Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (czwarta izba)

z dnia 20 lipca 2016 r.*

Znak towarowy Unii Europejskiej — Postępowanie w sprawie unieważnienia prawa do znaku — Słowny unijny znak towarowy SUEDTIROL — Artykuł 7 ust. 1 lit. c) i art. 52 ust. 1 lit. a) rozporządzenia (WE) nr 207/2009 — Bezwzględna podstawa odmowy rejestracji — Oznaczenie pochodzenia geograficznego — Charakter opisowy

W sprawie T-11/15

Internet Consulting GmbH, z siedzibą w Brunico (Włochy), reprezentowana przez adwokatów L. Mioriego oraz A. Bertellę,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), reprezentowanemu przez A. Schifka, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

w której drugą stroną w postępowaniu przed Wielką Izbą Odwoławczą EUIPO, występującą przed Sądem w charakterze interwenienta, jest:

Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Włochy), reprezentowana przez adwokata Ch. Volkmanna,

interwenient,

mającej za przedmiot żądanie stwierdzenia nieważności decyzji Wielkiej Izby Odwoławczej EUIPO z dnia 10 października 2014 r. (sprawa R 574/2013-G) dotyczącej postępowania w sprawie unieważnienia prawa do znaku między Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige a Internet Consulting,

SĄD (czwarta izba),

w składzie: M. Prek (sprawozdawca), prezes, I. Labucka i V. Kreuschitz, sędziowie,

sekretarz: E. Coulon,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 9 stycznia 2015 r.,

* Język postępowania: niemiecki.

po zapoznaniu się z odpowiedzią EUIPO na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 19 czerwca 2015 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią interwenienta na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 8 czerwca 2015 r.,

uwzględniwszy, że w terminie trzech tygodni od dnia powiadomienia stron postępowania głównego o zamknięciu pisemnego etapu postępowania nie wpłynął żaden wniosek o wyznaczenie rozprawy, i postanowiwszy, na podstawie art. 106 § 3 regulaminu postępowania przed Sądem, orzec w przedmiocie skargi bez przeprowadzenia ustnego etapu postępowania,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 19 sierpnia 2002 r. skarżąca, spółka Internet Consulting GmbH, dokonała w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) zgłoszenia unijnego znaku towarowego na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 11), ze zmianami [zastąpionego rozporządzeniem Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2009, L 78, s. 1)].

2 Znakiem towarowym, dla którego wystąpiono o rejestrację, jest słowne oznaczenie SUEDTIROL.

3 Usługi, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klas 35, 39 i 42 Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają, dla każdej z tych klas, następującemu opisowi:

— klasa 35: „zarządzanie w działalności gospodarczej, administrowanie działalności gospodarczej, prace biurowe”;

— klasa 39: „pakowanie i składowanie towarów”;

— klasa 42: „usługi naukowe i technologiczne oraz odnoszące się do nich usługi badawcze i usługi projektowania; usługi w zakresie analizy i badań przemysłowych; projektowanie i opracowywanie sprzętu i oprogramowania komputerowego; usługi prawne”.

4 Zgłoszenie unijnego znaku towarowego zostało opublikowane w *Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych* nr 83/2003 z dnia 24 listopada 2003 r. Znak towarowy został zarejestrowany w dniu 16 grudnia 2011 r. pod numerem 2826931.

5 W dniu 3 stycznia 2012 r. interwenient, Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (autonomiczna prowincja Bolzano-Górna Adyga, Włochy), wniósł o stwierdzenie nieważności prawa do spornego znaku towarowego w odniesieniu do wszystkich oznaczonych tym znakiem usług. Oparł on swój wniosek na art. 52 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009 w związku z art. 7 ust. 1 lit. c) tego rozporządzenia, ponieważ sporny znak towarowy jest oznaczeniem pochodzenia geograficznego wskazującym autonomiczny region Trydent-Górna Adyga/Tyrol Południowy (zwany dalej „regionem Tyrol Południowy”), znajdujący się w północnych Włoszech.

6 Decyzją z dnia 15 lutego 2013 r. Wydział Unieważnień oddalił wniosek o unieważnienie prawa do spornego znaku towarowego.

