Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (седми състав)

16 юли 2025 година*

„Марка на Европейския съюз — Производство за обявяване на недействителност — Фигуративна марка на Европейския съюз „Iceland“ — Абсолютно основание за недействителност — Описателен характер — Член 7, параграф 1, буква в) от Регламент (ЕО) № 207/2009 (понастоящем член 7, параграф 1, буква в) от Регламент (ЕС) 2017/1001)“

По дело T-106/23

Iceland Foods Ltd, установено в Диисайд (Обединено кралство), представлявано от G. Vos, avocat

жалбоподател,

подпомагано от

International Trademark Association (INTA), установена в Ню Йорк (Съединени щати), представлявана от N. Parrotta, M. Perraki и A. Lubberger, avocats,

встъпила страна,

срещу

Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), за която с явява V. Ruzek, в качеството на представител,

ответник,

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

Icelandic Trademark Holding ehf, установено в Рейкявик (Исландия), представлявано от A. von Mühlendahl и H. Hartwig, avocats,

ОБЩИЯТ СЪД (седми състав),

състоящ се от: K. Kowalik-Bańczyk, председател, E. Buttigieg и I. Dimitrakopoulos (докладчик), съдии,

секретар: Г. Митрев, администратор,

* Език на производството: английски.

предвид изложеното в писмената фаза на производството,

предвид изложеното в съдебното заседание от 16 октомври 2024 г.,

постанови настоящото

Решение

1 С жалбата си на основание член 263 ДФЕС жалбоподателят Iceland Foods Ltd иска отмяна на решението на големия апелативен състав на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) от 15 декември 2022 г. (преписка R 1613/2019-G) (наричано по-нататък „обжалваното решение“).

Обстоятелствата по спора

2 На 23 януари 2018 г. Icelandic Trademark Holding ehf подава искане пред EUIPO за обявяване на недействителността на марката на Европейския съюз, регистрирана по заявка на жалбоподателя от 12 февруари 2013 г. за изобразения по-долу фигуративен знак:



3 Стоките и услугите, обхванати от спорната марка, за които се иска обявяване на недействителността, спадат към класове 29, 30 и 35 по смисъла на Ницката спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 г., ревизирана и допълнена, и съответстват за всеки от тези класове на следното описание:

– клас 29: „Месо, птици и дивеч; месни, плодови и зеленчукови екстракти; консервирани, сушени и варени плодове и зеленчуци; плодови и/или зеленчукови екстракти; местни продукти; колбаси; желета, конфитюри; компоти, консервирани плодове, консервирани зеленчуци; десерти, включени в клас 29; яйца, мляко; млечни продукти; кисело мляко; хранителни масла и мазнини; орехи и масло с орехи; туршия, тофу; пастети; супи; каши от черупкови плодове; замразени храни, включени в клас 29; чипс и картофени продукти (за хранене); готови ястия и техните съставки; закуски; нито един от горепосочените продукти не е изцяло или предимно на основата на риба“,

– клас 30: „Кафе, чай, какао, захар, ориз, тапиока, саго, кускус, заместители на кафе, есенции на кафе, екстракти от кафе, смеси от кафе и цикория; шоколад; шоколадови продукти; брашна и произведения от зърнени храни и/или от ориз и/или от брашно; хляб, бисквити, сладкиши, сладкарски изделия и захарни изделия, сладолед; мед, меласа, сиропи; мая, бакпулвер; сол, горчица; оцети, черен пипер, сосове, кетчуп, сосове за салати; подправки; подправки на плодова основа; лед; сладолед, сорбе, замразени десерти; продукти за приготвянето на сладолед и/или сорбе и/или замразени десерти; зърнени закуски; пици, макарони и макаронени изделия; яйчен крем на прах; мусове;

пудинги; пирожки с пълнеж от месо; майонеза; продукти за да може месото да се направи по-крехко при домашни условия; пчелно млечице за консумация от човека [не за медицински цели]; натурални подсладители; готови ястия и техните съставки, закуски, всички включени в клас 30; замразени храни, включени в клас 30; билки“,

– клас 35: „Услуги за продажба на дребно, услуги в магазини за търговия на дребно, услуги за продажба на дребно по пощата, електронни или онлайн услуги за продажба на дребно, услуги в супермаркети и хипермаркети, свързани с продажбата на месо, птици, дивеч, плодови и зеленчукови екстракти, консервирани, сушени и варени плодове и зеленчуци, плодови и/или зеленчукови екстракти, месни продукти, колбаси, желета, конфитюри, консервирани плодове, консервирани зеленчуци, компоти, десерти, яйца, мляко, млечни продукти, кисело мляко, хранителни протеини, получени от соя, хранителни масла и мазнини, орехи и масло от орехи, туршии, билки, тофу, пастети, супи, пастет от орехи, дълбоко замразени храни, чипс и картофени продукти (за храна), готови ястия и техните съставки, закуски, кафе, чай, какао, захар, ориз, тапиока, саго, кускус, заместители на кафе, есенции на кафе, екстракти от кафе, смеси от кафе и цикория, шоколад, шоколадови продукти, брашно и произведения от зърнени култури и/или ориз и/или брашно, хляб, бисквити, бисквитки, сладкиши, сладкарски изделия, захарни изделия, сладоледи, мед, меласа, сироп, мая, бакпулвер, сол, горчица, оцет, пипер, сосове, кетчуп, сосове за салати, подправки, чътни, лед, сладолед, сорбе, замразени десерти, препарати за приготвяне на сладолед и/или сорбе и/или на замразени десерти, зърнени култури за закуска, пица, макаронени изделия и продукти от макаронени изделия, яйчен крем на прах, мусове, пудинги, пастети от месо, препарати, които правят месото крехко за домашна употреба, пчелно млечице за консумация от човека (различна от медицинска употреба), натурални подсладители; рекламни услуги; маркетингови и промоционални услуги; организиране, експлоатация и надзор на програми за лоялност на клиентите и на програми за стимулиране на продажбите и промоционални програми; услуги за предоставяне на информация, съвети и консултации във всички посочени по-горе области“.

