Samling af Afgørelser

RETTENS DOM (Fjerde Afdeling)

20. juli 2016*

»EU-varemærker — ugyldighedssag — EU-ordmærket SUEDTIROL — artikel 7, stk. 1, litra c), og artikel 52, stk. 1, litra a), i forordning (EF) nr. 207/2009 — absolut registreringshindring — geografisk oprindelsesbetegnelse — beskrivende karakter«

I sag T-11/15,

**Internet Consulting GmbH**, Brunico (Italien), ved advokaterne L. Miori og A. Bertella,

sagsøger,

mod

**Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO)** ved A. Schifko, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

den anden part i sagen for det udvidede appelkammer ved EUIPO og intervenient ved Retten:

**Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige** (Italien), ved advokat C. Volkmann,

intervenient,

angående en påstand om annullation af den afgørelse, der blev truffet den 10. oktober 2014 (sag R 574/2013-G) af det udvidede appelkammer ved EUIPO vedrørende en ugyldighedssag mellem Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige og Internet Consulting,

har

RETTEN (Fjerde Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, M. Prek (refererende dommer), og dommerne I. Labucka og V. Kreuschitz,

justitssekretær: E. Coulon,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 9. januar 2015,

under henvisning til EUIPO's svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 19. juni 2015,

* Processprog: tysk.

under henvisning til intervenientens svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 8. juni 2015,

under henvisning til, at ingen af hovedparterne har anmodet om afholdelse af et retsmøde inden for fristen på tre uger efter, at det er forkyndt, at retsforhandlingernes skriftlige del er afsluttet, og at Retten i henhold til artikel 106, stk. 3, i Rettens procesreglement har besluttet at træffe afgørelse, uden at retsforhandlingerne omfatter en mundtlig del,

afsagt følgende

## Dom

### Tvistens baggrund

1 Den 19. august 2002 indgav sagsøgeren, Internet Consulting GmbH, en ansøgning om registrering af et EU-varemærke til Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994, L 11, s. 1), med senere ændringer (erstattet af Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26.2.2009 om EU-varemærker (EUT 2009, L 78, s. 1)).

2 Det varemærke, der er søgt registreret, er ordtegnet SUEDTIROL.

3 De tjenesteydelser, som varemærkeansøgningen vedrører, henhører under klasse 35, 39 og 42 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og svarer for hver af disse klasser til følgende beskrivelse:

— klasse 35: »bistand ved forretningsledelse og forretningsadministration, bistand ved varetagelse af kontoropgaver«

— klasse 39: »pakning og opbevaring af varer«

— klasse 42: »videnskabelige og teknologiske tjenesteydelser samt forskning og design i forbindelse dermed; industriel analyse og forskning; design og udvikling af computer hardware og computer software; juridisk bistand«.

4 EU-varemærkeansøgningen blev offentliggjort i *EF-varemærketidende* nr. 83/2003 af 24. november 2003. Varemærket blev registreret den 16. december 2011 under nr. 2826931.

5 Den 3. januar 2012 indgav intervenienten, Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (den selvstyrende provins Bolzano/Sydtyrol, Italien) begæring om, at det omtvistede varemærke blev erklæret ugyldigt for samtlige de tjenesteydelser, det omfattede. Begæringen var begrundet i artikel 52, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med samme forordnings artikel 7, stk. 1, litra c), idet det omtvistede varemærke udgjorde en geografisk oprindelsesbetegnelse, der designerede den selvstyrende region Trentin/Sydtyrol (herefter »region Sydtyrol«) i Norditalien.

6 Ved afgørelse af 15. februar 2013 forkastede annullationsafdelingen begæringen om at erklære det omtvistede varemærke ugyldigt.

7 Intervenienten påklagede denne afgørelse i henhold til artikel 58 ff. i forordning nr. 207/2009.

8 Ved afgørelse af 3. april 2014 henviste Første Appelkammer sagen til det udvidede appelkammer.

9 Ved afgørelse af 10. oktober 2014 (herefter »den anfægtede afgørelse«) gav det udvidede appelkammer intervenienten medhold og erklærede det omtvistede varemærke ugyldigt i henhold til artikel 52, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009 med den begrundelse, at det var blevet registreret i strid med denne forordnings bestemmelser i artikel 7, stk. 1, litra c), og stk. 2.

