Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (sedmi senat)

z dne 16. julija 2025 * [1]

„Znamka Evropske unije – Postopek za ugotovitev ničnosti – Figurativna znamka Evropske unije Iceland – Absolutni razlog za ničnost – Opisnost – Člen 7(1)(c) Uredbe (ES) št. 207/2009 [postal člen 7(1)(c) Uredbe (EU) 2017/1001]“

V zadevi T-106/23,

Iceland Foods Ltd s sedežem v kraju Deeside (Združeno kraljestvo), ki jo zastopa G. Vos, odvetnik,

tožeča stranka,

ob sodelovanju

International Trademark Association (INTA) s sedežem v New Yorku (Združene države), ki ga zastopajo N. Parrotta, M. Perraki in A. Lubberger, odvetniki,

intervenient,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa V. Ruzek, agent,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe pri EUIPO, intervenientka pred Splošnim sodiščem, je

Icelandic Trademark Holding ehf s sedežem v Reykjaviku (Islandija), ki jo zastopata A. von Mühlendahl in H. Hartwig, odvetnika,

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat),

v sestavi K. Kowalik-Bańczyk, predsednica, E. Buttigieg in I. Dimitrakopoulos (poročevalec), sodnika,

sodni tajnik: G. Mitrev, administrator,

* Jezik postopka: angleščina.

[1] V končno različico je treba vstaviti besedo „ZOdl“.

na podlagi pisnega dela postopka,

na podlagi obravnave z dne 16. oktobra 2024

izreka naslednjo

Sodbo

1 Tožeča stranka, družba Iceland Foods Ltd, s tožbo na podlagi člena 263 PDEU predlaga razveljavitev odločbe velikega odbora za pritožbe pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) z dne 15. decembra 2022 (zadeva R 1613/2019-G) (v nadaljevanju: izpodbijana odločba).

Dejansko stanje

2 Družba Icelandic Trademark Holding ehf je 23. januarja 2018 pri EUIPO vložila zahtevo za ugotovitev ničnosti znamke Evropske unije, ki je bila registrirana na podlagi zahteve, ki jo je tožeča stranka 12. februarja 2013 vložila za figurativni znak, prikazan spodaj:



3 Proizvodi in storitve, ki so zajeti z izpodbijano znamko in za katere se je zahtevala ugotovitev ničnosti, spadajo v razrede 29, 30 in 35 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in so za vsakega od teh razredov ustrezali temu opisu:

– razred 29: „Meso, perutnina in divjačina; mesni, sadni ali zelenjavni ekstrakti; konzervirano, suho in kuhano sadje in zelenjava; sadni in/ali zelenjavni ekstrakti; mesni izdelki; klobase; želeji, džemi, kompoti, sadje v konzervah, zelenjava v konzervah; sladice iz razreda 29; jajca, mleko; mlečni izdelki; jogurt; jedilna olja in masti; oreščki in maslo iz oreščkov; zelenjava v kisu ali slanici, tofu; namazi; juhe; namazi iz oreščkov; zamrznjena živila iz razreda 29; čips in proizvodi iz krompirja (za prehrano); pripravljene jedi in njihove sestavine; prigrizki; nobeden od zgoraj navedenih proizvodov ni v celoti ali pretežno na osnovi rib“;

– razred 30: „Kava, čaj, kakav, sladkor, riž, tapioka, sago, kuskus [pšenični zdrob], kavni nadomestki, kavne esence, kavni ekstrakti, mešanice kave in cikorije; čokolada; izdelki na osnovi čokolade; moka in izdelki iz žitaric in/ali riža in/ali moke; kruh, piškoti, testo za torte, drobno pecivo in slaščice, sladoled; med, melasa; melasa, sirupi; kvas, pecilni prašek; sol, gorčica; kis, poper, omake, ketchup, solatne polivke; začimbe; začimbni dodatki na osnovi sadja; sladoled za osvežitev; mlečni sladoled, sladoledi na vodni osnovi, slaščice iz sladoleda; pripravki za pripravo mlečnega sladoleda in/ali sladoleda na vodni osnovi in/ali slaščic iz sladoleda, žitarice za zajtrk; pice, testenine in izdelki iz testenin; angleška smetana v prahu; deserti v obliki slaščičarske pene; pudingi; mesne pite; majoneza; sredstva za mehčanje mesa za gospodinjsko uporabo; matični mleček za prehrano ljudi [ne za medicinsko uporabo];

naravna sladila; pripravljene jedi in njihove sestavine, prigrizki, ki so vse vključene v razred 30; zamrznjena živila iz razreda 30; zelišča“;

– razred 35: „Storitve prodaje na drobno, storitve trgovine na drobno, storitve prodaje na drobno po pošti, storitve elektronske ali spletne prodaje na drobno, storitve supermarketa in veleblagovnice, povezane s prodajo mesa, perutnine, divjadi, sadnih in zelenjavnih ekstraktov, konzerviranega, suhega in kuhanega sadja in zelenjave, sadnih in/ali zelenjavnih ekstraktov, mesnih izdelkov, klobas, želejev, džemov, sadja v konzervah, zelenjave v konzervah; kompotov, sladic, jajc, mleka, mlečnih proizvodov, jogurta, užitnih beljakovin iz soje, jedilnih olj in maščob, oreškov in masla iz oreškov, zelenjave v kisu ali slanici, zelišč, tofuja, namazov, juh, namazov iz oreščkov, zamrznjenih živil, čipsa in proizvodov iz krompirja (za prehrano), pripravljenih jedi in njihovih sestavin, prigrizkov, kave, čaja, kakava, sladkorja, riža, tapioke, saga, kuskusa, kavnih nadomestkov, kavne esence, kavnih ekstraktov, mešanice kave in cikorije; čokolade; izdelkov na osnovi čokolade; moke in izdelkov iz žitaric in/ali riža in/ali moke; kruha, piškotov, malih piškotov, testa za torte, drobnega peciva in slaščic, sladoleda; meda, melase; sirupov; kvasa, pecilnega praška; soli, gorčice, kisa, popra, omak, ketchupa, solatnih polivk; začimb; chutneyja; sladoleda za osvežitev; mlečnega sladoleda, sladoleda na vodni osnovi, slaščic iz sladoleda; pripravkov za pripravo mlečnega sladoleda in/ali sladoleda na vodni osnovi in/ali slaščic iz sladoleda, žitaric za zajtrk; pic, testenin in izdelkov iz testenin; angleške smetane v prahu; desertov v obliki slaščičarske pene; pudingov; mesnih pit; majoneze; sredstev za mehčanje mesa za gospodinjsko uporabo; matičnega mlečka za prehrano ljudi [ne za medicinsko uporabo]; naravnih sladil; storitve oglaševanja; marketinške in promocijske storitve; organizacija, upravljanje in nadzor nad programi za zvestobo kupcev in programi spodbujanja prodaje in promocije; storitve informiranja, svetovanja in konzultacije na vseh prej navedenih področjih“.