4 Основанията за недействителност, изтъкнати в подкрепа на искането за обявяване на недействителност, по същество са посочените в член 52, параграф 1, буква а) от Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1), с неговите изменения, във връзка с член 7, параграф 1, букви б), в) и ж) от посочения регламент (понастоящем съответно член 59, параграф 1, буква а) и член 7, параграф 1, букви б), в) и ж) от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 154, 2017 г., стр. 1).

5 На 27 май 2019 г. отделът по отмяна уважава искането за обявяване на недействителност за всички стоки и услуги, посочени в точка 3 по-горе.

6 На 24 юли 2019 г. жалбоподателят подава жалба пред EUIPO срещу решението на отдела по отмяна.

7 В производството пред големия апелативен състав Icelandic Trademark Holding изтъква основание за недействителност, което е допълнително спрямо представените пред отдела по отмяна и се основава по същество на прилагането на разпоредбите на член 52, параграф 1, буква а) във връзка с член 7, параграф 1, буква е) от Регламент № 207/2009 (понастоящем член 7, параграф 1, буква е) от Регламент 2017/1001).

8 С обжалваното решение големият апелативен състав отхвърля подадената пред него жалба. По същество, на първо място, той приема, че искането за обявяване на недействителност на спорната марка, основано на член 7, параграф 1, буква е) от Регламент № 207/2009, е недопустимо поради несвоевременното му подаване на етапа на обжалването.

9 На второ място, от една страна, големият апелативен състав приема, че спорната марка се възприема от съответните потребители, а именно от широкия кръг англоезични потребители в Европейския съюз, като указание, че обозначените с нея стоки и услуги произхождат от Исландия. Големият апелативен състав добавя, че това възприятие не се променя от фигуративните елементи на спорната марка поради декоративния им характер. Поради това той приема, че посочената марка е била регистрирана в противоречие с член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009.

10 От друга страна, големият апелативен състав припомня по същество, че е достатъчно да се приложи едно от абсолютните основания за отказ, за да не може разглежданият знак да бъде регистриран като марка на Европейския съюз. При всички положения, ако посочената марка трябва да се разглежда в светлината на разпоредбите на член 7, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009, тя трябвало да се счита за лишена от отличителен характер.

Искания на страните

11 Жалбоподателят моли Общия съд:

– да отмени обжалваното решение,

– да върне делото на отдела по отмяна с оглед на продължаване на производството,

– да осъди EUIPO да плати съдебните разноски по настоящото производство, а Icelandic Trademark Holding да плати разноските, направени в производствата пред отдела по отмяна и пред големия апелативен състав.

12 EUIPO моли Общия съд:

– да отхвърли жалбата,

– да осъди жалбоподателя да плати съдебните разноски, в случай че се насрочи съдебно заседание.

13 Icelandic Trademark Holding моли Общия съд:

– да отхвърли жалбата,

– да осъди жалбоподателя да плати съдебните разноски.

14 International Trademark Association (INTA) моли Общия съд:

– да отмени обжалваното решение,

– да реши тя да понесе направените от нея съдебни разноски.

От правна страна

15 Жалбоподателят изтъква по същество две основания, а именно, от една страна, нарушение на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, и от друга страна, нарушение на член 7, параграф 1, буква б) от посочения регламент.

По първото основание: нарушение на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009

16 Големият апелативен състав приема по същество, че в очите на съответните потребители спорната марка е описателна за географския произход на стоките и услугите, за които се отнася, или за техните характерни особености, по-специално предвид доста широкото познаване на географското наименование „Исландия“ и на характеристиките на тази държава, що се отнася до природата, екологията, възобновяемите енергийни източници, икономическия просперитет, квалифицираната работна ръка, както и характеристиките, свързани с нейната промишленост и с действителния износ. Тези обстоятелства позволявали да се заключи, че за съответните потребители Исландия е държава, която е в състояние да произвежда множество различни видове стоки и да предоставя широка гама от услуги. Така според големия апелативен състав съответните потребители щели да направят връзка между разглежданите стоки и услуги и спорната марка като указваща техния географски произход или някои от характеристиките им, свързани конкретно с този географски произход.

17 Жалбоподателят и INTA поддържат, че големият апелативен състав е нарушил член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009. Те оспорват преценката на големия апелативен състав и съответно извода относно описателния характер на спорната марка за всички разглеждани стоки и услуги.