10 Navnlig for så vidt angår formaliteten vedrørende ugyldighedsbegæringen fandt det udvidede appelkammer, at begæringen kunne antages til realitetsbehandling, idet artikel 56, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009 fastsatte, at enhver fysisk eller juridisk person kan optræde som part i en retssag, og at begrebet juridisk person omfatter offentligretlige juridiske personer såsom intervenienten.

11 For så vidt angår den materielle undersøgelse af ugyldighedsbegæringen har det udvidede appelkammer bl.a. bemærket, at

— udtrykket »südtirol« er den almindelige tyske betegnelse for den nordligste provins i Italien, der er en af de rigeste, og hvis selvstyre er anerkendt i den italienske forfatning

— henset til, at eksistensen af en sådan region er kendt af den relevante kundekreds, der udgøres mere eller mindre af de italienske forbrugere og Den Europæiske Unions tysktalende forbrugere, der kender til eksistensen af region Sydtyrol, kan det omtvistede varemærke anses for over for den nævnte kundekreds at angive den geografiske oprindelse af de tjenesteydelser, som det omfatter

— idet den geografiske oprindelse af tjenesteydelserne er en egenskab ved disse som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, udgør udtrykket »suedtirol« en geografisk oprindelsesbetegnelse, der skal beskyttes i almenhedens interesse

— idet de omfattede tjenesteydelser ikke har andre særlige egenskaber, der ville kunne bringe den relevante forbruger til ikke at forbinde angivelsen »südtirol« med tjenesteydelsernes geografiske oprindelse

— forretningsledelse og forretningsadministration, varetagelse af kontoropgaver, pakning og opbevaring af varer, videnskabelige og teknologiske tjenesteydelser, industriel analyse og forskning, udvikling af computer hardware og computer software og juridisk bistand, når disse udbydes under det omtvistede varemærke, vil blive opfattet af den relevante forbruger som hidrørende fra region Sydtyrol, som leveret i denne region eller som tilbudt de virksomheder, der arbejder i denne region

— den omstændighed, at et stort antal virksomheder, der er aktive i region Sydtyrol, lader udtrykket »südtirol« eller »suedtirol« indgå i deres forretningsadresser, bekræfter, at dette udtryk udgør en geografisk oprindelsesbetegnelse.

**Parternes påstande**

12 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede afgørelse annulleres eller ændres i det mindste, hvorved begæringen om, at det omtvistede varemærke erklæres ugyldigt under alle omstændigheder forkastes.

— EUIPO tilpligtes at betale sagens omkostninger.

13 EUIPO har nedlagt følgende påstande:

— Frifindelse.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

14 Intervenienten har nedlagt følgende påstande:

— EUIPO frifindes.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

**Retlige bemærkninger**

15 Sagsøgeren har til støtte for sagen fremsat to anbringender, dels tilsidesættelse og fejlagtig anvendelse af artikel 5 og 56 i forordning nr. 207/2009, dels tilsidesættelse og fejlagtig anvendelse af artikel 7, stk. 1, litra c), og artikel 12 og 52 i forordning nr. 207/2009.

*Det første anbringende vedrørende tilsidesættelse og fejlagtig anvendelse af artikel 5 og 56 i forordning nr. 207/2009*

16 Det er sagsøgerens opfattelse, at det af artikel 5 i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med dennes artikel 56, fremgår, at intervenienten, der er en offentligretlig virksomhed, ikke har nogen beføjelse til at indgive en ugyldighedsbegæring. For så vidt som artikel 5 i forordning nr. 207/2009, der vedrører retten til at være indehaver af et EU-varemærke, udtrykkeligt efter »enhver fysisk eller juridisk person« anfører »offentlige virksomheder«, udelukker det forhold, at der i samme forordnings artikel 56 alene nævnes fysiske og juridiske personer, muligheden for, at offentlige virksomheder kan indgive en begæring om ugyldighed.