4 Razlogi za ničnost, navedeni v utemeljitev zahteve za ugotovitev ničnosti, so bili v bistvu razlogi iz člena 52(1)(a) Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena, v povezavi s členom 7(1)(b), (c) in (g) navedene uredbe (postal člen 59(1)(a) oziroma člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)).

5 Oddelek za ničnost je 27. maja 2019 ugodil zahtevi za ugotovitev ničnosti za vse proizvode in storitve iz točke 3 zgoraj.

6 Tožeča stranka je 24. julija 2019 zoper odločbo oddelka za ničnost pri EUIPO vložila pritožbo.

7 Družba Icelandic Trademark Holding je v postopku pred velikim odborom za pritožbe poleg razlogov, ki so bili predloženi pred oddelkom za ničnost, navedla dodaten razlog za ničnost, ki je v bistvu temeljil na uporabi določb člena 52(1)(a) v povezavi s členom 7(1)(f) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 7(1)(f) Uredbe 2017/1001).

8 Veliki odbor za pritožbe je z izpodbijano odločbo pritožbo zavrnil. V bistvu je na prvem mestu menil, da zahteva za ugotovitev ničnosti izpodbijane znamke, ki temelji na členu 7(1)(f) Uredbe št. 207/2009, ni dopustna, ker je bila vložena prepozno v fazi pritožbe.

9 Na drugem mestu, veliki odbor za pritožbe je na eni strani menil, da je upoštevna javnost, in sicer širša angleško govoreča javnost Evropske unije, izpodbijano znamko zaznavala kot označbo, da proizvodi in storitve, ki so označeni s to znamko, izvirajo iz Islandije. Dodal je, da figurativni elementi izpodbijane znamke te zaznave ne spreminjajo, ker so okrasni. Zato je menil, da je bila navedena znamka registrirana v nasprotju s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009.

10 Na drugi strani je veliki odbor za pritožbe v bistvu opozoril, da za to, da zadevnega znaka ni mogoče registrirati kot znamko Evropske unije, zadostuje, da se uporabi eden od absolutnih razlogov za zavrnitev. Vsekakor, če bi bilo treba navedeno znamko preučiti ob upoštevanju določb člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009, bi bilo treba šteti, da je brez razlikovalnega učinka.

Predlogi strank

11 Tožeča stranka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– zadevo vrne oddelku za ničnost v nadaljnjo obravnavo;

– EUIPO naloži plačilo stroškov tega postopka, družbi Icelandic Trademark Holding pa plačilo stroškov postopka pred oddelkom za ničnost in velikim odborom za pritožbe.

12 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov v primeru izvedbe obravnave.

13 Družba Icelandic Trademark Holding Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

14 International Trademark Association (INTA) Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– odloči, da nosi svoje stroške.

Pravno stanje

15 Tožeča stranka v bistvu navaja dva tožbena razloga, ki se nanašata, prvič, na kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 in, drugič, na kršitev člena 7(1)(b) navedene uredbe.

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009

16 Veliki odbor za pritožbe je v bistvu menil, da izpodbijana znamka za upoštevno javnost opisuje geografsko poreklo proizvodov in storitev, na katere se nanaša, ali njihove značilnosti, zlasti glede na zelo obširno poznavanje geografskega imena „Islandija“ in značilnosti te države kar zadeva naravo, ekologijo, obnovljive vire energije, gospodarsko blaginjo, kvalificirano delovno silo, povezano z njeno industrijo in dejanskim izvozom. Na podlagi teh elementov naj bi bilo mogoče ugotoviti, da je bila za upoštevno javnost Islandija država, ki lahko proizvaja številne vrste različnih proizvodov in zagotavlja široko paleto storitev. Tako naj bi po mnenju velikega odbora za pritožbe upoštevna javnost zadevne proizvode in storitve ter izpodbijano znamko povezala tako, da označuje njihov geografski izvor ali nekatere njihove značilnosti, ki so specifično povezane s tem geografskim izvorom.

17 Tožeča stranka in združenje INTA trdita, da je veliki odbor za pritožbe kršil člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009. Izpodbijata presojo velikega odbora za pritožbe in posledično ugotovitev glede opisnosti izpodbijane znamke za vse zadevne proizvode in storitve.

18 Natančneje, tožeča stranka meni, da je veliki odbor za pritožbe kljub neobstoju zakonodaje na ravni Unije, ki bi prepovedovala registracijo imen držav kot znamk, v izpodbijani odločbi tako prepoved dejansko določil. V zvezi s tem naj bi se po mnenju tožeče stranke oprl na neodločilna merila, kot je to, da upoštevna javnost pozna geografsko ime „Iceland“, ali na netočne in nepotrjene značilnosti tega kraja, ki nikakor niso upoštevne. Poleg tega naj ne bi upošteval nekaterih raziskav, ki jih je predložila tožeča stranka. Nazadnje, tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe očita, da je napačno menil, da so figurativni elementi izpodbijane znamke namenjeni le poudarjanju besednega elementa. Tudi če bi bilo treba besedno znamko Iceland šteti za opisno v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, kar tožeča stranka izpodbija, pa figurativni elementi razlikovalne tipografije v povezavi z rdečo in rumeno podlago izpodbijane znamke izključujejo, da bi se ta znamka štela za opisno.