18 По-конкретно жалбоподателят счита, че въпреки липсата на законодателство на равнището на Съюза, което да забранява наименования на държави да се регистрират като марки, големият апелативен състав все пак на практика е наложил такава забрана в обжалваното решение. В това отношение според жалбоподателя той се основал на критерии, които не са определящи, като например познаването на географското наименование „Iceland“ от съответните потребители, или на неточни и непотвърдени характеристики на това място, които при всички положения са ирелевантни. Освен това големият апелативен състав не взел предвид някои проучвания, представени от жалбоподателя. Накрая, жалбоподателят упреква големия апелативен състав, че неправилно е приел, че фигуративните елементи на спорната марка служат единствено за подчертаване на словния елемент. Дори словната марка „Iceland“ да трябва да се счита за описателна по смисъла на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, което жалбоподателят оспорва, фигуративните елементи на отличителния шрифт в съчетание с червения и жълтия фон на спорната марка обаче изключвали възможността тя да се счита за описателна.

19 EUIPO и Icelandic Trademark Holding оспорват доводите на жалбоподателя и на INTA.

20 В това отношение от съдебната практика следва, че по силата на член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 207/2009 марката 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 на правата върху марка, когато тази марка е била регистрирана в несъответствие с разпоредбите на член 7 от същия регламент.

21 Съгласно член 7, параграф 1, буква в) от Регламент 207/2009 се отказва регистрацията 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. По силата на член 7, параграф 2 от Регламент № 207/2009 (понастоящем член 7, параграф 2 от Регламент 2017/1001) член 7, параграф 1 от същия регламент се прилага, независимо че мотивите за отказ съществуват само в една част на Съюза.

22 Счита се, че тези знаци или означения не могат да изпълняват основната функция на марката, а именно да установяват търговския произход на стоката или услугата (решения от 23 октомври 2003 г., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, т. 30, и от 27 февруари 2002 г., Eurocool Logistik/OHIM (EUROCOOL), T-34/00, EU:T:2002:41, т. 37).

23 За да попадне в приложното поле на забраната по член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, даден знак трябва да има достатъчно пряка и конкретна връзка със съответните стоки или услуги, която да дава възможност на съответните потребители да получат незабавно и без други разсъждения описание на тези стоки или услуги или на някоя от техните характерни особености (вж. решения от 12 януари 2005 г., Deutsche Post EURO EXPRESS/OHIM (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, т. 25 и цитираната съдебна практика, и от 22 юни 2005 г., Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, т. 25 и цитираната съдебна практика).

24 Освен това, макар да е без значение дали такава характерна особеност е основна, или второстепенна от търговска гледна точка, характерна особеност по смисъла на член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 трябва все пак да бъде обективна и присъща на естеството на стоката или на услугата, както и присъща и постоянна за тази стока или услуга (вж. решение от 7 май 2019 г., Fissler/EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, т. 44 и цитираната съдебна практика).

25 Що се отнася по-специално до знаците или означенията, които могат да указват произхода или географското предназначение на категории стоки или мястото на предоставяне на категории услуги, за които е заявена марка на Европейския съюз, особено що се отнася до географските имена, е налице общ интерес да се запази възможността за тяхното свободно ползване, по-специално поради това, че могат не само евентуално да сочат качеството и другите свойства на съответните категории стоки, но и да влияят по различен начин на предпочитанията на потребителите, например като свържат стоките или услугите с дадено място, което може да предизвика положителни емоции (решение от 6 септември 2018 г., Bundesverband Souvenir — Geschenke — Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, т. 37; по аналогия вж. също решение от 4 май 1999 г., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 26).

26 В това отношение следва да се припомни, 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 произход на съответната категория стоки или услуги (вж. по аналогия решение от 4 май 1999 г., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 29, 30 и 37).

27 При това положение регистрацията на даден знак като марка може да се откаже на основание член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 само ако към момента на подаване на заявката заинтересованите среди свързват географското наименование, за което е поискана регистрация като марка, със съответната категория стоки и услуги или ако има основания да се смята, че в бъдеще биха могли да го свържат с нея (решение от 6 септември 2018 г., Bundesverband Souvenir — Geschenke — Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, т. 38; по аналогия вж. също решение от 4 май 1999 г., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 31).

28 Дори обаче съответните потребители да познават дадено географско място, от това не следва автоматично, че знакът може да служи като указание за географски произход в търговията. За да се провери дали са изпълнени условията за прилагане на разглежданото основание за отказ на регистрация, трябва да се вземат предвид всички релевантни обстоятелства, като естеството на обозначените стоки или услуги, по-силно или по-слабо изразената добра репутация на съответното географско място, по-специално в разглеждания икономически сектор, и познаването на това място в по-голяма или по-малка степен от съответните потребители, навиците в съответния сектор на дейност и въпросът в каква степен географският произход на разглежданите стоки или услуги може да бъде релевантен за заинтересованите среди при преценката на качеството или на други характерни особености на съответните стоки или услуги (вж. в този смисъл решение от 25 октомври 2005 г., Peek-Cloppenburg/СХВП (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, т. 49).

29 Освен това в рамките на производство за обявяване на недействителност поради абсолютно основание за отказ, тъй като се презумира, че регистрираната марка на Европейския съюз е валидна, лицето, направило искане за обявяване на недействителност, трябва да посочи на EUIPO конкретните обстоятелства, които биха могли да поставят под въпрос нейната валидност (решение от 13 септември 2013 г., Fürstlich Castell'sches Domänenamt/СХВП — Castel Frères (CASTEL), T-320/10, EU:T:2013:424, т. 28).