17 EUIPO og intervenienten har bestridt disse argumenter.

18 Artikel 5 i forordning nr. 207/2009 indeholder en generel definition af de personer, der kan være indehavere af et EU-varemærke. Denne bestemmelse præciserer, at »[EU]-varemærker kan indehaves af enhver fysisk eller juridisk person, herunder offentlige virksomheder«.

19 Det følger heraf, at offentlige virksomheder fremføres som et eksempel på de juridiske personer, der kan være indehavere af et sådant varemærke, og at disse har beføjelse til at udøve deres rettigheder i overensstemmelse med artikel 56, stk. 1, litra b) og c), i forordning nr. 207/2009. Derimod foreligger der ingen oplysninger om, at samme forordnings artikel 56, stk. 1, litra a), der til forskel fra forordningens artikel 5 begrænser sig til at anføre bl.a. »enhver fysisk eller juridisk person«, skal fortolkes således, at den ikke omfatter offentlige virksomheder. Fortabelsesgrunde og ugyldighedsgrunde og navnlig absolutte ugyldighedsgrunde som omhandlet i artikel 52 i forordning nr. 207/2009 kan nemlig påberåbes af enhver, uafhængigt af dennes status som privatperson eller offentligretlig person, hvorfor denne forordnings artikel 56, stk. 1, litra a), in fine, alene stiller krav om, at den nævnte person »selv kan optræde som part i en retssag«. Følgelig skal den manglende udtrykkelige anførelse i artikel 56, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009 af offentlige virksomheder, i modsætning til hvad sagsøgeren har anført, ikke fortolkes således, at de skal udelukkes fra denne bestemmelses anvendelsesområde.

20 Det følger heraf, at det udvidede appelkammer ikke har tilsidesat artikel 5 og 56 i forordning nr. 207/2009, da det fandt, at intervenienten havde beføjelse til at indgive en begæring om, at det omtvistede varemærke blev erklæret ugyldigt.

21 Det første anbringende må derfor forkastes.

*Det andet anbringende vedrørende tilsidesættelse og fejlagtig anvendelse af artikel 7, stk. 1, litra c), og artikel 12 og 52 i forordning nr. 207/2009*

22 Sagsøgeren har anført, at det udvidede appelkammer, da det fandt, at det omtvistede varemærke udgjorde en geografisk oprindelsesbetegnelse for et af den relevante kundekreds kendt sted, der angiver de omhandlede tjenesteydelsers geografiske oprindelse og ikke deres kommercielle oprindelse, har tilsidesat artikel 7, stk. 1, litra c), og artikel 12 og 52 i forordning nr. 207/2009.

23 Navnlig er det i henhold til den nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, litra c), udelukket at registrere en geografisk oprindelsesbetegnelse, alene når tegnet angiver et sted, der aktuelt udgør, eller som i fremtiden ville kunne udgøre, en forbindelse med den omhandlede vare- eller tjenesteydelseskategori og ikke det sted, hvor tjenesteydelserne leveres, idet der henvises til den »geografiske oprindelse«. Til forskel fra varer bærer tjenesteydelser desuden generelt ikke i sig selv egenskaberne fra det område, hvor de leveres, eller hvor hjemstedet for den virksomhed, der leverer dem, befinder sig. De eneste elementer, der snarere end den geografiske oprindelse kan kendetegne tjenesteydelserne, er, bortset fra de »typiske« tjenesteydelser i en bestemt region, den måde, hvorpå de leveres, eller tjenesteyderens gode egenskaber. Da hjemstedet for den tjenesteydende virksomhed og stedet for levering af tjenesteydelsen kan være forskellige, kan de ikke udgøre en uløselig forbindelse mellem tjenesteydelsen og området. Endelig bør den sandsynlige mulighed for en forbindelse mellem tjenesteydelsen og stedet foreligge på tidspunktet for registreringen af varemærket, hvilket intervenienten ikke har godtgjort.

