция, но също така с оглед на просперитета и динамичното развитие на икономиката на посочения регион и като указание за това, че обозначените с марката услуги са от този регион. Освен това следва да се добави, че встъпилата страна е доказала пред разширения апелативен състав, че много от установените в този регион предприятия действително предлагат услуги от същото естество като указаните с оспорената марка услуги (точка 55 от обжалваното решение) и че жалбоподателят не е успял да оспори тези съображения. Следователно, когато тези услуги се предлагат на пазара под оспорената марка, съответните потребители я възприемат като означение за техния произход.

44 Освен това, доколкото жалбоподателят по същество твърди, че с географското наименование не могат да се описват характеристиките на разглежданите услуги, достатъчно е да се припомни, че член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 има за цел да предотврати възможността даден стопански субект да монополизира определено указание за географски произход за сметка на конкурентите си. Макар да е вярно, че разширеният апелативен състав по принцип е длъжен да изследва релевантността на указанието за географски произход с оглед на тези конкурентни отношения, като разгледа връзката между произхода и стоките и услугите, за които е заявена марката, преди да може да откаже нейната регистрация на основание член 7,

параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, това не променя факта, че интензитетът на това задължение може да се променя в зависимост от няколко фактора, като обхвата, репутацията или естеството на разглежданото указание за географски произход. Всъщност вероятността дадено указание за географски произход да може да повлияе на конкурентните отношения, е голяма, когато се отнася до голям район, известен с качеството на широка гама от стоки и услуги, и е слаба, когато се отнася до точно определено място, чиято репутация се отнася само до ограничен брой стоки или услуги (в този смисъл решение от 15 декември 2011 г., PASSIONATELY SWISS, T-377/09, непубликувано, EU:T:2011:753, т. 41).

45 В случая е безспорно, че тази вероятност трябва да се счита за голяма с оглед на положителните емоции, които може да предизвика споменаването на Южен Тирол при пускането на пазара на разглежданите услуги. Следователно трябва да се приеме, че задължението на EUIPO да разгледа връзката между произхода и обозначените с оспорената марка услуги, е с по-малък интензитет.

46 В това отношение следва да се подчертае, че съгласно съдебната практика при обстоятелства като тези по настоящото дело, когато указанието за географски произход е вече известно или познато, EUIPO може да се ограничи по-скоро да констатира тази връзка, отколкото да извърши конкретна преценка относно съществуването ѝ (вж. в този смисъл решение от 15 декември 2011 г., PASSIONATELY SWISS, T-377/09, непубликувано, EU:T:2011:753, т. 43).

47 Във всички случаи следва да се посочи, че разширеният апелативен състав е извършил в точки 51—56 от обжалваното решение конкретна преценка на връзката, която може да съществува между указанието за географски произход и всяка една от категориите услуги, обозначавани с оспорената марка, и че при този преглед не са били допуснати грешки.

48 Освен това, както разширеният апелативен състав правилно изтъква в точка 49 от обжалваното решение, посочваните с оспорената марка услуги нямат никакво особено качество, което би могло да подтикне съответните потребители да не асоциират географското указание с географския произход на посочените услуги. Следователно въз основа на посочената в точка 34 по-горе съдебна практика може да се достигне до заключението, че член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 не допуска регистрация на разглежданото географско указание, познато на заинтересованите среди като обозначение на даден географски район, доколкото е вероятно заинтересованите среди да могат да предположат, че съответните услуги произхождат от този регион (вж. т. 57 от обжалваното решение).

49 С оглед на гореизложеното следва да се приеме, че оспорената марка е регистрирана в нарушение на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009.

50 Този извод не се поставя под съмнение от другите доводи, изложени от жалбоподателя.