7 Interwenient wniósł odwołanie od tej decyzji zgodnie z art. 58 i nast. rozporządzenia nr 207/2009.

8 Postanowieniem z dnia 3 kwietnia 2014 r. Pierwsza Izba Odwoławcza przekazała sprawę Wielkiej Izbie Odwoławczej.

9 W decyzji z dnia 10 października 2014 r. (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją") Wielka Izba Odwoławcza uwzględniła odwołanie interwenienta, stwierdzając, zgodnie z art. 52 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009, nieważność prawa do spornego znaku towarowego ze względu na to, że znak ten został zarejestrowany z naruszeniem przepisów zawartych w art. 7 ust. 1 lit. c) i art. 7 ust. 2 tego rozporządzenia.

10 W szczególności, co się tyczy dopuszczalności wniosku o stwierdzenie nieważności prawa do znaku towarowego, Wielka Izba Odwoławcza stwierdziła, że wspomniany wniosek jest dopuszczalny ze względu na to, iż art. 56 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009 stanowi, że każda osoba fizyczna i prawna ma legitymację procesową i że pojęcie osoby prawnej obejmuje osoby prawne prawa publicznego, takie jak interwenient.

11 Co się tyczy rozpatrzenia co do istoty wniosku o stwierdzenie nieważności prawa do znaku towarowego, Wielka Izba Odwoławcza w szczególności wskazała, że:

— termin „südtirol" jest zwyczajową nazwą w języku niemieckim najbardziej wysuniętej na północ prowincji we Włoszech, i jednej z najbogatszych, której autonomię potwierdzono w konstytucji Włoch;

— ze względu na to, że istnienie takiego regionu jest znane właściwemu kręgowi odbiorców, składającemu się przynajmniej z konsumentów włoskich i konsumentów niemieckojęzycznych Unii Europejskiej wiedzących o istnieniu regionu Tyrol Południowy, sporny znak towarowy może zostać uznany za wskazujący wspomnianemu kręgowi odbiorców pochodzenie geograficzne oznaczonych nim usług;

— ze względu na to, że pochodzenie geograficzne usług jest jedną z właściwości tych usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, termin „suedtirol" jest oznaczeniem pochodzenia geograficznego, które należy chronić w interesie ogólnym;

— oznaczone usługi nie wykazują innych szczególnych cech, które mogłyby skłonić właściwego konsumenta do niekojarzenia wskazania „südtirol" z pochodzeniem geograficznym tych usług;

— usługi zarządzania i administrowania działalnością gospodarczą, prace biurowe, usługi pakowania i składowania towarów, usługi naukowe i technologiczne, usługi w zakresie analizy i badań przemysłowych, projektowanie i opracowywanie sprzętu i oprogramowania komputerowego, a także usługi prawne, gdy będą oferowane i oznaczone spornym znakiem towarowym, będą postrzegane przez właściwego konsumenta jako pochodzące z regionu Tyrol Południowy, jako świadczone w tym regionie lub jako oferowane przedsiębiorstwom prowadzącym działalność w tym regionie;

— fakt, że znaczna liczba przedsiębiorstw prowadzących działalność w regionie Tyrol Południowy zawarła termin „südtirol" lub termin „suedtirol" w swoich nazwach handlowych, potwierdza, że termin ten jest oznaczeniem pochodzenia geograficznego.

Żądania stron

12 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności lub przynajmniej zmianę zaskarżonej decyzji poprzez oddalenie, w każdym wypadku, wniosku o stwierdzenie nieważności prawa do spornego znaku towarowego;

— obciążenie EUIPO kosztami postępowania.

13 EUIPO wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

14 Interwenient wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

15 Na poparcie skargi skarżąca podnosi dwa zarzuty, dotyczące, zarzut pierwszy – naruszenia i błędnego zastosowania art. 5 i 56 rozporządzenia nr 207/2009, oraz zarzut drugi – naruszenia i błędnego zastosowania art. 7 ust. 1 lit. c) i art. 12 i 52 rozporządzenia nr 207/2009.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia i błędnego zastosowania art. 5 i 56 rozporządzenia nr 207/2009

16 Skarżąca jest zdania, że z art. 5 rozpatrywanego w związku z art. 56 rozporządzenia nr 207/2009 wynika, iż interwenient – podmiot prawa publicznego – nie ma legitymacji procesowej, aby wnieść wniosek o stwierdzenie nieważności prawa do znaku towarowego. W zakresie, w jakim w art. 5 rozporządzenia nr 207/2009, odnoszącym się do prawa do bycia właścicielem unijnego znaku towarowego, wyraźnie wymieniono po „każdej osobie fizycznej lub prawnej" „podmioty prawa publicznego", wymienienie jedynie osób fizycznych lub prawnych w art. 56 tego rozporządzenia wyklucza zdaniem skarżącej możliwość, aby podmioty prawa publicznego mogły wystąpić z wnioskiem o stwierdzenie nieważności prawa do znaku towarowego.