24 Endvidere har det udvidede appelkammer undladt at tage hensyn til virkningen af artikel 12, litra b), i forordning nr. 207/2009, der gør det muligt for tredjemand at indsætte udtrykket »suedtirol« i sit navn eller i det registrerede handelsnavn til trods for registreringen af det omtvistede varemærke. Denne bestemmelse gør det muligt i tilstrækkeligt omfang at garantere adgangen til geografiske oprindelsesbetegnelser til erhvervsmæssig anvendelse.

25 EUIPO og intervenienten er af den opfattelse, at disse argumenter ikke er begrundede.

26 Det skal indledningsvis bemærkes, at i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 er »varemærker, som udelukkende består af tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelsen eller andre egenskaber ved disse«, udelukket fra registrering.

27 Herudover bestemmes det i den nævnte forordnings artikel 7, stk. 2, at »[s]tk. 1 finder anvendelse, selv om registreringshindringerne kun er til stede i en del af [Unionen]«.

28 Det fremgår af artikel 52, stk. 1, litra a), i forordning nr. 207/2009, at »[e]t [EU]-varemærke erklæres ugyldigt efter indgivelse af begæring herom til [EUIPO] eller ved fremsættelse af modkrav under en sag om varemærkekrænkelse: [...] når det er registreret i strid med bestemmelserne i artikel 7 [...]«.

29 Det følger af retspraksis, at artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 forfølger et mål af almen interesse, hvorefter de tegn eller beskrivende angivelser af kategorier af varer eller tjenesteydelser, for hvilke der ansøges om registrering, frit skal kunne bruges af alle. Denne bestemmelse er derfor til hinder for, at sådanne tegn og angivelser forbeholdes en enkelt virksomhed på grund af deres registrering som varemærke (jf. dom af 15.10.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 29 og den deri nævnte retspraksis).

30 Hvad nærmere angår tegn eller angivelser, der kan tjene til at betegne den geografiske oprindelse af kategorier af varer, for hvilke der ansøges om registrering af varemærket, navnlig geografiske navne, består der en almen interesse i at udelukke enerettigheder over dem, bl.a. på grund af deres evne til ikke alene eventuelt at angive kvaliteten af og de øvrige egenskaber ved de pågældende kategorier af

varer, men også til på forskellig måde at påvirke forbrugernes præferencer, f.eks. ved at tilknytte varer til et sted, som kan fremkalde positive følelser (jf. i denne retning dom af 4.5.1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 og C-109/97, EU:C:1999:230, præmis 26, og af 13.9.2013, Fürstlich Castell'sches Domänenamt mod KHIM – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, ikke trykt i Sml., EU:T:2013:424, præmis 43).

31 Denne retspraksis finder i modsætning til, hvad sagsøgeren har anført, ligeledes anvendelse på tjenesteydelser (jf. i denne retning dom af 7.6.2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft mod KHIM (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, præmis 32).

32 Det skal endvidere bemærkes, at registrering af geografiske navne som varemærker dels er udelukket i de tilfælde, hvor de betegner bestemte geografiske steder, der allerede har et omdømme eller er kendte for den pågældende kategori af varer eller tjenesteydelser, og som derfor frembyder en forbindelse med denne efter den relevante kundekreds' mening, dels er udelukket for de geografiske navne, der kan bruges af virksomhederne som angivelser af den pågældende kategori af varers eller tjenesteydelsers geografiske oprindelse (jf. i denne retning dom af 15.10.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 31 og den deri nævnte retspraksis, og af 15.1.2015, NEM mod KHIM (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, præmis 48).

33 Det må i denne forbindelse påpeges, at EU-lovgiver ved at fravige artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 har åbnet mulighed for, at tegn, der kan tjene til at betegne den geografiske oprindelse, registreres som fællesmærke i overensstemmelse med den nævnte forordnings artikel 66, stk. 2, og for visse varer, såfremt de opfylder de nødvendige betingelser for såvel beskyttede geografiske betegnelser eller oprindelsesbetegnelser inden for rammerne af bestemmelserne i Rådets forordning (EØF) nr. 2081/92 af 14. juli 1992 om beskyttelse af geografiske betegnelser og oprindelsesbetegnelser for landbrugsprodukter og levnedsmidler (EFT 1992, L 208, s. 1) (dom af 15.10.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 32).