30 В случая, на първо място, следва да се отбележи, че жалбоподателят не оспорва определението на съответните потребители, възприето от големия апелативен състав в точки 89—93 от обжалваното решение, съгласно което към датата на подаване на заявката за регистрация на спорната марка на 12 февруари 2013 г. съответните потребители са широкият широкия кръг англоезични потребители в Европейския съюз, намиращи се на територията на Кипър, Финландия, Ирландия, Малта, Нидерландия, скандинавските държави, включително Дания, и Обединеното кралство.

31 На второ място, в обжалваното решение големият апелативен състав приема по същество, че думата „Iceland“ е позната на значителна част от съответните потребители като име на държава, която е част по-специално от Европейското икономическо пространство (ЕИП).

32 В това отношение, от една страна, следва да се отбележи, че спорната марка обозначава наименованието на страна, която от географска гледна точка се намира в Европа, с относително слабо населена територия, а също така и с по-голяма площ от тази на някои държави — членки на Съюза и на ЕИП.

33 От друга страна, следва да се констатира, противно на твърденията на жалбоподателя, че големият апелативен състав не е възприел познаването на Исландия като определящ критерий при преценката на описателния характер на спорната марка. Всъщност в точка 121 от обжалваното решение той ясно посочва, че за да се прецени описателният характер на тази марка, е необходимо да се вземат предвид и други релевантни фактори, като например познаването на характеристиките на мястото, обозначено с това географско наименование, и връзката между категориите стоки и услуги и спорната марка.

34 На трето място, в обжалваното решение големият апелативен състав възприема различни характеристики на Исландия, които според него позволяват да се заключи, че тя е държава, която е в състояние да произвежда множество различни видове стоки и да предоставя широка гама от услуги.

35 В това отношение, от една страна, следва да се припомни, че жалбоподателят оспорва общоизвестния характер на факта, че Исландия е една от най-щадящите околната среда държави в света, преценката на големия апелативен състав относно важните търговски отношения на Исландия с държавите — членки на Съюза, и както и квалифицирането на исландската туристическа индустрия като „процъфтяваща“. Големият апелативен състав приел неправилно, че най-честата дестинация за износ на стоки от Исландия е Дания, а не Нидерландия, и също така допуснал фактическа грешка, като приел, че Исландия предоставя сравнително широка гама от стоки и услуги.

36 Налага се обаче изводът, че жалбоподателят не изтъква никакъв конкретен довод или доказателство, за да постави под въпрос истинността на преценките на големия апелативен състав. Ето защо следва да се приеме, че преценката на тези характеристики, свързани с Исландия, не може да бъде поставена под въпрос от общите и неподкрепени с доказателства доводи на жалбоподателя. Освен това, първо, анализът на доказателствата, на които се основава големият апелативен състав в обжалваното решение, позволява да се потвърди, че те установяват надлежно, че Исландия е държава, щадяща околната среда, което освен това допринася за превръщането ѝ в популярна туристическа дестинация (вж. т. 108, 109, 125, 126 и 146 от обжалваното решение, отнасящи се до съгласуваните данни от Collins Dictionary и Encyclopedia Britannica, както и по-специално до проучването на Íslandsstofa (Promote Iceland), проведено през 2015 г. в Дания, Франция, Германия и Обединеното кралство, относно възприемането на Исландия от туристите, или още данните, произтичащи от документа Tourism in Iceland in Figures, May 2016 (Туризмът в Исландия в графичен вид, май 2016 г.). Второ, от посочените доказателства е видно, че Исландия е предлагала широка гама от стоки и услуги, като същевременно е поддържала във връзка с тях важни търговски отношения с държавите от ЕИП (вж. по-специално т. 127 от обжалваното решение, позоваваща се на Статистическия доклад на Исландия от 2015 г., както и на изявлението на председателя на отдел „Външна търговия“ на Статистическата служба на Исландия от 27 януари 2016 г. относно износа от Исландия за Съюза през периода 1999—2014 г.). Освен това посочените доказателства сочат, че тези търговски отношения са останали стабилни и дори леко са се засилили след датата на подаване на заявката за регистрация на спорната марка на 12 февруари 2013 г.

37 От друга страна, що се отнася до възраженията на жалбоподателя и на INTA относно релевантността на характеристиките на Исландия, взети предвид в обжалваното решение при преценката на връзката между тази държава и стоките и услугите, обозначени със спорната марка, от припомнената в точки 26 и 27 по-горе съдебна практика следва, че марките имат описателен характер, когато обозначават определени географски места, които вече са известни или познати за съответната категория стоки и услуги, но също и тези, за които основателно може да се предположи, че в бъдеще ще бъдат използвани от предприятията като указание за географски произход на съответната категория стоки или услуги.

38 От гореизложеното следва, че жалбоподателят неправилно твърди, че в случая е необходимо да се прецени „добрата репутация“, с която се ползва Исландия сред съответните потребители или от която тя може да се ползва в бъдеще във връзка със стоките и услугите, обозначени със спорната марка. Всъщност, както следва от припомнената в точка 28 по-горе съдебна практика, следва да се вземе предвид съвкупност от обстоятелства, които са били налице към 12 февруари 2013 г., а също и бъдещата перспектива, като тези обстоятелства не се ограничават само до въпроса за добрата репутация. Освен това различните характеристики на Исландия, взети предвид от големия апелативен състав, са важни, за да се определи в каква степен географският произход на разглежданите стоки или услуги може да бъде релевантен за заинтересованите среди при преценката на качеството или на други характерни особености на съответните стоки или услуги.