17 EUIPO i interwenient kwestionują te argumenty.

18 W art. 5 rozporządzenia nr 207/2009 zawarto ogólną definicję osób, które mogą być właścicielami unijnego znaku towarowego. Uściślono w nim, że „[w]łaścicielem unijnego znaku towarowego może być każda osoba fizyczna lub prawna, łącznie z podmiotami prawa publicznego".

19 Z powyższego wynika, że podmioty prawa publicznego wskazano w tym przepisie tytułem przykładu osób prawnych, które mogą być właścicielami takiego znaku towarowego, oraz że są one uprawnione do wykonywania swoich praw zgodnie z art. 56 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 207/2009. Natomiast nie istnieje żadne wskazanie, zgodnie z którym art. 56 ust. 1 lit. a) tego rozporządzenia – który, w odróżnieniu od art. 5 wspomnianego rozporządzenia, ogranicza się do wymienienia w szczególności „każdej osoby fizycznej lub prawnej" – należałoby interpretować jako nieobejmujący podmiotów prawa publicznego. Na podstawy stwierdzenia wygaśnięcia lub unieważnienia prawa do

znaku towarowego, a zwłaszcza na bezwzględne podstawy unieważnienia w rozumieniu art. 52 rozporządzenia nr 207/2009, może się bowiem powołać każda osoba – niezależnie od swojego prywatnego lub publicznego statusu – w związku z czym w art. 56 ust. 1 lit. a) in fine tego rozporządzenia ograniczono się do wymagania, aby wspomniana osoba „posiada[ła] zdolność pozywania lub bycia pozwanym we własnym imieniu". A zatem wbrew temu, co twierdzi skarżąca, brak wyraźnego wymienienia w art. 56 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009 podmiotów prawa publicznego nie może być interpretowany jako mający na celu wykluczenie ich z zakresu stosowania tego przepisu.

20 W konsekwencji Wielka Izba Odwoławcza nie naruszyła art. 5 i 56 rozporządzenia nr 207/2009, orzekając, że interwenient ma legitymację procesową, aby wnieść wniosek o stwierdzenie nieważności prawa do spornego znaku towarowego.

21 W konsekwencji należy oddalić zarzut pierwszy.

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia i błędnego zastosowania art. 7 ust. 1 lit. c) oraz art. 12 i 52 rozporządzenia nr 207/2009

22 Skarżąca podnosi, że Wielka Izba Odwoławcza, stwierdzając, iż sporny znak towarowy jest oznaczeniem pochodzenia geograficznego z miejsca znanego właściwemu kręgowi odbiorców, informującym o pochodzeniu geograficznym rozpatrywanych usług, a nie o ich pochodzeniu handlowym, naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) oraz art. 12 i 52 rozporządzenia nr 207/2009.

23 Zdaniem skarżącej w szczególności art. 7 ust. 1 lit. c) wspomnianego rozporządzenia zakazuje rejestracji oznaczenia pochodzenia geograficznego, jedynie gdy oznaczenie wskazuje na miejsce, które aktualnie wykazuje lub które mogłoby wykazywać w przyszłości związek z kategorią oznaczonych towarów lub usług, a nie na miejsce, w którym usługi są świadczone, ponieważ odniesiono się do „pochodzenia geograficznego". Ponadto, w odróżnieniu od towarów, co do zasady usługi nie są same w sobie związane z właściwościami terytorium, na którym są one świadczone lub na którym znajduje się siedziba przedsiębiorstwa, które je świadczy. A zatem zdaniem skarżącej jedynymi elementami, które charakteryzują usługi, jest raczej sposób, w jaki są one świadczone, lub cechy usługodawcy niż ich pochodzenie geograficzne, z wyjątkiem usług „typowych" dla danego regionu. Ze względu na to, że siedziba przedsiębiorstwa będącego usługodawcą lub miejsce wykonywania świadczenia mogą się zmieniać, nie mogą one stanowić nierozerwalnego powiązania między usługą a terytorium. Wreszcie, racjonalne prawdopodobieństwo skojarzenia usługi z miejscem powinno istnieć w chwili rejestracji znaku towarowego, czego interwenient nie wykazał.