19 EUIPO in družba Icelandic Trademark Holding izpodbijata trditve tožeče stranke in združenja INTA.

20 V zvezi s tem iz sodne prakse izhaja, da se na podlagi člena 52(1)(a) Uredbe št. 207/2009 znamka Evropske unije razglasi za nično na podlagi zahteve, vložene pri EUIPO, ali na podlagi nasprotne tožbe v postopku zaradi kršitve pravic, če je bila ta znamka registrirana v nasprotju z določbami člena 7 te uredbe.

21 Člen 7(1)(c) Uredbe 207/2009 določa, da se kot blagovne znamke ne registrirajo znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve. Člen 7(2) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 7(2) Uredbe 2017/1001) določa, da se člen 7(1) Uredbe 207/2009 uporablja ne glede na to, da razlogi za zavrnitev obstajajo le v delu Unije.

22 Šteje se, da ti znaki ali označbe ne morejo opravljati bistvene funkcije znamke, in sicer identificirati trgovski izvor proizvoda ali storitve (sodbi z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 30, in z dne 27. februarja 2002, Eurocool Logistik/UUNT (EUROCOOL), T-34/00, EU:T:2002:41, točka 37).

23 Da za znak velja prepoved iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, je potrebno, da ima dovolj neposredno in konkretno zvezo z zadevnimi proizvodi ali storitvami, in sicer tako, da zadevni javnosti omogoča, da takoj in brez nadaljnjega premišljevanja zazna opis zadevnih proizvodov ali storitev ali eno od njihovih lastnosti (glej sodbi z dne 12. januarja 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS/UUNT (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, točka 25 in navedena sodna praksa, in z dne 22. junija 2005, Metso Paper Automation/UUNT (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, točka 25 in navedena sodna praksa).

24 Poleg tega, čeprav ni pomembno, ali je taka značilnost s komercialnega vidika bistvena ali stranska, pa mora biti značilnost v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 vseeno objektivna in neločljivo povezana z naravo proizvoda ali storitve ter neločljiva in trajna za ta proizvod ali storitev (glej sodbo z dne 7. maja 2019, Fissler/EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, točka 44 in navedena sodna praksa).

25 Zlasti glede znakov ali označb, ki so lahko namenjeni označevanju geografskega izvora ali geografske namembne destinacije kategorij proizvodov ali kraja opravljanja kategorij storitev, za katere se zahteva registracija znamke Evropske unije, predvsem za zemljepisna imena, obstaja splošni interes, da bi se ohranila njihova razpoložljivost, predvsem zaradi njihove sposobnosti, ne le morebiti poudariti kakovost in druge lastnosti kategorij zadevnih proizvodov ali storitev, ampak tudi različno vplivati na prioritete potrošnikov, na primer z navezovanjem proizvodov ali storitev na kraj, ki lahko izzove pozitivne občutke (sodba z dne 6. septembra 2018, Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, točka 37; glej po analogiji tudi sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točka 26).

26 Poudariti je treba tudi, da je izključena, prvič, registracija geografskih imen kot znamk, kadar označujejo določene geografske kraje, ki že uživajo ugled ali so poznani po kategoriji zadevnih proizvodov ali storitev in ki jih zato zainteresirani krogi povezujejo z njo, in drugič, registracija geografskih imen, ki jih lahko uporabijo druga podjetja in ki jim morajo tudi ostati razpoložljiva kot označbe geografskega izvora kategorije zadevnih proizvodov ali storitev (glej po analogiji sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točke 29, 30 in 37).

27 Zato je mogoče registracijo znaka na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 zavrniti le, če geografsko ime, za katero se zahteva, da se registrira kot znamka, označuje kraj, ki ga ob prijavi zainteresirani krogi povezujejo s kategorijo zadevnih proizvodov in storitev, ali če je mogoče razumno predvideti, da bo v prihodnosti taka povezava lahko vzpostavljena (sodba z dne 6. septembra 2018, Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, točka 38; glej po analogiji tudi sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točka 31).

28 Torej, tudi če upoštevna javnost pozna geografski kraj, iz tega ne izhaja avtomatično, da lahko znak v gospodarskem prometu služi kot oznaka za geografski izvor. Za preizkus, ali so pogoji za uporabo zadevnega razloga za zavrnitev registracije izpolnjeni, je treba upoštevati vse ustrezne okoliščine, kot so narava označenih proizvodov ali storitev, večji ali manjši ugled, predvsem v zadevnem gospodarskem sektorju, zadevnega geografskega kraja in večje ali manjše poznavanje zadevne javnosti o tem, navade v zadevni branži dejavnosti in vprašanje, koliko je geografski izvor zadevnih proizvodov ali storitev lahko z vidika zainteresiranih krogov upošteven za vrednotenje

kakovosti ali drugih značilnosti zadevnih proizvodov ali storitev (glej v tem smislu sodbo z dne 25. oktobra 2005, Peek & Cloppenburg/UUNT (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, točka 49).

29 Poleg tega mora v okviru postopka za ugotovitev ničnosti, ki temelji na absolutnem razlogu za zavrnitev, ker se šteje, da je registrirana znamka Evropske unije veljavna, oseba, ki je vložila zahtevo za ugotovitev ničnosti, pred EUIPO navesti konkretne elemente, ki bi omajali njeno veljavnost (sodba z dne 13. septembra 2013 Fürstlich Castell'sches Domänenamt/UUNT – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, EU:T:2013:424, točka 28).