39 По същите причини жалбоподателят няма основание да упреква големия апелативен състав, че е взел предвид икономическия просперитет, включващ преценката на брутния вътрешен продукт (БВП), квалифицираната работна ръка или наличието на различни промишлени отрасли, тъй като тези критерии са можели да позволят да се определи дали Исландия може да стане известна или да се счита за място на географски произход за разглежданите стоки и услуги. От цялостния прочит на обжалваното решение, и по-специално на точки 146, 147 и 176 от него, е видно, че големият апелативен състав е признал релевантността на исландската икономика (както с оглед на количествени аспекти като БВП, така и с оглед на качествени аспекти), за да обоснове извода си относно способността на тази държава да произвежда и предоставя широка гама от стоки и услуги и относно описателния характер на спорната марка във възприятието на съответните потребители. В това отношение следва също да се отбележи, че съгласно съдебната практика БВП е релевантен при определянето на характеристиките на географско място, обозначено със заявения за регистрация знак, и следователно при преценката на връзката, която съществува между стоките и услугите, за които се отнася посоченият знак, и обозначеното с този знак географско наименование (вж. в този смисъл решение от 23 февруари 2022 г., Govern d’Andorra/EUIPO (Андора), T-806/19, непубликувано, EU:T:2022:87, т. 65). Освен това в настоящия случай от точки 118, 127 и 144 от обжалваното решение е видно, че големият апелативен състав е взел предвид икономическите показатели в тяхната цялост в съчетание със статистическите данни относно износа и вноса на Исландия.

40 С оглед на гореизложеното следва да се разгледа конкретно въпросът дали към момента на подаване на заявката за регистрация спорната марка обозначава място, което за заинтересованите среди има връзка със съответните категории стоки и услуги, или е разумно да се приеме, че такава връзка може да бъде установена в бъдеще.

По стоките от класове 29 и 30, обозначени със спорната марка

41 Първо, големият апелативен състав приема, че указването на географския произход на храните и селскостопанските продукти по същество представлява не само обичайна търговска практика, но и, що се отнася до някои стоки — задължение за осигуряване на високо равнище на защита на здравето на потребителите и за гарантиране на правото им на информация. Следователно потребителите, които срещнат името на дадена държава, фигуриращо върху тези стоки, е по-вероятно да го възприемат като място на произход и в описателен смисъл, дори ако въпросната държава няма добра репутация във връзка с конкретна стока или не е известна във връзка с нея.

42 Второ, големият апелативен състав приема, че макар Исландия да може да се асоциира главно с риба, морски дарове, месо и млечни продукти, тя произвежда други хранителни продукти като плодове, зеленчуци и билки. Освен това оранжериите, които се загряват с геотермална енергия, биха могли да позволят разумно да се очаква доста разнообразен капацитет за производство на храни. Като се има предвид обстоятелството, че се отглеждат домашни птици и че яйца и зърнени култури често се произвеждат, опаковат и предлагат на пазара в Европа, потребителите считат, че тези стоки може да идват от Исландия. Такъв бил случаят и по отношение на хранителните масла и мазнини, и по-специално на рапичното масло, което можело да се отглежда при по-студен климат.

43 Трето, големият апелативен състав решава, че макар поради самото си естество някои стоки от клас 30 да не се отглеждат в Исландия, като какао, кафе, чай, ориз, саго и тапиока, те все пак могат да бъдат преработени и адаптирани към местните вкусове.

44 Жалбоподателят поддържа по същество, че при преценката на връзката между стоките от класове 29 и 30 и разглежданото географско наименование големият апелативен състав неправилно се съсредоточил върху факта, че в известна степен Исландия произвежда хранителни стоки, въпреки че те представляват само минимална част от изнасяните от тази държава стоки. Освен това по отношение на някои „екзотични“ стоки преценките на големия апелативен състав били чисто теоретични и ирелевантни. Също така жалбоподателят поддържа, че правното задължение за указване на държавата на произход върху дадена стока не оказва никакво влияние върху използването на името на тази държава като марка.

45 В това отношение, на първо място, следва да се отбележи, че стоките от класове 29 и 30, обозначени със спорната марка, включват храни от растителен и животински произход и течности за консумация от човека, всички от които принадлежат към хранителния сектор.

46 Съгласно съдебната практика обозначаването на селскостопански хранителни стоки с географско наименование, което указва или може да укаже техния географски произход, е в съответствие с обичайната практика по отношение на тези стоки (вж. в този смисъл решение от 15 октомври 2003 г., Nordmilch/СХВП (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, т. 42—45). Географският произход на разглежданите стоки може да се счита за особено релевантен в очите на съответните потребители при преценката на качеството или на други характерни особености на съответните стоки с оглед и на общи съображения от здравен, икономически, екологичен, социален или етичен характер.