34 Det bemærkes imidlertid, at artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 i princippet ikke er til hinder for registrering af geografiske navne, som ikke er kendt i de relevante kundekredse, eller som i det mindste er ukendte som betegnelse for et geografisk sted, eller endog af navne, for hvilke det på grund af egenskaberne ved det angivne sted ikke er sandsynligt, at den relevante kundekreds vil kunne forestille sig, at den pågældende kategori af varer eller tjenesteydelser hidrører fra dette sted (jf. i denne retning dom af 15.10.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 33 og den deri nævnte retspraksis, og af 15.1.2015, NEM mod KHIM (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, præmis 49).

35 Bedømmelsen af, om et tegn er beskrivende, skal følgelig foretages dels i forhold til de pågældende varer eller tjenesteydelser, dels i forhold til, hvordan den relevante kundekreds opfatter det (dom af 15.10.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 34).

36 Hvad for det første angår den relevante kundekreds bekræftes det udvidede appelkammers definition, der fremgår af den anfægtede afgørelses punkt 36-42. Dels er det omtvistede varemærke nemlig ordtegnet SUEDTIROL, der kan forstås af både de italienske kunder og af de tysktalende kunder i Unionen. Udtrykket »suedtirol« og det tyske udtryk »südtirol«, der betegner region Sydtyrol, svarer til hinanden, idet den første indeholder en diftong, der normalt erstatter bogstavet »ü« i det tyske alfabet. Dels er visse af de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke, dvs. forretningsledelse og forretningsadministration, varetagelse af kontoropgaver, videnskabelige og teknologiske tjenesteydelser, industriel analyse og forskning, udvikling af computer hardware og computer software, rettet til virksomheder, der er aktive inden for alle økonomiske sektorer, og som udgør en specialiseret forbruger. I denne henseende skal det fremhæves, at mens det er muligt at antage, at disse tjenesteydelser ligeledes er rettet til individuelle erhvervsdrivende, skal disse også anses for at være fagpersoner og dermed for at indgå i den specialiserede kundekreds. For så vidt angår den juridiske

bistand (klasse 42) og pakning og opbevaring af varer (klasse 39) er disse rettet til gennemsnitsforbrugeren og til den specialiserede kundekreds. Størstedelen af den relevante kundekreds udgøres således af en mere opmærksom kundekreds.

37 I denne henseende har Retten allerede fastslået, at det er tilstrækkeligt, for at et tegn udelukkes fra registrering i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b) eller c), i forordning nr. 207/2009, at der foreligger en registreringshindring i forhold til en del af målgruppen, og at det ikke er nødvendigt i denne henseende at undersøge, om de øvrige forbrugere, der henhører under den relevante kundekreds, ligeledes kender det nævnte tegn (jf. dom af 25.11.2015, bd breyton-design mod KHIM (RACE GTP), T-520/14, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:884, præmis 29 og den deri nævnte retspraksis).

38 Det er således med rette, at det udvidede appelkammer fastslog, at den relevante kundekreds, der skal tages i betragtning, udgøres af Italiens og Unionens tysktalende kunder samt de italiensktalende kunder i Italien, der har et højt opmærksomhedsniveau.

39 For det andet skal det i lyset af betragtningerne ovenfor i præmis 26-35 med henblik på at vurdere det omtvistede varemærkes beskrivende karakter som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 fastslås dels, om det geografiske udtryk, som det ansøgte varemærke udgøres af, opfattes som et sådant udtryk og er kendt af den relevante kundekreds, dels om dette geografiske udtryk aktuelt efter den relevante kundekreds' opfattelse har en forbindelse til de ansøgte tjenesteydelser, eller om det er sandsynligt, at en sådan forbindelse vil kunne etableres i fremtiden.