30 V obravnavanem primeru je treba, na prvem mestu, poudariti, da tožeča stranka ne izpodbija opredelitve upoštevne javnosti, ki jo je v točkah od 89 do 93 izpodbijane odločbe uporabil veliki odbor za pritožbe in v skladu s katero je bila ta širša angleško govoreča javnost Unije na dan zahteve za registracijo izpodbijane znamke 12. februarja 2013 na ozemlju Cipra, Finske, Irske, Malte, Nizozemske, skandinavskih držav, vključno z Dansko, in Združenega kraljestva.

31 Na drugem mestu, veliki odbor za pritožbe je v izpodbijani odločbi v bistvu menil, da velik del upoštevne javnosti besedo „Iceland“ pozna kot ime države, ki je med drugim del Evropskega gospodarskega prostora (EGP).

32 V zvezi s tem je treba na eni strani poudariti, da izpodbijana znamka z geografskega vidika označuje ime države, ki je v Evropi in je sestavljena iz razmeroma redko poseljenega ozemlja in večje površine kot nekatere države članice Unije in EGP.

33 Na drugi strani je treba ugotoviti, da v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, veliki odbor za pritožbe pri presoji opisnosti izpodbijane znamke ni upošteval poznavanja Islandije kot odločilnega merila. V točki 121 izpodbijane odločbe je namreč jasno navedel, da je treba pri presoji opisnosti te znamke upoštevati tudi druge upoštevne dejavnike, kot sta poznavanje značilnosti kraja, označenega s tem geografskim imenom, ter povezava med kategorijami proizvodov in storitev in izpodbijano znamko.

34 Na tretjem mestu, veliki odbor za pritožbe je v izpodbijani odločbi upošteval različne značilnosti Islandije, na podlagi katerih je bilo po njegovem mnenju mogoče ugotoviti, da je Islandija država, ki je sposobna proizvajati številne vrste različnih proizvodov in ponujati široko paleto storitev.

35 V zvezi s tem je treba na eni strani opozoriti, da tožeča stranka izpodbija splošno znano dejstvo, da je Islandija ena od najbolj okolju prijaznih držav na svetu, presojo velikega odbora za pritožbe o pomembnih trgovinskih odnosih Islandije z državami članicami Unije in opredelitev islandske turistične industrije kot v „razcvetu“. Veliki odbor za pritožbe naj bi napačno menil, da je bil najpogostejša destinacija za izvoz proizvodov z Islandije Danska, in ne Nizozemska, in naj bi napačno ugotovil dejansko stanje, ker je menil, da Islandija zagotavlja razumno široko paleto proizvodov in storitev.

36 Vendar je treba ugotoviti, da tožeča stranka ne navaja nobene trditve ali konkretnega dokaza, s katerim bi izpodbijala resničnost presoj velikega odbora za pritožbe. Tako je treba ugotoviti, da presoje teh značilnosti v zvezi z Islandijo ni mogoče izpodbiti s splošno in nepodrobno utemeljitvijo tožeče stranke. Poleg tega, prvič, je na podlagi analize dokazov, na katere se je v izpodbijani odločbi oprl veliki odbor za pritožbe, mogoče potrditi, da pravno zadostno dokazujejo, prvič, da je bila Islandija okolju prijazna država, kar je poleg tega prispevalo k temu, da je postala priljubljena turistična destinacija (glej točke 108, 109, 125, 126 in 146 izpodbijane

odločbe, ki se nanašajo na skladne informacije *Collins Dictionary* in *Encyclopedia Britannica* ter zlasti na raziskavo Íslandsstofa (Promote Iceland), izvedeno leta 2015 na Danskem, v Franciji, Nemčiji in Združenem kraljestvu, v zvezi s tem, kako turisti dojemajo Islandijo, ali na podatke, ki izhajajo iz dokumenta *Tourism in Iceland in Figures, May 2016* (Turizem na Islandiji v številkah, maj 2016)). Drugič, iz navedenih dokazov je razvidno, da je Islandija ponujala široko paleto proizvodov in storitev, hkrati pa je v zvezi z njimi vzdrževala pomembne trgovinske odnose z državami EGP (glej zlasti točko 127 izpodbijane odločbe, ki napotuje na statistični letopis Islandije iz leta 2015 in na izjavo predsednice oddelka za zunanjo trgovino pri Statističnem uradu Islandije z dne 27. januarja 2016 o izvozu z Islandije v Unijo v obdobju 1999–2014). Poleg tega navedeni elementi dokazujejo, da so ta trgovinska razmerja po datumu zahteve za registracijo izpodbijane znamke 12. februarja 2013 ostala stabilna ali da so se celo nekoliko okrepila.

37 Na drugi strani, kar zadeva ugovore tožeče stranke in združenja INTA glede upoštevnosti značilnosti Islandije, ki so bile upoštevane v izpodbijani odločbi za presojo povezave med to državo ter proizvodi in storitvami, ki so označeni z izpodbijano znamko, iz sodne prakse, navedene v točkah 26 in 27 zgoraj, izhaja, da so znamke opisne, kadar označujejo določene geografske kraje, ki že uživajo ugled ali so poznani za zadevno kategorijo proizvodov in storitev, pa tudi tiste, za katere je razumno predvideti, da jih bodo podjetja v prihodnosti uporabljala kot označbe geografskega izvora kategorije zadevnih proizvodov ali storitev.

38 Iz navedenega izhaja, da tožeča stranka napačno trdi, da je bilo treba v obravnavanem primeru „ugled“, ki ga je Islandija uživala pri upoštevni javnosti ali ki bi ga lahko uživala v prihodnosti, presojati v povezavi s proizvodi in storitvami, ki so označeni z izpodbijano znamko. Kot namreč izhaja iz sodne prakse, navedene v točki 28 zgoraj, je treba upoštevati vse okoliščine, kot so obstajale 12. februarja 2013, in v prospektivnem pogledu, pri čemer te niso omejene le na vprašanje ugleda. Poleg tega so različne značilnosti Islandije, ki jih je upošteval veliki odbor za pritožbe, pomembne za ugotovitev, v kolikšni meri je geografski izvor zadevnih proizvodov ali storitev v očeh zainteresiranih krogov lahko upošteven za presojo kakovosti ali drugih značilnosti zadevnih proizvodov ali storitev.