24 Ponadto Wielka Izba Odwoławcza nie uwzględniła skutku art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, który zezwala osobie trzeciej na umieszczenie terminu „suedtirol" w jej nazwie lub firmie, pomimo rejestracji spornego znaku towarowego. Przepis ten pozwala zapewnić zachowanie wystarczającej dostępności oznaczeń pochodzenia geograficznego w obrocie.

25 EUIPO i interwenient są zdania, że te zarzuty szczegółowe są bezzasadne.

26 Przede wszystkim należy przypomnieć, że zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 nie są rejestrowane „znaki towarowe, które składają się wyłącznie z oznaczeń lub wskazówek mogących służyć w obrocie do oznaczania rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego lub czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub innych właściwości towarów lub usług".

27 Ponadto art. 7 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia stanowi, że „[ust.] 1 stosuje się bez względu na fakt, że podstawy odmowy rejestracji istnieją tylko w części Unii".

28 Zgodnie z art. 52 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009 „[u]nijny znak towarowy podlega unieważnieniu na podstawie wniosku do [EUIPO] lub roszczenia wzajemnego w postępowaniu w sprawie naruszenia: […] w przypadku gdy unijny znak towarowy został zarejestrowany z naruszeniem przepisów art. 7 […]”.

29 Z orzecznictwa wynika, że art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 służy realizacji celu leżącego w interesie ogólnym, polegającego na umożliwieniu wszystkim swobodnego używania objętych zgłoszeniem oznaczeń lub wskazówek, które opisują kategorie towarów lub usług. Przepis ten stoi zatem na przeszkodzie przyznawaniu wyłączności na używanie takich oznaczeń lub wskazówek jednemu przedsiębiorcy z tytułu ich rejestracji w charakterze znaku towarowego [zob. wyrok z dnia 15 października 2003 r., Nordmilch/OHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo].

30 W szczególności co się tyczy oznaczeń lub wskazówek mogących określać pochodzenie geograficzne kategorii towarów, w odniesieniu do których dokonano zgłoszenia – a zwłaszcza nazw geograficznych – istnieje ogólny interes w zachowaniu ich dostępności, w szczególności ze względu na ich zdolność nie tylko do ewentualnego wskazywania jakości i innych cech danych kategorii towarów, lecz także do wpływania w różny sposób na preferencje konsumentów, na przykład poprzez powiązanie towarów z miejscem, które może wywoływać pozytywne odczucia [zob. podobnie wyroki: z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 26; z dnia 13 września 2013 r., Fürstlich Castell'sches Domänenamt/OHIM – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, niepublikowany, EU:T:2013:424, pkt 43].

31 Wbrew temu, co twierdzi skarżąca, powyższe orzecznictwo ma także zastosowanie do usług [zob. podobnie wyrok z dnia 7 czerwca 2005 r., Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/OHIM (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, pkt 32].

32 Ponadto należy wskazać, że z rejestracji jako znak towarowy wyłączone są, po pierwsze, nazwy geograficzne, w wypadku gdy oznaczają one określone obszary geograficzne, które z powodu danej kategorii towarów cieszą się już uznaniem lub są z niej znane i w konsekwencji w zainteresowanych kręgach wykazują z nią związek, oraz po drugie, nazwy geograficzne, które mogą być używane przez przedsiębiorstwa i muszą pozostawać także dla nich dostępne jako oznaczenia pochodzenia geograficznego danej kategorii towarów lub usług [zob. podobnie wyroki: z dnia 15 października 2003 r., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 31 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 15 stycznia 2015 r., MEM/OHIM (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, pkt 48].

33 W tym względzie należy przypomnieć, że prawodawca Unii zastrzegł – w drodze odstępstwa od art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 – możliwość rejestracji oznaczeń mogących służyć do wskazywania pochodzenia geograficznego w charakterze znaków wspólnych zgodnie z art. 66 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia, a także niektórych towarów, gdy spełniają one niezbędne przesłanki jako oznaczenia pochodzenia geograficznego lub chronione nazwy pochodzenia w ramach przepisów rozporządzenia Rady (EWG) nr 2081/92 z dnia 14 lipca 1992 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.U. 1992, L 208, s. 1) (wyrok z dnia 15 października 2003 r., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 32).