40 For det første opfattes udtrykket »Suedtirol«, der svarer til det tyske ord »Südtirol«, således som det udvidede appelkammer med rette bemærkede i den anfægtede afgørelses punkt 15-19, 43 og 44, af den relevante kundekreds som en geografisk betegnelse, der henviser til regionen Sydtyrol, der har været kendt i lang tid inden indgivelsen af ansøgningen om registrering af det omtvistede varemærke, på grund af denne regions historie, den geografiske placering, dens selvstyre, den særlige sprogordning og dens økonomiske betydning. Retten er ligesom det udvidede appelkammer af den opfattelse, at disse kendsgerninger er velkendte, dvs. kendsgerninger, som enhver har kendskab til eller kunne få kendskab til via almindeligt tilgængelige kilder (dom af 22.6.2004, Ruiz-Picasso m.fl. mod KHIM – DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, EU:T:2004:189, præmis 29), der i modsætning til, hvad sagsøgeren har anført, har eksisteret lang tid før indgivelsen af den nævnte ansøgning.

41 For det andet hvad angår betingelsen om, at der skal være en forbindelse mellem det geografiske navn og de omfattede tjenesteydelser, bemærkes, at det ligeledes er med rette, at det udvidede appelkammer bl.a. i den anfægtede afgørelses punkt 19 i det væsentlige har påpeget, at region Sydtyrol længe generelt er blevet opfattet som en region, der klarer sig godt, og som har en dynamisk økonomi, således som bemærket i præmis 40 ovenfor. Det er Rettens opfattelse, at den omstændighed, at region Sydtyrol er en økonomisk velfungerende region med en dynamisk økonomi, ligeledes er velkendt. Det er desuden ligeledes godtgjort, således som det udvidede appelkammer med rette har anført i den anfægtede afgørelses punkt 50, at tjenesteydelser, såsom de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke, i princippet udbydes i alle regioner, der har en vis økonomisk betydning. Der er i øvrigt ikke i forbindelse med nærværende sag rejst tvivl om denne vurdering på grund af sagsøgerens generelle kritik, der heller ikke er understøttet.

42 Det er endvidere korrekt, at den relevante kundekreds kan opfatte det omtvistede varemærke som en henvisning til en særlig egenskab ved de nævnte tjenesteydelser, f.eks. det forhold, at disse tjenesteydelser er tilpasset de særlige krav til virksomhederne i denne region, der er kendetegnet ved en særlig politisk, administrativ og sproglig kontekst (den anfægtede afgørelses punkt 51). Anvendelsen af en sådan geografisk oprindelsesbetegnelse kan således i de berørte kredse ifølge retspraksis fremme en ide eller et positivt billede af en særlig egenskab ved disse tjenesteydelser (jf. i denne retning dom af 15.12.2011, Mövenpick mod KHIM (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, ikke

trykt i Sml., EU:T:2011:753, præmis 44 og 45) og kan skabe positive følelser som omhandlet i den retspraksis, der er nævnt ovenfor i præmis 30, når den nævnte betegnelse anvendes i forbindelse med markedsføringen af de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke.

43 Det følger heraf, at det omtvistede varemærke af den relevante kundekreds vil blive opfattet som en henvisning ikke alene til en geografisk region, der fremkalder positive følelser, men også, henset til den nævnte regions rigdom og dynamiske økonomiske udvikling, som en angivelse af, at de tjenesteydelser, varemærket omfatter, stammer fra denne region. Det skal desuden tilføjes, at intervenienten for det udvidede appelkammer har godtgjort, at et stort antal virksomheder i denne region faktisk tilbyder tjenesteydelser af samme art som de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke (den anfægtede afgørelses punkt 55), og at sagsøgeren ikke har været i stand til at rejse tvivl om denne vurdering. Når sådanne tjenesteydelser derfor markedsføres med det omtvistede varemærke, opfatter den relevante kundekreds dette som en angivelse af tjenesteydelsernes oprindelse.