51 На първо място, жалбоподателят оспорва дали трябва да се вземе предвид като критерий за произход мястото, на което са предоставени услугите или на което се намира седалището на предприятието. В това отношение е достатъчно да се посочи, че за категориите услуги, обозначавани с оспорваната марка, указанието за дадено място обичайно се използва и възприема като указание за седалището на предприятието, доставчик на въпросните услуги, и следователно за мястото, от което по принцип тези услуги се предоставят. Другите възможни значения на това географско указание са без значение, тъй като съгласно съдебната практика е достатъчно разглежданият знак да указва поне в едно от възможните му значения характерна особеност на съответните стоки или услуги (вж. по аналогия решение от 7 юни 2005 г., MunichFinancialServices, T-316/03, EU:T:2005:201, т. 33).

52 На второ място, жалбоподателят твърди, че член 12, буква б) от Регламент № 207/2009 е достатъчен, за да се запази по-специално свободното ползване на указанията за географски произход в процеса на търговия, доколкото той възпрепятства притежателя на марката да забранява на трети лица да използват посочените означения в тяхното име, в търговското им наименование или с цел предоставяне на търговска информация.

53 Член 12, буква б) от Регламент № 207/2009 предвижда, че „марката на [Европейския съюз] не дава право на притежателя да забранява на трети лица да използват, в процеса на търговия […] означения, които […] са свързани с вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход, момента на производство на стоките или на предоставянето на услугата, или с други характеристики на стоките или услугите“.

54 Действително тази разпоредба във връзка с член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 има по-специално за цел, особено по отношение на марките, които не попадат в приложното поле на посочената разпоредба, тъй като не са изцяло описателни, да позволи по-конкретно използването на свързано с географски произход указание, представляващо освен това елемент от комбинирана марка, да не може да бъде забранено по искане на притежателя на такава марка на основание член 9 от посочения регламент, когато използването на това означение става в съответствие с почтените практики в областта на производството или търговията (вж. решение от 15 октомври 2003 г., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, т. 55 и цитираната съдебна практика).

55 Следва обаче да се посочи, че при аналогични обстоятелства като тези в разглеждания случай Съдът е постановил изрично, че установеният от съдебната практика принцип, посочен в точка 30 по-горе относно общия интерес, който е в основата на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, проявен също чрез посочената в член 66, параграф 2 от този регламент възможност, че чрез дерогация от упоменатия член 7, параграф 1, буква в) знаци или обозначения, които могат да служат за указване на географския произход на стоките, могат да представляват колективни марки, не противоречи на член 12, буква б) от посочения регламент, който също така не оказва определящо влияние на окончателното тълкуване на първата разпоредба. Всъщност член 12, буква б) от Регламент № 207/2009, с който по-специално се цели да се разрешат проблемите, възникващи при регистриране на комбинирана марка, съставена изцяло или отчасти от географско наименование, не предоставя на трети лица правото на използване на такова наименование като марка, а тази разпоредба само гарантира правото им да го използват по описателен начин, а именно като указание за географския произход, ако използването е в съответствие с почтените практики в областта на производството или търговията (вж. в този смисъл и по аналогия решение от 4 май 1999 г., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 26—28).

56 От това следва да се заключи, че интересът от запазване на свободното ползване на указанията за географски произход, противно на твърдението на жалбоподателя, не е защитен в достатъчна степен от съдържанието на член 12, буква б) от Регламент № 207/2009. По тази причина доводът на жалбоподателя трябва да бъде отхвърлен.

57 С оглед на гореизложеното второто основание трябва да бъде отхвърлено.

58 От това следва, че жалбата трябва да се отхвърли изцяло.

По съдебните разноски

59 Съгласно член 134, параграф 1 от Процедурния правилник на Общия съд загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане.

60 Тъй като жалбоподателят е загубил делото, той следва да бъде осъден да заплати съдебните разноски в съответствие с исканията на EUIPO и на встъпилата страна.

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (четвърти състав),

реши:

1) Отхвърля жалбата.

2) Осъжда Internet Consulting GmbH да заплати съдебните разноски.

Prek Labucka Kreuschitz

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 20 юли 2016 година.

Подписи