34 Należy jednakże wskazać, iż co do zasady art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 nie stoi na przeszkodzie rejestrowaniu nazw geograficznych, które nie są znane w zainteresowanych kręgach lub przynajmniej nie są znane jako oznaczenie obszaru geograficznego, ani nazw, odnośnie do których – ze względu na cechy wskazanego miejsca – nie jest prawdopodobne, aby zainteresowane kręgi mogły uznać, że dana kategoria towarów lub usług pochodzi z tego miejsca (zob. podobnie wyroki: z dnia 15 października 2003 r., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 33 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 15 stycznia 2015 r., MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, pkt 49).

35 Ocena opisowego charakteru oznaczenia może zostać jedynie dokonana, po pierwsze, w odniesieniu do danych towarów lub usług, oraz po drugie, z uwzględnieniem sposobu jego rozumienia przez właściwy krąg odbiorców (wyrok z dnia 15 października 2003 r., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 34).

36 W pierwszej kolejności, jeśli chodzi o właściwy krąg odbiorców, należy potwierdzić definicję wskazaną przez Wielką Izbę Odwoławczą w pkt 36–42 zaskarżonej decyzji. Po pierwsze, sporny znak towarowy jest bowiem słownym oznaczeniem SUEDTIROL, które może zostać zrozumiane przez włoskich odbiorców i przez odbiorców niemieckojęzycznych w Unii. Termin „suedtirol" i niemiecki termin „südtirol", używany w celu identyfikacji regionu Tyrol Południowy, są równoważne, ponieważ pierwszy termin zawiera dyftong zastępujący zwykle literę „ü" niemieckiego alfabetu. Po drugie, niektóre oznaczone spornym znakiem towarowym usługi – a mianowicie usługi zarządzania w działalności gospodarczej, administrowania działalności gospodarczej, prace biurowe, usługi naukowe i technologiczne, usługi w zakresie analizy i badań przemysłowych, projektowanie i opracowywanie sprzętu i oprogramowania komputerowego – są przeznaczone dla przedsiębiorstw prowadzących działalność w jakimkolwiek sektorze gospodarki i będących wyspecjalizowanym konsumentem. W tym względzie należy przypomnieć, że mimo iż można stwierdzić, że usługi te skierowane są także do przedsiębiorców indywidualnych, ci ostatni powinni także być postrzegani jako profesjonaliści, a zatem jako będący częścią wyspecjalizowanych odbiorców. Co się tyczy usług prawnych (klasa 42) oraz pakowania i składowania towarów (klasa 39), usługi te są przeznaczone dla przeciętnego konsumenta i dla wyspecjalizowanego konsumenta. Największa część właściwego kręgu odbiorców składa się zatem z bardziej uważnych odbiorców.

37 W tym względzie Sąd orzekł już, że aby oznaczenie zostało objęte określonym w art. 7 ust. 1 lit. b) lub c) rozporządzenia nr 207/2009 zakazem, wystarcza, że podstawa odmowy rejestracji istnieje w stosunku do części docelowego kręgu odbiorców i że w tym względzie nie jest niezbędne rozpatrywanie, czy pozostali należący do właściwego kręgu odbiorców konsumenci także znają wspomniane oznaczenie [zob. wyrok z dnia 25 listopada 2015 r., bd breyton-design/OHIM (RACE GTP), T-520/14, niepublikowany, EU:T:2015:884, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo].

38 Słusznie zatem Wielka Izba Odwoławcza przyjęła, że podlegający uwzględnieniu właściwy krąg odbiorców składa się z wykazujących raczej wysoki poziom uwagi włoskich i unijnych odbiorców niemieckojęzycznych oraz z włoskojęzycznych odbiorców we Włoszech.

39 W drugiej kolejności, w świetle wskazanych w pkt 26–35 powyżej rozważań, aby dokonać oceny opisowego charakteru spornego znaku towarowego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, należy określić, po pierwsze, czy tworzące zgłoszony znak towarowy określenie geograficzne jest rozumiane jako takie i znane przez właściwy krąg odbiorców, oraz po drugie, czy to określenie geograficzne wykazuje aktualnie w mniemaniu właściwego kręgu odbiorców związek ze wskazanymi w zgłoszeniu usługami lub czy taki związek można będzie racjonalnie ustalić w przyszłości.