39 Iz istih razlogov tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe neutemeljeno očita, da je upošteval gospodarsko blaginjo, vključno s presojo bruto domačega proizvoda (BDP), kvalificirano delovno silo ali obstoj različnih industrij, ker je bilo na podlagi teh meril mogoče ugotoviti, ali bi Islandija za zadevne proizvode in storitve lahko postala znana ali ugledna kot kraj geografskega izvora. Iz celotnega besedila izpodbijane odločbe, zlasti njenih točk 146, 147 in 176, je razvidno, da je veliki odbor za pritožbe priznal upoštevnost islandskega gospodarstva (tako glede količinskih vidikov, kot je BDP, kot glede kakovostnih vidikov), da bi utemeljil svojo ugotovitev v zvezi z zmožnostjo te države, da proizvaja in zagotavlja široko paleto proizvodov in storitev, ter v zvezi z opisnostjo izpodbijane znamke v zaznavi upoštevne javnosti. V zvezi s tem je treba še poudariti, da iz sodne prakse izhaja, da je BDP upošteven pri določitvi značilnosti geografskega kraja, ki ga označuje znak, katerega registracija se zahteva, in posledično pri presoji povezave, ki obstaja med proizvodi in storitvami, na katere se nanaša navedeni znak, in označenim geografskim imenom (glej v tem smislu sodbo z dne 23. februarja 2022, Govern d’Andorra/EUIPO (Andorra), T-806/19, neobjavljena, EU:T:2022:87, točka 65). V obravnavanem primeru je poleg tega iz točk 118, 127 in 144 izpodbijane odločbe razvidno, da je veliki odbor za pritožbe upošteval gospodarske kazalnike kot celoto v povezavi s statističnimi podatki o izvozu in uvozu na Islandijo.

40 Glede na navedeno je treba opraviti konkreten preizkus, ki se nanaša na vprašanje, ali je izpodbijana znamka v očeh zainteresiranih krogov ob vložitvi zahteve za registracijo označevala kraj, ki je bil povezan s kategorijami zadevnih proizvodov in storitev, ali pa je bilo razumno predvideti, da bo v prihodnosti taka povezava lahko vzpostavljena.

Proizvodi iz razredov 29 in 30, ki so označeni z izpodbijano znamko

41 Prvič, veliki odbor za pritožbe je menil, da označba geografskega izvora živil in kmetijskih proizvodov ni le običajna praksa v trgovini, ampak glede nekaterih proizvodov tudi obveznost, da se zagotovi visoka raven varovanja zdravja potrošnikov in njihova pravica do obveščenosti. Tako bi potrošniki, ki bi bili soočeni z imenom države, navedene na teh proizvodih, te proizvode lahko zaznali kot kraj porekla in v opisnem smislu, tudi če zadevna država ne bi imela ugleda ali ne bi bila znana po določenem proizvodu.

42 Drugič, veliki odbor za pritožbe je menil, da čeprav je Islandijo mogoče povezati predvsem z ribami, morskimi sadeži, mesom in mlečnimi izdelki, je proizvajala druga živila, kot so sadje, zelenjava in zelišča. Poleg tega naj bi bilo mogoče z rastlinjaki, ogrevanimi z geotermalno energijo, razumno pričakovati precej raznoliko zmogljivost za proizvodnjo hrane. Ob upoštevanju dejstva, da naj bi bila perutnina vzrejena in da naj bi se jajca in žitarice običajno proizvajali, pakirali in tržili v Evropi, bi potrošniki mislili, da lahko ti proizvodi izvirajo z Islandije. Tako naj bi bilo tudi v primeru jedilnih masti in olj ter zlasti olja iz oljne ogrščice, ki bi se lahko gojila v hladnejšem podnebju.

43 Tretjič, veliki odbor za pritožbe je odločil, da čeprav nekateri proizvodi iz razreda 30 že po svoji naravi niso bili pridelani na Islandiji, kot so kakav, kava, čaj, riž, sago in tapioka, jih je tam vseeno mogoče predelati in prilagoditi lokalnemu okusu.

44 Tožeča stranka v bistvu trdi, da se je veliki odbor za pritožbe pri presoji povezave med proizvodi iz razredov 29 in 32 ter zadevnim geografskim imenom napačno osredotočil na dejstvo, da Islandija v določeni meri proizvaja živila, pri čemer pa ta predstavljajo le majhen delež proizvodov, ki jih izvaža ta država. Poleg tega naj bi bila presoja velikega odbora za pritožbe za nekatere „eksotične“ proizvode povsem teoretična in neupoštevna. Dalje, tožeča stranka trdi, da pravna obveznost navedbe države porekla na proizvodu nikakor ne vpliva na uporabo imena te države kot znamke.

45 V zvezi s tem je treba, na prvem mestu, poudariti, da proizvodi iz razredov 29 in 30, ki so označeni z izpodbijano znamko, zajemajo živila rastlinskega in živalskega izvora ter tekočine, namenjene za prehrano ljudi, ki vsi spadajo v sektor živil.

46 Glede na sodno prakso je v skladu z običajno prakso v zvezi z agroživilskimi proizvodi, da so označeni z geografskim izrazom, ki tako označuje ali bi lahko označeval njihov geografski izvor (glej v tem smislu sodbo z dne 15. oktobra 2003, Nordmilch/UUNT (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, točke od 42 do 45). Za geografski izvor zadevnih proizvodov je mogoče šteti, da je lahko za upoštevno javnost posebej upošteven za presojo kakovosti ali drugih značilnosti zadevnih proizvodov, tudi glede na splošne zdravstvene, gospodarske, okoljske, socialne ali etične preudarke.