44 For så vidt som sagsøgeren i det væsentlige har gjort gældende, at det geografiske navn ikke kan beskrive de omhandlede tjenesteydelsers egenskaber, skal det blot bemærkes, at artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 har til formål at undgå, at en erhvervsdrivende monopoliserer en geografisk oprindelsesbetegnelse til skade for konkurrenterne. Selv om det er rigtigt, at det udvidede appelkammer i princippet er forpligtet til at undersøge relevansen af den geografiske oprindelsesbetegnelse for disse konkurrenceforhold ved at undersøge forbindelsen mellem denne oprindelse og de varer og tjenesteydelser, som varemærket er ansøgt for, inden der kan gives afslag på registrering i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, kan denne forpligtelse ikke desto mindre variere afhængigt af flere faktorer, herunder udstrækningen, renommeét eller arten af den omhandlede geografiske oprindelsesbetegnelse. Sandsynligheden for, at en geografisk oprindelsesbetegnelse kan influere konkurrenceforholdene, er nemlig væsentlig, såfremt der er tale om en stor region, der er kendt for sin kvalitet i en lang række varer og tjenesteydelser, og den er lille, såfremt der er tale om et helt bestemt sted, hvis ry er begrænset til kun få varer og tjenesteydelser (jf. i denne retning dom af 15.12.2011, Mövenpick mod KHIM (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, ikke trykt i Sml., EU:T:2011:753, præmis 41).

45 Det er i nærværende sag ubestridt, at denne sandsynlighed skal anses for at være væsentlig under hensyn til de positive følelser, som henvisningen til Sydtyrol kan afstedkomme i forbindelse med markedsføringen af de omhandlede tjenesteydelser. EUIPO's forpligtelse til at undersøge forbindelsen mellem oprindelsen af de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke, bør derfor anses for at være mindre påtrængende.

46 I denne henseende skal det påpeges, at det af retspraksis fremgår, at EUIPO under omstændigheder som dem, der foreligger i sagen, hvor den geografiske oprindelsesbetegnelse allerede er kendt og anset, kan begrænse sig til at fastslå, at der foreligger en sådan forbindelse, snarere end at foretage en konkret undersøgelse af, om denne forbindelse foreligger (jf. i denne retning dom af 15.12.2011, Mövenpick mod KHIM (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, ikke trykt i Sml., EU:T:2011:753, præmis 43).

47 Under alle omstændigheder bemærkes, at det udvidede appelkammer i den anfægtede afgørelses punkt 51-56 foretog en konkret undersøgelse af den mulige forbindelse mellem den geografiske oprindelsesbetegnelse og hver af de tjenesteydelseskategorier, der er omfattet af det omtvistede varemærke, og at denne undersøgelse ikke er fejlbehæftet.

48 Desuden har de tjenesteydelser, der er omfattet af det omtvistede varemærke, således som det udvidede appelkammer med rette bemærkede i den anfægtede afgørelses punkt 49, ikke nogen særlige egenskaber, der kunne bringe den relevante kundekreds til ikke at forbinde den geografiske betegnelse med disse tjenesteydelsers geografiske oprindelse. Følgelig må det ifølge den retspraksis, der er nævnt ovenfor i præmis 34, antages, at artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 var til hinder for registrering af den omhandlede geografiske betegnelse, der er kendt i de relevante kredse som en

betegnelse for en geografisk region, for så vidt som det er sandsynligt, at de relevante kredse vil regne med, at de pågældende tjenesteydelser hidrører fra denne region (jf. den anfægtede afgørelses punkt 57).

49 Under hensyn til det ovenstående må det fastslås, at det omtvistede varemærke er blevet registreret i strid med artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009.

50 Denne konklusion afkræftes ikke af de forskellige argumenter, som sagsøgeren har fremført.

51 For det første har sagsøgeren bestridt relevansen af, at det sted, hvor tjenesteydelserne leveres, eller virksomhedens hjemsted tages i betragtning som et oprindelseskriterium. Det er i denne henseende tilstrækkeligt at bemærke, at angivelsen af et sted for de tjenesteydelseskategorier, der er omfattet af det omtvistede varemærke, almindeligvis anvendes og forstås som en henvisning til hjemstedet for den virksomhed, der leverer de pågældende tjenesteydelser, og dermed til det sted, hvorfra tjenesteydelserne i princippet leveres. Andre eventuelle betydninger af denne geografiske angivelse har ingen relevans, idet det ifølge retspraksis er tilstrækkeligt, at det omhandlede tegn i mindst en af dets mulige betydninger betegner en egenskab ved de pågældende varer eller tjenesteydelser (jf. analogt dom af 7.6.2005, MunichFinancialServices, T-316/03, EU:T:2005:201, præmis 33).