47 На второ място, следва да се констатира, че както е видно от материалите по преписката в административното производство пред EUIPO, Исландия произвежда и изнася различни видове селскостопански хранителни стоки, по-специално риба и рибни продукти, различни видове месо, млечни продукти, плодове и зеленчуци. По-специално от посочените материали по преписката е видно, че Исландия е произвеждала и изнасяла тези стоки между 1999 г. и 2014 г., тоест през период, предхождащ и следващ датата на заявката за регистрация на спорната марка (вж. по-специално т. 127 от обжалваното решение, в която се прави позоваване на Статистическия доклад на Исландия за 2015 г., както и на изявлението на председателя на отдел „Външна търговия“ на Статистическата служба на Исландия от 27 януари 2016 г. относно осъществявания от Исландия износ за Съюза в периода 1999—2014 г.).

48 Освен това големият апелативен състав е посочил с основание в точка 154 от обжалваното решение (вж. т. 42 по-горе), що се отнася до някои от другите разглеждани продукти, като домашни птици и яйца, че те могат да бъдат отглеждани и произвеждани в цяла Европа, а следователно и в Исландия. По същия начин хранителните масла и мазнини, по-специално рапичното масло, можели да се произвеждат или отглеждат дори при по-студени климатични условия, каквито има в Исландия. Така като цяло тези стоки от класове 29 и 30, обозначени със спорната марка, могат да бъдат произвеждани, опаковани и търгувани в Исландия и изнесени в държавите от ЕИП.

49 От това следва, че към датата на подаване на заявката за регистрация на спорната марка Исландия е произвеждала широка гама от стоки от класове 29 и 30, обозначени със спорната марка, а също така е изнасяла тези стоки и е можела да произвежда други. Като се има предвид действителният или потенциалнен капацитет на Исландия да произвежда и изнася тези стоки, следва да се приеме, че когато една от стоките от класове 29 и 30 се предлага на пазара под спорната марка, тя може да се възприеме като произхождаща от посочената държава. В това отношение, противно на твърденията на жалбоподателя, големият апелативен състав не може да бъде упрекнат, че не е взел предвид обстоятелството, свързано с твърдението за „минимален“ износ на храни от страна на Исландия. Дори да се предположи, че настоящият износ на храни от Исландия не представлява относително голяма част от нейния износ като цяло, подобно твърдение не позволява да се постави под въпрос описателната връзка между марката и стоките от класове 29 и 30, доколкото не отчита бъдещата перспектива за връзката, която разумно може да се установи между спорната марка и посочените стоки.

50 Освен това, доколкото жалбоподателят представя доводи, с които оспорва наличието на връзка между спорната марка и тюленовото месо, трябва да се отбележи, че той не оспорва факта, че други видове месо, като говеждото, овчето и свинското месо, са произведени в Исландия и съгласно доказателствата, представени в хода на административното производство, са изнасяни от Исландия. Така доводите на жалбоподателя не могат да поставят под въпрос описателния характер на спорната марка, що се отнася до по-широката категория „месо“ от клас 29.

51 Що се отнася до какаото, кафето и чая, спадащи към клас 30, несъмнено е вярно, както поддържа жалбоподателят, че поради самото си естество тези стоки не се отглеждат в Исландия и е малко вероятно те да се отглеждат там в бъдеще. Големият апелативен състав обаче изтъква с основание в точки 152 и 155 от обжалваното решение, че те могат да бъдат преработени и адаптирани към местния вкус. Релевантни примери в това отношение са и посочените от големия апелативен състав примери за предлаганите за

продажба на дребно в Съюза колекции от чайове с произход от Ирландия, Англия или Шотландия, където тези стоки не се отглеждат. Същите съображения са приложими към други стоки от разглежданите класове, като захар, шоколад и шоколадови продукти или различни плодови продукти, които могат да бъдат отгледани и сушени, консервирани или преработени по друг начин в Исландия, по-специално що се отнася до продукти на основата на боровинки, къпини или червено френско грозде (вж. т. 152 от спорното решение).

52 Макар твърденията на жалбоподателя да следва да се разбират като отнасящи се до липсата на доказателства в подкрепа на съществуването на съществуването на практика по преработка или адаптиране на стоки като какао, кафе или чай и други посочени в точка 51 по-горе стоки към местните предпочитания в Исландия, все пак следва да се констатира, че това представлява разумна възможност в очите на съответните потребители. Всъщност този вид стоки могат да бъдат предмет на конкретен маркетинг, изтъкващ продукт с вкусови качества, адаптирани към местните вкусове, или други специфични качества, свързани с географския произход на тези стоки.

53 Следва да се отбележи, че тези стоки, както и някои други стоки от класове 29 и 30, като подправки, сосове, кетчуп и много други стоки, могат след адаптирането си да придобият специфични характеристики в Исландия, например с оглед на методите на обработка, позволяващи подчертаването на особени вкусове, и могат да бъдат възприемани като такива от съответните потребители.

54 С оглед на всичко изложено по-горе следва да се заключи, че големият апелативен състав е приел с основание, че спорната марка има описателен характер по отношение на стоките от класове 29 и 30.

По услугите от клас 35, обозначени със спорната марка

55 Услугите от клас 35, обозначени със спорната марка, от една страна, се отнасят по същество до продажбата на дребно в магазини, както и онлайн. От друга страна, става въпрос за услуги по реклама, маркетинг и популяризиране, както и за услуги, свързани с търговската организация и експлоатация на предприятие.

56 Големият апелативен състав приема по същество, че спорната марка може да се използва като позоваване на мястото, от което обикновено се предоставят услугите за продажба на дребно от клас 35. Освен това съответните потребители биха могли да възприемат тази марка като позоваване на специфично качество на стоките, търгувани в рамките на посочените услуги.