47 Na drugem mestu, ugotoviti je treba, da Islandija, kot je razvidno iz elementov iz spisa upravnega postopka pred EUIPO, proizvaja in izvaža različne vrste agroživilskih proizvodov, zlasti ribe in ribje proizvode, različne vrste mesa, mlečne izdelke, sadje in zelenjavo. Natančneje, iz navedenih elementov iz spisa je razvidno, da je Islandija te proizvode proizvajala in izvažala med letoma

1999 in 2014, torej v obdobju, ki je pred in po datumu zahteve za registracijo izpodbijane znamke (glej zlasti točko 127 izpodbijane odločbe, ki napotuje na statistični letopis Islandije iz leta 2015 in na izjavo predsednice oddelka za zunanjo trgovino pri Statističnem uradu Islandije z dne 27. januarja 2016 o izvozu iz Islandije v Unijo v obdobju 1999–2014).

48 Poleg tega je veliki odbor za pritožbe v točki 154 izpodbijane odločbe (glej točko 42 zgoraj) v zvezi z nekaterimi drugimi zadevnimi proizvodi, kot so perutnina in jajca, ki bi jih bilo mogoče vzrejati in proizvajati po vsej Evropi, pravilno navedel, da bi torej lahko bili vzrejeni in proizvedeni tudi na Islandiji. Podobno je bilo mogoče jedilne masti in olja, zlasti olje iz oljne ogrščice, proizvajati ali gojiti tudi v hladnejšem podnebju, kot na Islandiji. Tako se lahko v celoti ti proizvodi iz razredov 29 in 30, ki so označeni z izpodbijano znamko, proizvajajo, pakirajo in tržijo na Islandiji ter izvažajo v države EGP.

49 Iz tega izhaja, da je Islandija na datum zahteve za registracijo izpodbijane znamke proizvajala široko paleto proizvodov iz razredov 29 in 30, ki so označeni z izpodbijano znamko, da je izvažala tudi te proizvode in da bi lahko proizvedla druge. Ob upoštevanju dejanske ali potencialne zmožnosti Islandije, da te proizvode proizvaja in izvaža, je treba šteti, da če se eden od proizvodov iz razredov 29 in 30 trži pod izpodbijano znamko, ga je mogoče dojemati, kot da izvira iz te države. Glede tega – v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka – velikemu odboru za pritožbe ni mogoče očitati, da ni upošteval okoliščine, povezane z domnevnim „minimalnim“ deležem živil, ki jih izvaža Islandija. Ob predpostavki, da sedanji izvoz živil z Islandije ni razmeroma velik del njenega izvoza na splošno, taka trditev ne more omajati opisne povezave med znamko in proizvodi iz razredov 29 in 30, ker ne upošteva prospektivnega pogleda na povezavo, ki bi jo bilo mogoče razumno vzpostaviti med izpodbijano znamko in zadevnimi proizvodi.

50 Poleg tega je treba v delu, v katerem tožeča stranka navaja trditve, s katerimi izpodbija obstoj povezave med izpodbijano znamko in tjulnjim mesom, navesti, da ne izpodbija dejstva, da se druge vrste mesa, kot so goveje, ovčje in prašičje meso, proizvajajo na Islandiji, in jih v skladu z dokazi, predloženimi v upravnem postopku, ta država izvaža. Tako njena argumentacija ne more izpodbiti opisnosti izpodbijane znamke v zvezi s širšo kategorijo „meso“ iz razreda 29.

51 Glede kakava, kave in čaja iz razreda 30 je sicer res, kot trdi tožeča stranka, da se ti proizvodi po svoji naravi ne gojijo na Islandiji in da je malo verjetno, da se bodo v prihodnosti gojili. Vendar je veliki odbor za pritožbe v točkah 152 in 155 izpodbijane odločbe pravilno navedel, da jih je tam mogoče predelati in prilagoditi lokalnemu okusu. Primeri izborov čaja s poreklom iz Irske, Anglije ali Škotske, kjer se ta proizvod kljub temu ne prideluje, ki so bili v Uniji ponujeni za prodajo na drobno in na katere se sklicuje veliki odbor za pritožbe, so prav tako upoštevna ilustracija. Isti preudarki veljajo za druge proizvode iz zadevnih razredov, kot so sladkor, čokolada in izdelki na osnovi čokolade ali različni proizvodi na osnovi sadja, pri čemer se ti proizvodi lahko pridelujejo in se posušijo, konzervirajo ali drugače predelajo na Islandiji, zlasti kar zadeva proizvode na osnovi borovnic, robid ali ribeza (glej točko 152 izpodbijane odločbe).

52 Čeprav bi bilo treba trditve tožeče stranke razumeti tako, da se nanašajo na neobstoj dokazov, ki bi potrjevali obstoj prakse predelave ali prilagajanja proizvodov, kot so kakav, kava ali čaj in drugi proizvodi iz točke 51 zgoraj, lokalnim preferencam na Islandiji, je treba vseeno ugotoviti, da je navedena možnost v očeh upoštevne javnosti ostala razumna. Ta vrsta proizvodov je namreč lahko del posebnega trženja, v katerem je poudarjen proizvod z okusom, prilagojenim lokalnemu okusu, ali druge posebne lastnosti, povezane z geografskim izvorom teh proizvodov.

53 Poudariti je treba, da imajo lahko ti proizvodi in nekateri drugi proizvodi iz razredov 29 in 30, kot so začimbe, omake, ketchup in številni drugi proizvodi, po prilagoditvi posebne značilnosti na Islandiji glede na, na primer, metode obdelave, ki omogočajo izpostavitev posebnih okusov, in jih upoštevna javnost zaznava kot take.

54 Glede na vse navedeno je treba ugotoviti, da je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode iz razredov 29 in 30.

Storitve iz razreda 35, ki so označene z izpodbijano znamko

55 Storitve iz razreda 35, ki so označene z izpodbijano znamko, se po eni strani v bistvu nanašajo na prodajo na drobno v trgovinah in na spletu. Po drugi strani gre za storitve oglaševanja, trženja in promocije ter storitve organizacije in komercialnega izkoriščanja podjetja.