40 Po pierwsze zaś, jak w pkt 15–19, 43 i 44 zaskarżonej decyzji słusznie wskazuje Wielka Izba Odwoławcza, termin „Suedtirol", równoważny niemieckiemu wyrazowi „Südtirol", jest postrzegany przez właściwy krąg odbiorców jako oznaczenie geograficzne odnoszące się do regionu Tyrol Południowy – regionu znanego od dawna przed dokonaniem zgłoszenia spornego znaku towarowego ze względu na jego historię, położenie geograficzne, autonomię, szczególny system językowy i znaczenie gospodarcze. Podobnie jak Wielka Izba Odwoławcza, Sąd jest zdania, że powyższe okoliczności stanowią fakt powszechnie znany, to znaczy fakt, który wszyscy mogą znać lub o którym można się dowiedzieć z powszechnie dostępnych źródeł [wyrok z dnia 22 czerwca 2004 r., Ruiz-Picasso i in./OHIM – DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, EU:T:2004:189, pkt 29], występujący na długo przed dokonaniem wspomnianego zgłoszenia.

41 Po drugie, co się tyczy przesłanki związanej z istnieniem związku między nazwą geograficzną a objętymi zgłoszeniem usługami, należy wskazać, że także słusznie Wielka Izba Odwoławcza podkreśliła – w szczególności w pkt 19 zaskarżonej decyzji – w istocie, iż region Tyrol Południowy jest od dawna ogólnie postrzegany jako prosperujący region o dynamicznej gospodarce, jak wskazano w pkt 40 powyżej. Sąd jest zdania, że okoliczność, iż region Tyrol Południowy jest ekonomicznie prosperującym regionem o dynamicznej gospodarce, także jest powszechnie znana. Co więcej, jest także bezsporne, jak w pkt 50 zaskarżonej decyzji słusznie wskazuje Wielka Izba Odwoławcza, że usługi – takie jak usługi oznaczone spornym znakiem towarowym – są co do zasady oferowane w każdym regionie mającym określone znaczenie gospodarcze. Ponadto w ramach niniejszej skargi oceny tej nie podają w wątpliwość ogólne zastrzeżenia skarżącej, zresztą niewykazane.

42 Co więcej, jest prawdą, że właściwy krąg odbiorców może postrzegać sporny znak towarowy jako odniesienie do szczególnej cechy wspomnianych usług, na przykład jako odniesienie do faktu, że usługi te są dostosowane do specyficznych wymogów przedsiębiorstw prowadzących działalność w tym regionie, cechującym się szczególnym kontekstem politycznym, administracyjnym i językowym (pkt 51 zaskarżonej decyzji). A zatem używanie takiego oznaczenia pochodzenia geograficznego może wprowadzać w zainteresowanych kręgach pozytywną ideę lub pozytywny obraz szczególnej cechy tych usług, w rozumieniu orzecznictwa [zob. podobnie wyrok z dnia 15 grudnia 2011 r., Mövenpick/OHIM (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, niepublikowany, EU:T:2011:753, pkt 44, 45], i może wzbudzać pozytywne odczucia w rozumieniu orzecznictwa przywołanego w pkt 30 powyżej, gdy wspomniane oznaczenie jest używane w powiązaniu z wprowadzaniem do obrotu usług oznaczonych spornym znakiem towarowym.

43 Z powyższego wynika, że sporny znak towarowy będzie rozumiany przez właściwy krąg odbiorców nie tylko jako odniesienie do regionu geograficznego, który wzbudza pozytywne odczucia, lecz także – mając na względzie dobrobyt i dynamiczny rozwój gospodarki wspomnianego regionu – jako wskazanie tego, że oznaczone nim usługi pochodzą z tego regionu. Ponadto należy dodać, że interwenient wykazał przed Wielką Izbą Odwoławczą, iż liczne mające siedzibę w tym regionie przedsiębiorstwa faktycznie oferują usługi tego samego rodzaju co usługi oznaczone spornym znakiem towarowym (pkt 55 zaskarżonej decyzji), oraz że skarżącej nie udało się podważyć tej oceny. W konsekwencji gdy takie usługi są oferowane w obrocie pod spornym znakiem towarowym, właściwy krąg odbiorców postrzega ten znak towarowy jako wskazanie ich pochodzenia.