57 Жалбоподателят твърди по същество, че е малко вероятно услугите, спадащи към клас 35, да са с произход от Исландия, като се има предвид ниската гъстота на населението и на територията ѝ, която до голяма степен не позволява поддържането на верига от магазини за хранителни стоки. Освен това жалбоподателят изтъква факта, че Исландия не „изнася“ никакви услуги за продажба на дребно.

58 Най-напред, макар това да не се оспорва от страните, следва да се отбележи, че в точка 160 от обжалваното решение големият апелативен състав припомня, че разглежданите услуги са „основно услуги за продажба на дребно“. В точка 161 от посоченото решение този апелативен състав анализира връзката между въпросните услуги и разглежданото

географско наименование, като изрично се позовава на „обекти за продажба на дребно“. В точки 162—164 от същото решение обаче при анализа на посочената връзка големият апелативен състав не взема предвид изрично посочените услуги, като се позовава на „категориите услуги, обозначени със спорната марка“(т. 162), „[на посочените] услуги“ или на „тези услуги“ (т. 163), на „услугите, обхванати от спорната марка“ и на „съответните услуги“ (т. 164), като в тези точки от обжалваното решение се цитира и решение от 20 юли 2016 г., Internet Consulting/EUIPO — Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL) (T-11/15, EU:T:2016:422), което по същество се отнася до услуги по управление и търговска администрация.

59 Следователно, макар в съображенията си големият апелативен състав да не се е позовал изрично на услуги за реклама, маркетинг и популяризиране, както и на услуги, свързани с търговската организация и експлоатация на дадено предприятие, от общия прочит на мотивите, изложени в точки 162—164 от обжалваното решение, следва, че те трябва да се разбират като отнасящи се до всички услуги, обозначени със спорната марка, а не само до тези, свързани с продажбата на дребно. Всъщност съображенията, свързани със специфичните качества на услугите, които биха могли да бъдат описани с географското наименование „Исландия“, тъй като „например са адаптирани към специфичните изисквания на предприятията, осъществяващи дейност в този регион, белязан от особен политически, административен и езиков контекст“, по принцип са приложими само за услугите за реклама, маркетинг и популяризиране, както и за услугите, свързани с търговската организация и експлоатация на дадено предприятие, още повече че това твърдение се отнася до професионалните потребители, за които са предназначени тези услуги.

60 При всички положения, поради липса на доводи от страна на жалбоподателя и на INTA относно преценката на бъдещата връзка между услугите, посочени в точки 58 и 59 по-горе, и географското наименование, обозначено със спорната марка, настоящият анализ на Общия съд ще се съсредоточи върху посочената преценка по отношение на услугите по продажба на дребно, както и на разглежданото географско наименование.

61 Следва да се подчертае, че услугите за продажба на дребно, обозначени със спорната марка, се отнасят до хранителни стоки, напитки и домакински стоки, всички от които са произведени в Исландия. Освен това може да става въпрос за стоки като риба, морски дарове или други морски продукти, по отношение на които жалбоподателят не оспорва, че Исландия е известна като държава на произход.

62 Що се отнася до доводите на жалбоподателя за липса на износ на услугите, обозначени със спорната марка, и за липсата на репутация на Исландия за тези услуги, както и с доводите, че броят на исландското население е пречка тази държава да поддържа верига от магазини за хранителни стоки, тези доводи не могат да бъдат уважени по същите съображения като изложените в точки 37 и 38 по-горе, без впрочем да е релевантно разграничението в зависимост от демографското значение на разглежданото географско място. Всъщност разумно е да се приеме, че когато разглежданите услуги носят спорната марка, те ще бъдат възприети като предоставяни в магазини, разположени в тази държава.

63 С оглед на гореизложеното следва да се отбележи, че големият апелативен състав правилно е приел, че спорната марка има описателен характер по отношение на услугите от клас 35.

По някои общи твърдения на жалбоподателя и на INTA

64 Нито един от другите доводи на жалбоподателя и на INTA не може да обори извода на големия апелативен състав относно описателния характер на спорната марка за обхванатите от нея стоки и услуги.

65 На първо място, жалбоподателят и INTA изтъкват, че големият апелативен състав е допуснал грешка при прилагане на правото, като е приел по същество, че регистрацията на имената на държави непременно се сблъсква с абсолютното основание за отказ, посочено в член 7, параграф 1, букви в) и е) от Регламент № 207/2009, независимо от съответните стоки или услуги.

66 Налага се обаче изводът, че това твърдение произтича от неправилен прочит на обжалваното решение. Всъщност, както следва от цялостния прочит на същото решение, и по-специално от точки 94—214 от него, големият апелативен състав е извършил подробен анализ на описателния характер на спорната марка с оглед на всички разглеждани стоки и услуги.

67 На второ място, следва да се констатира, че противно на твърденията на жалбоподателя, нито шрифтът, нито цветът на спорната марка ѝ придават необичаен или впечатляващ ефект. Всъщност словният елемент на посочената марка е представен в шрифт със стандартни бели букви, без никаква шрифтова особеност. Макар несъмнено словният елемент да е поставен на червен, оранжев и жълт правоъгълен фон, чийто жълто-оранжев ефект създава впечатление за леко избледняване на словния елемент, цветният фон, по-специално в оранжев и жълт цвят, по същество е разпространен в рекламата или върху опаковките, така че потребителят го счита за декоративен елемент.