56 Veliki odbor za pritožbe je v bistvu menil, da se izpodbijana znamka lahko uporablja kot sklicevanje na kraj, iz katerega se na splošno opravljajo storitve prodaje na drobno iz razreda 35. Poleg tega naj bi upoštevna javnost to znamko lahko zaznala kot sklicevanje na posebno kakovost proizvodov, ki se tržijo v okviru navedenih storitev.

57 Tožeča stranka v bistvu trdi, da je malo verjetno, da storitve iz razreda 35 izvirajo z Islandije, ob upoštevanju majhne gostote njene populacije in njenega ozemlja, ki je večinoma neprimerno za bivanje, kar naj ne bi omogočalo ohranitve verige prehrambnih trgovin. Poleg tega tožeča stranka poudarja, da Islandija ne „izvozi“ nobene storitve prodaje na drobno.

58 Najprej, čeprav stranke tega ne izpodbijajo, je treba navesti, da je veliki odbor za pritožbe v točki 160 izpodbijane odločbe navedel, da so zadevne storitve „v bistvu storitve prodaje na drobno“. V točki 161 navedene odločbe je ta odbor analiziral povezavo med temi storitvami in zadevnim geografskim imenom, pri čemer se je izrecno skliceval na „prodajna mesta na drobno“. Vendar v točkah od 162 do 164 iste odločbe pri analizi navedene povezave ni upošteval izrecno navedenih storitev, saj se je skliceval na „kategorije storitev, ki so označene z izpodbijano znamko“ (točka 162), „na navedene storitve“ ali „te storitve“ (točka 163), na „storitve, na katere se nanaša izpodbijana znamka“, in na „zadevne storitve“ (točka 164), pri čemer je v teh točkah izpodbijane odločbe poleg tega navedena sodba z dne 20. julija 2016, Internet Consulting/EUIPO – Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL) (T-11/15, EU:T:2016:422), ki se je v bistvu nanašala na storitve komercialnega upravljanja in administracije.

59 Čeprav se veliki odbor za pritožbe v svojem razlogovanju ni izrecno skliceval na storitve oglaševanja, trženja in promocije ter na storitve organizacije in komercialnega izkoriščanja podjetja, iz celotnega besedila razlogov, navedenih v točkah od 162 do 164 izpodbijane odločbe, izhaja, da jih je treba razumeti tako, da se nanašajo na vse storitve, ki so označene z izpodbijano znamko, in ne le na tiste, ki se nanašajo na prodajo na drobno. Preudarki v zvezi s posebnimi lastnostmi storitev, ki bi jih bilo mogoče opisati z geografskim imenom „Islandija“, ker naj bi bili „na primer prilagojeni posebnim zahtevam podjetij, ki delujejo v tej regiji, za katero je značilen poseben politični, upravni in jezikovni okvir“, se namreč načeloma uporabljajo le v bistvu za storitve oglaševanja, trženja in promocije ter storitve organizacije in komercialnega izkoriščanja podjetja, in to še toliko bolj, ker se ta trditev nanaša na poklicno javnost, ki so ji te storitve namenjene.

60 Vsekakor se bo ob neobstoju trditev tožeče stranke in združenja INTA o presoji prihodnje povezave med storitvami, navedenimi v točkah 58 in 59 zgoraj, in geografskim imenom, ki ga označuje izpodbijana znamka, ta analiza Splošnega sodišča osredotočila na navedeno presojo zgolj glede na storitve v bistvu prodaje na drobno in zadevno geografsko ime.

61 Poudariti je treba, da se storitve prodaje na drobno, ki so označene z izpodbijano znamko, nanašajo na živila, pijače in gospodinjske proizvode, ki so vsi proizvedeni na Islandiji. Poleg tega gre lahko za proizvode, kot so ribe, morski sadeži ali drugi morski proizvodi, za katere tožeča stranka ne izpodbija, da je Islandija znana kot država porekla.

62 Trditev tožeče stranke, ki se nanašajo na neobstoj izvoza storitev, ki so označene z izpodbijano znamko, in na neobstoj ugleda Islandije za te storitve, ter trditve, da velikost islandskega prebivalstva nasprotuje zmožnosti te države, da ohrani verigo prehrambnih trgovin, ni mogoče sprejeti iz istih razlogov, kot so navedeni v točkah 37 in 38 zgoraj, ne da bi bilo poleg tega upoštevno razlikovanje glede na demografsko velikost zadevnega geografskega kraja. Razumno je namreč šteti, da se bodo zadevne storitve, kadar so označene z izpodbijano znamko, dojemale, kot da se opravljajo v trgovinah v tej državi.

63 Glede na navedeno je treba poudariti, da je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je izpodbijana znamka opisna za storitve iz razreda 35.

Nekatere prečne trditve tožeče stranke in združenja INTA

64 Nobena od drugih trditev tožeče stranke in združenja INTA ne more ovreči ugotovitve velikega odbora za pritožbe v zvezi z opisnostjo izpodbijane znamke za proizvode in storitve, ki jih zajema.

65 Na prvem mestu, tožeča stranka in združenje INTA trdita, da je veliki odbor za pritožbe napačno uporabil pravo, ker je v bistvu menil, da je registracija imen držav nujno zajeta z absolutnim razlogom za zavrnitev iz člena 7(1)(c) in (f) Uredbe št. 207/2009, neodvisno od zadevnih proizvodov ali storitev.

66 Vendar je treba ugotoviti, da taka trditev izhaja iz napačnega razumevanja izpodbijane odločbe. Kot je namreč razvidno iz celotnega besedila te odločbe, zlasti njenih točk od 94 do 214, je veliki odbor za pritožbe podrobno analiziral opisnost izpodbijane znamke glede na vse zadevne proizvode in storitve.

67 Na drugem mestu, ugotoviti je treba, da v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, niti tipografija niti barva izpodbijane znamke tej ne dajeta neobičajnega ali osupljivega učinka. Besedni element navedene znamke je namreč predstavljen v standardni pisavi belih črk brez kakršne koli tipografske posebnosti. Čeprav je res, da je nameščena na rdečo, oranžno in rumeno pravokotno podlago, katere rumen in oranžni učinek daje vtis nekoliko izpranega videza, je barvna podlaga, zlasti v oranžni in rumeni barvi, v bistvu običajna v oglasih ali na embalaži, tako da jo potrošnik šteje za okrasni element.