44 Co więcej, w zakresie, w jakim skarżąca podnosi w istocie, że nazwa geograficzna nie opisuje cech rozpatrywanych usług, wystarczy przypomnieć, iż art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 ma na celu zapobieżenie temu, aby podmiot gospodarczy zmonopolizował oznaczenie pochodzenia geograficznego z uszczerbkiem dla swoich konkurentów. O ile jest prawdą, że Wielka Izba Odwoławcza – zanim odmówi rejestracji danego znaku zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 – jest co do zasady zobowiązana do rozpatrzenia istotności oznaczenia pochodzenia geograficznego dla tych relacji konkurencyjnych poprzez zbadanie związku między tym pochodzeniem a towarami i usługami, dla których zgłoszono znak towarowy, o tyle natężenie tego obowiązku może zmieniać się w zależności od kilku czynników, takich jak zakres, renoma lub charakter danego oznaczenia pochodzenia geograficznego. Prawdopodobieństwo, że oznaczenie pochodzenia geograficznego będzie wpływać na relacje konkurencyjne, jest bowiem wysokie, gdy chodzi o duży region znany z jakości szerokiej gamy towarów i usług, a jest ono niskie, gdy chodzi o określone miejsce, którego reputacja ogranicza się do wąskiej liczby towarów lub usług (zob. podobnie wyrok z dnia 15 grudnia 2011 r., PASSIONATELY SWISS, T-377/09, niepublikowany, EU:T:2011:753, pkt 41).

45 W niniejszym wypadku jest bezsporne, że prawdopodobieństwo to należy uznać za wysokie, mając na względzie pozytywne odczucia, które może wzbudzić odniesienie do Tyrolu Południowego przy wprowadzaniu do obrotu rozpatrywanych usług. Ciążący na EUIPO obowiązek rozpatrzenia związku między pochodzeniem a usługami oznaczonymi spornym znakiem towarowym należy w konsekwencji uznać za mniej intensywny.

46 W tym względzie należy podkreślić, że z orzecznictwa wynika, iż w okolicznościach takich jak rozpatrywane w niniejszej sprawie, w której oznaczenie pochodzenia geograficznego jest już znane lub cieszy się renomą, EUIPO może raczej ograniczyć się do stwierdzenia istnienia takiego związku niż prowadzić konkretne badanie istnienia tego związku (zob. podobnie wyrok z dnia 15 grudnia 2011 r., PASSIONATELY SWISS, T-377/09, niepublikowany, EU:T:2011:753, pkt 43).

47 W każdym wypadku należy wskazać, że w pkt 51–56 zaskarżonej decyzji Wielka Izba Odwoławcza dokonała konkretnego badania związku mogącego istnieć między oznaczeniem pochodzenia geograficznego a każdą z kategorii usług oznaczonych spornym znakiem towarowym i że badanie to nie jest błędne.

48 Ponadto, jak w pkt 49 zaskarżonej decyzji słusznie wskazała Wielka Izba Odwoławcza, usługi oznaczone spornym znakiem towarowym nie wykazują żadnej szczególnej cechy, która mogłaby spowodować, że właściwy krąg odbiorców nie skojarzy oznaczenia geograficznego z pochodzeniem geograficznym wspomnianych usług. W konsekwencji, stosując orzecznictwo przywołane w pkt 34 powyżej, należy stwierdzić, że art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 stoi na przeszkodzie zarejestrowaniu rozpatrywanego oznaczenia geograficznego – znanego w zainteresowanych kręgach jako określenie regionu geograficznego – w zakresie, w jakim jest prawdopodobne, iż zainteresowane kręgi będą postrzegać rozpatrywane usługi jako pochodzące z tego regionu (zob. pkt 57 zaskarżonej decyzji).

49 W świetle wszystkich powyższych rozważań należy stwierdzić, że sporny znak towarowy został zarejestrowany z naruszeniem art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009.