52 For det andet har sagsøgeren gjort gældende, at artikel 12, litra b), i forordning nr. 207/2009 er tilstrækkelig til at bevare adgangen bl.a. til de geografiske oprindelsesbetegnelser til erhvervsmæssig brug, idet den forhindrer indehaveren af varemærket i at forbyde tredjemand at gøre brug af de nævnte betegnelser i deres navn eller virksomhedsnavn eller med henblik på kommercielle oplysninger.

53 Artikel 12, litra b), i forordning nr. 207/2009 fastsætter, at »[d]e til [EU]-varemærket knyttede rettigheder […] ikke [giver] indehaveren ret til at forbyde tredjemand at gøre erhvervsmæssig brug af [...] angivelser vedrørende varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelsen eller andre egenskaber ved varen eller tjenesteydelsen«.

54 Denne bestemmelse har ganske rigtigt til formål, når den sammenholdes med artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, navnlig for så vidt angår de varemærker, der ikke falder ind under denne bestemmelse, fordi de ikke udelukkende er beskrivende, at gøre det muligt bl.a. at anvende en angivelse vedrørende den geografiske oprindelse, der i øvrigt udgør en bestanddel af et sammensat varemærke, uden at blive omfattet af det forbud, som indehaveren af et sådant varemærke kan gøre gældende på grundlag af den nævnte forordnings artikel 9, når brugen af en sådan angivelse sker i overensstemmelse med god markedsføringsskik (jf. dom af 15.12.2003, Nordmilch mod KHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, præmis 55 og den deri nævnte retspraksis).

55 Det bemærkes imidlertid, at Domstolen under omstændigheder, der ligner dem i nærværende sag, udtrykkeligt fastslog, at det i retspraksis udviklede princip, der er nævnt ovenfor i præmis 30, vedrørende den almene interesse, der ligger til grund for artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, og som ligeledes fremgår af muligheden i forordningens artikel 66, stk. 2, om at tegn eller angivelser, der tjener til at betegne varers geografiske oprindelse, uanset den nævnte artikel 7, stk. 1, litra c), kan udgøre fællesmærker, ikke strider imod den nævnte forordnings artikel 12, litra b), der heller ikke har nogen afgørende indflydelse på fortolkningen af den førstnævnte bestemmelse. Artikel 12, litra b), i forordning nr. 207/2009, som bl.a. har til formål at regulere de problemer, der opstår, når der er blevet registreret et varemærke, som helt eller delvis består af et geografisk navn, tillægger nemlig ikke tredjemand en ret til at gøre brug af et sådant navn som varemærke, men begrænser sig til at sikre, at tredjemand kan bruge det på beskrivende måde, dvs. som angivelse af den geografiske oprindelse, såfremt brugen sker i overensstemmelse med god forretningsskik (jf. i denne retning og analogt dom af 4.5.1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 og C-109/97, EU:C:1999:230, præmis 26-28).

56 Det skal dermed konkluderes, at interessen i at bevare adgangen til geografiske oprindelsesbetegnelser i modsætning til, hvad sagsøgeren har anført, ikke er tilstrækkeligt beskyttet ved indholdet af artikel 12, litra b), i forordning nr. 207/2009. Sagsøgerens argument forkastes derfor.

57 På baggrund af det ovenstående forkastes det andet anbringende.

58 Det følger heraf, at EUIPO frifindes i det hele.

**Sagens omkostninger**

59 Ifølge artikel 134, stk. 1, i Rettens procesreglement pålægges det den tabende part at betale sagsomkostningerne, såfremt der er nedlagt påstand herom.

60 Da sagsøgeren har tabt sagen, bør det pålægges denne at betale sagsomkostningerne i overensstemmelse med EUIPO's og intervenientens påstande herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Fjerde Afdeling):

**1) Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) frifindes.**

**2) Internet Consulting GmbH betaler sagens omkostninger.**

Prek Labucka Kreuschitz

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 20. juli 2016.

Underskrifter