68 V teh okoliščinah je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da figurativni elementi izpodbijane znamke služijo le poudarjanju besednega elementa navedene znamke in nikakor ne spreminjajo opisne vsebine, ki jo podaja ta element.

69 Na tretjem mestu, v zvezi s trditvijo tožeče stranke, da člen 12(b) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 14(b) Uredbe 2017/1001) omogoča, da se islandskim subjektom zagotovi uporaba imena „Iceland“, je treba ugotoviti, da ta določba, naslovljena „Omejitev pravic iz blagovne znamke [Evropske unije]“, predpisuje:

„Blagovna znamka [Evropske unije] imetniku ne daje pravice, da tretji osebi v gospodarskem prometu prepove uporabo:

[…]

b) označb vrste, kakovosti, količine, namena, vrednosti, geografskega izvora, časa proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali drugih značilnosti blaga ali storitve;

[…]

ob pogoju, da jih uporablja v skladu z dobrimi poslovnimi običaji v industrijskih in trgovinskih zadevah.“

70 Namen določbe, navedene v točki 69 zgoraj, je zlasti reševanje težav, ki se pojavijo, ko je bila registrirana znamka, ki je v celoti ali deloma sestavljena iz geografskega imena in tretjim ne priznava uporabe tega imena kot znamke, temveč le zagotavlja, da jo lahko ti uporabljajo opisno, in sicer kot označbo v zvezi z geografskim izvorom, pod pogojem, da se uporablja v skladu z dobrimi poslovnimi običaji v industrijskih in trgovinskih zadevah (glej v tem smislu in po analogiji sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točke od 26 do 28).

71 V nasprotju s tem, kar se zdi, da predlaga tožeča stranka, okoliščina, da člen 12(b) Uredbe št. 207/2009 zagotavlja, da lahko vsak gospodarski subjekt prosto uporablja označbe v zvezi z značilnostmi proizvodov in storitev, ne omogoča zaščite splošnega interesa, na katerem temelji člen 7(1)(c) navedene uredbe. Ravno nasprotno, navedena okoliščina kaže na interes, da se sicer absolutni razlog za ničnost iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 dejansko uporabi za vsak znak, ki lahko označuje lastnost blaga ali storitev, za katere je znamka registrirana (glej v tem smislu sodbo z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točka 61 in navedena sodna praksa). Zato je treba trditev tožeče stranke zavrniti kot neutemeljeno.

72 Na četrtem in zadnjem mestu, zdi se, da tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe očita, da je kot nedopustno zavrgel raziskavo, pripravljeno 2. avgusta 2019, ob upoštevanju telefonskih pogovorov, opravljenih junija 2019.

73 Vendar je treba zlasti ob upoštevanju točk 137, 138, 157 in 196 izpodbijane odločbe ugotoviti, da veliki odbor za pritožbe ni analiziral vprašanja dopustnosti raziskave, opravljene 2. avgusta 2019, ampak vprašanje njene dokazne vrednosti.

74 Poleg tega tudi ob predpostavki, da želi tožeča stranka izpodbijati presojo dokazne vrednosti te raziskave, zadostuje navesti, da ne izpelje nobene konkretne posledice, ki bi jo navedena raziskava imela za presojo opisnosti izpodbijane znamke. Vsekakor, kot je pravilno ugotovil veliki odbor za pritožbe v točki 157 izpodbijane odločbe, zgolj to, da se od anketirancev zahteva, da naštejejo proizvode, na katere pomislijo, ko se srečujejo z izpodbijano znamko, ni nezmotljiv in

ustrezen preizkus, ki bi omogočal presojo opisnosti te znamke, saj je treba to presojo vedno opraviti ob upoštevanju proizvodov in storitev, zajetih s to znamko (glej sodno prakso, navedeno v točki 23 zgoraj).

75 Glede na vse zgornje navedbe je treba prvi tožbeni razlog zavrniti.

Drugi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009

76 Tožeča stranka ob podpori združenja INTA z drugim tožbenim razlogom v bistvu trdi, da je odbor za pritožbe kršil člen 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009.

77 EUIPO in družba Icelandic Trademark Holding izpodbijata trditve tožeče stranke in združenja INTA.

78 Ker iz člena 7(1) Uredbe št. 207/2009 izhaja, da za to, da se znak ne registrira kot znamka Evropske unije, zadostuje, da se uporabi eden od absolutnih razlogov za zavrnitev, in glede na zavrnitev prvega tožbenega razloga tožeče stranke, ki se nanaša na ugotovitev velikega odbora za pritožbe, da se člen 7(1)(c) te uredbe uporablja za ugotovitev ničnosti izpodbijane znamke za vse proizvode in storitve, ki so z njo označeni, ni treba preizkusiti utemeljenosti drugega tožbenega razloga tožeče stranke, ki se nanaša na kršitev člena 7(1)(b) navedene uredbe.

79 Glede na vse navedeno je treba drugi tožbeni razlog in zato tožbo v celoti zavrniti.

Stroški

80 V skladu s členom 134(1) Poslovnika Splošnega sodišča se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki.

81 Ker je bila opravljena obravnava in tožeča stranka ni uspela, se ji v skladu s predlogi EUIPO in družbe Icelandic Trademark Holding naloži plačilo stroškov.

82 Združenje INTA v skladu s členom 138(3) Poslovnika nosi svoje stroške.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat)

razsodilo:

1. **Tožba se zavrne.**

2. **Družba Iceland Foods Ltd poleg svojih stroškov nosi stroške Urada Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) in družbe Icelandic Trademark Holding ehf.**

3. **Združenje International Trademark Association (INTA) nosi svoje stroške.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 16. julija 2025.

Podpisi