50 Wniosku tego nie podważają różne przedstawione przez skarżącą argumenty.

51 W pierwszej kolejności skarżąca kwestionuje istotność uwzględnienia miejsca świadczenia usług lub siedziby przedsiębiorstwa jako kryterium pochodzenia. W tym względzie wystarczy wskazać, że w odniesieniu do kategorii usług oznaczonych spornym znakiem towarowym wskazanie miejsca jest zwykle używane i rozumiane jako odniesienie do siedziby przedsiębiorstwa świadczącego dane usługi i w konsekwencji do miejsca, z którego te usługi są co do zasady świadczone. Pozostałe ewentualne znaczenia tego oznaczenia geograficznego nie są istotne, ponieważ zgodnie z orzecznictwem wystarczy, że dane oznaczenie wskazuje – przynajmniej w ramach jednego ze swych potencjalnych znaczeń – cechę danych towarów lub usług (zob. analogicznie wyrok z dnia 7 czerwca 2005 r., MunichFinancialServices, T-316/03, EU:T:2005:201, pkt 33).

52 W drugiej kolejności skarżąca twierdzi, że art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 wystarcza, aby zachować dostępność w szczególności oznaczeń pochodzenia geograficznego w obrocie, ponieważ stoi on na przeszkodzie temu, aby właściciel znaku towarowego zakazał osobom trzecim używania wspomnianych wskazówek w ich nazwie lub firmie lub dla celów informacji handlowej.

53 Artykuł 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 stanowi, że „[unijny] znak towarowy nie uprawnia właściciela do zakazania stronie trzeciej używania w obrocie […] oznaczeń dotyczących rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego, czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub też innych właściwości towarów lub usług”.

54 Wprawdzie przepis ten ma na celu – w ramach jego powiązania z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, zwłaszcza w odniesieniu do znaków towarowych, które nie są objęte tym przepisem, ponieważ nie są wyłącznie opisowe – umożliwienie w szczególności, aby używanie wskazówki odnoszącej się do pochodzenia geograficznego, która stanowi ponadto element złożonego znaku towarowego, nie podlegało zakazowi, który mógłby ustanowić właściciel takiego znaku towarowego zgodnie z art. 9 wspomnianego rozporządzenia, jeżeli taka wskazówka jest używana zgodnie z uczciwymi praktykami w handlu i przemyśle (zob. wyrok z dnia 15 października 2003 r., OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 55 i przytoczone tam orzecznictwo).

55 Jednakże należy wskazać, że w okolicznościach analogicznych do tych zaistniałych w niniejszej sprawie Trybunał wyraźnie orzekł, iż zasada orzecznicza – przywołana w pkt 30 powyżej i odnosząca się do interesu ogólnego leżącego u podstaw art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, wykazanego także przez możliwość wskazaną w art. 66 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia, zgodnie z którą to zasadą, w drodze odstępstwa od wspomnianego art. 7 ust. 1 lit. c), oznaczenia lub wskazówki mogące służyć do określania pochodzenia geograficznego towarów mogą być znakami wspólnymi – nie stoi w sprzeczności z art. 12 lit. b) wspomnianego rozporządzenia, który nie wpływa również w sposób rozstrzygający na wykładnię rzeczonego art. 7 ust. 1 lit. c). Artykuł 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, który ma w szczególności na celu uregulowanie problemów pojawiających się, gdy został zarejestrowany znak towarowy złożony w całości lub w części z nazwy geograficznej, nie przyznaje bowiem osobom trzecim prawa używania takiej nazwy jako znaku towarowego, lecz ogranicza się do zapewnienia, że będą one mogły używać tej nazwy w sposób opisowy, a mianowicie jako wskazówki dotyczącej pochodzenia geograficznego, pod warunkiem że to używanie jest dokonywane zgodnie z uczciwymi praktykami w handlu i przemyśle (zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 26–28).

56 Z powyższego wynika, że interes w zachowaniu dostępności oznaczeń pochodzenia geograficznego – wbrew temu, co twierdzi skarżąca – nie jest wystarczająco chroniony brzmieniem art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009. Argument skarżącej należy zatem oddalić.

57 W świetle wszystkich powyższych rozważań zarzut drugi należy oddalić.

58 Z powyższego wynika, że skargę należy oddalić w całości.

W przedmiocie kosztów

59 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę.

60 Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy – zgodnie z żądaniem EUIPO i interwenienta – obciążyć ją kosztami postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (czwarta izba)

orzeka, co następuje:

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Internet Consulting GmbH zostaje obciążona kosztami postępowania.

Prek Labucka Kreuschitz

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 20 lipca 2016 r.

Podpisy