68 При тези обстоятелства големият апелативен състав правилно е приел, че фигуративните елементи на спорната марка служат единствено за подчертаване на словния елемент на посочената марка и по никакъв начин не изменят описателното му съдържание, придадено от последния елемент.

69 На трето място, що се отнася до довода на жалбоподателя, че член 12, буква б) от Регламент № 207/2009 (понастоящем член 14, буква б) от Регламент 2017/1001) позволява да се осигури възможността за използване на наименованието на наименованието „Iceland“ от исландските предприятия, следва да се констатира, че тази разпоредба, озаглавена „Ограничения на действието на марка на ЕС“, гласи следното:

„Марката [на Европейския съюз] не дава право на притежателя да забранява на трети лица да използват в процеса на търговия:

[…]

б) означения, свързани с вида, с качеството, с количеството, с предназначението, стойността, географския произход, с момента на производство на стоките или на предоставянето на услугата или с други характеристики на стоките и услугите;

[…]

при положение че ги използва в съответствие с почтената практика в областта на производството или търговията“.

70 Припомнената в точка 69 по-горе разпоредба по-специално цели да се разрешат проблемите, възникващи при регистриране на марка, съставена изцяло или отчасти от географско наименование и 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).

71 Противно на това, което явно твърди жалбоподателят, обстоятелството, че член 12, буква б) от Регламент № 207/2009 осигурява възможността всеки икономически оператор да използва свободно указания относно характеристиките на стоки и услуги, не позволява да се гарантира защитата на общия интерес, залегнал в член 7, параграф 1, буква в) от посочения регламент. Напротив, това обстоятелство подчертава интереса, който съществува за това основанието за недействителност, изведено в член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, което впрочем е абсолютно, да бъде действително прилагано спрямо всеки знак, който може да обозначава характеристика на стоки или услуги, за които е поискано регистрирането му като марка (вж. в този смисъл решение от 10 март 2011 г., Agencja Wydawnicza Technopol/СХВП, C-51/10 P, EU:C:2011:139, т. 61 и цитираната съдебна практика). Ето защо доводът на жалбоподателя следва да се отхвърли като неоснователен.

72 На четвърто и последно място, жалбоподателят, изглежда, упреква големия апелативен състав, че е отхвърлил като недопустимо проучването, изготвено на 2 август 2019 г., което отчита телефонните разговори, проведени през юни 2019 г.

73 При все това при съвместния прочит по-специално на точки 137, 138, 157 и 196 от обжалваното решение следва да се констатира, че големият апелативен състав е анализирал не въпроса за допустимостта на проучването от 2 август 2019 г., а въпроса за неговата доказателствена стойност.

74 Освен това, дори да се предположи, че жалбоподателят възнамерява да оспори преценката на доказателствената стойност на това проучване, достатъчно е да се отбележи, че той не извежда никаква конкретна последица от посоченото проучване за преценката на описателния характер на спорната марка. При всички положения, както правилно приема големият апелативен състав в точка 157 от обжалваното решение, самият факт, че запитаните лица трябва да отговорят на въпроса кои стоки им идват наум, когато се сблъскат със спорната марка, не представлява безпогрешен и подходящ тест, който позволява да се прецени описателният характер на последната, тъй като тази преценка трябва винаги да се извършва, като се вземат предвид стоките и услугите, обхванати от тази марка (вж. съдебната практика, цитирана в т. 23 по-горе).

75 С оглед на всички гореизложени съображения първото основание следва да се отхвърли.

По второто основание: нарушение на член 7, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009

76 В рамките на второто си основание жалбоподателят, подкрепян от INTA, изтъква по същество, че апелативният състав е нарушил член 7, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009.

77 EUIPO и Icelandic Trademark Holding оспорват доводите на жалбоподателя и на INTA.

78 Тъй като от член 7, параграф 1 от Регламент № 207/2009 следва, че е достатъчно да се приложи едно от изброените в него абсолютни основания за отказ, за да не може знакът да бъде регистриран като марка на Европейския съюз, и с оглед на отхвърлянето на първото изтъкнато от жалбоподателя основание, отнасящо се до заключението на големия апелативен състав, че член 7, параграф 1, буква в) от този регламент е приложим с оглед на обявяване на недействителността на спорната марка за всички стоки и услуги, които тя обозначава, второто основание, изтъкнато от жалбоподателя, а именно нарушение на член 7, параграф 1, буква б) от посочения регламент, не е необходимо да се разглежда по същество.

79 Предвид всичко гореизложено второто основание следва да се отхвърли и съответно да се отхвърли жалбата в своята цялост.

По съдебните разноски

80 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.

81 След като е проведено съдебно заседание и жалбоподателят е загубил делото, той следва да бъде осъден да плати съдебните разноски в съответствие с исканията на EUIPO и на Icelandic Trademark Holding.

82 INTA понася направените от нея съдебни разноски съгласно член 138, параграф 3 от Процедурния правилник.

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (седми състав)

реши:

1) **Отхвърля жалбата.**

2) **Осъжда Iceland Foods Ltd да понесе, наред с направените от него съдебни разноски, и тези на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), както и на Icelandic Trademark Holding ehf.**

3) **International Trademark Association (INTA) понася направените от нея съдебни разноски.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 16 юли 2025 година.

Подписи