Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (seitsmes koda)

16. juuli 2025*

Euroopa Liidu kaubamärk – Kehtetuks tunnistamise menetlus – Euroopa Liidu kujutismärk Iceland – Absoluutne kehtetuks tunnistamise põhjus – Kirjeldavus – Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c (nüüd määruse (EL) 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkt c)

Kohtuasjas T-106/23,

Iceland Foods Ltd, asukoht Deeside (Ühendkuningriik), esindaja: advokaat G. Vos,

hageja,

keda toetab

International Trademark Association (INTA), asukoht New York (Ameerika Ühendriigid), esindajad: advokaadid N. Parrotta, M. Perraki ja A. Lubberger,

menetlusse astuja,

versus

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindaja: V. Ruzek,

kostja,

teine pool EUIPO apellatsioonikoja menetluses, menetlusse astuja Üldkohtus

Icelandic Trademark Holding ehf, asukoht Reykjavik (Island), esindajad: advokaadid A. von Mühlendahl ja H. Hartwig,

ÜLDKOHUS (seitsmes koda),

koosseisus: koja president K. Kowalik-Bańczyk, kohtunikud E. Buttigieg ja I. Dimitrakopoulos (ettekandja),

kohtusekretär: ametnik G. Mitrev,

arvestades menetluse kirjalikku osa,

arvestades 16. oktoobri 2024. aasta kohtuistungil esitatut,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

on teinud järgmise

kohtuotsuse

1 Hageja Iceland Foods Ltd esitas ELTL artikli 263 alusel esitatud hagis nõude tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) laiendatud apellatsioonikoja 15. detsembri 2022. aasta otsus (asi R 1613/2019-G) (edaspidi „vaidlustatud otsus“).

Vaidluse taust

2 Icelandic Trademark Holding ehf esitas 23. jaanuaril 2018 EUIPO-le taotluse tunnistada kehtetuks ELi kaubamärk, mis registreeriti hageja poolt 12. veebruaril 2013 esitatud taotluse alusel järgmise kujutismärgi jaoks:



3 Kaup ja teenused, mida hõlmab vaidlustatud kaubamärk ja millega seoses kehtetuks tunnistamist taotleti, kuuluvad märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni 15. juuni 1957. aasta Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 29, 30 ja 35 ning vastavad neis klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 29: „Liha, linnu- ja ulukiliha; liha-, puuvilja- või köögiviljaekstraktid; konserveeritud, kuivatatud ja kuumtöödeldud puu- ja köögiviljad; puuvilja- ja/või aedviljaekstraktid; lihatooted; vorstid; tarretised, keedised, kompotid, puuviljakonservid, aedviljakonservid; magustoidud, mis kuuluvad klassi 29; munad, piim; piimatooted; jogurt; toiduõlid ja toidurasvad; pähklid ja pähklivõi; marineeritud aedvili, piklid, tofu [sojakohupiim]; võided; supid; pähklipastad; külmutatud toiduained, mis kuuluvad klassi 29; kartulikrõpsud ja kartulitooted (toiduks); valmistoidud ja toiduained; suupisted; ükski eelnimetatud kaupadest ei koosne täielikult või peamiselt kalast“;

– klass 30: „Kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, maniokitärklis, saago, saagotangud, kuskuss, kohvi aseained, kohviessentsid, kohviekstrakt, kohvi ja sigurisegud; šokolaad; šokolaaditooted; jahu ja teraviljatooted ja/või riis ja/või jahu; leib, küpsised, küpsised, koogid, keeksid, tordid, lehttainas, ja maiustused, kondiitritooted, toidujää; mesi, suhkrusiirup; melassid või siirupid; pärm, küpsetuspulbrid; sool, sinep; äädikas, pipar, kastmed, ketšup, salatikastmed; vürtsid; teravalt maitsestatud puuviljakaste; võõp; jäätis, mahlajäätised, külmutatud maiustused; preparaadid jäätise ja/või mahlajäätise ja/või külmutatud maiustuste valmistamiseks; hommikusöögiks mõeldud teraviljatooted; pitsad, makaronid ja makarontooted; sinepipulber; vahud; pudingid; lihapirukad; majonees; lihapehmendid (majapidamises); mesilasema toitepiim (inimtarbeks) (va meditsiiniline); looduslikud magusained; valmistoidud ja toiduained, suupisted, kõik kuuluvad klassi 30; külmutatud toiduained, mis kuuluvad klassi 30; maitsetaimed.“;

– klass 35: „Jaemüügiteenused, jaemüügiteenused, postitellimuse põhised jaemüügiteenused, elektroonilised või sidusjaemüügiteenused, supermarketi- ja hüpermarketiteenused seoses järgmiste kaupadega: liha, linnuliha, ulukiliha, liha, aedvilja- ja puuviljaekstraktid, konservitud, kuivatatud ja kuumtöödeldud puuviljad ja aedviljad, puuvilja- ja/või aedviljaekstraktid, lihatooted, vorstid, tarretised, moosid, keedised, džemmid, konserveeritud puuviljad, aedviljakonservid, kompotid, magustoidud, munad, piim, piimatooted, jogurt, sojaubadest saadud söödavad valgud, toiduõlid ja rasvad, pähklid ja maapähklivõi, marineeritud aedvili, piklid, maitsetaimed, tofu (sojakohupiim), võided, supid, pähklipasta, külmutatud toiduained, kartulikrõpsud, kartulilaastud ja kartulitooted (toitudele), valmistoidud ja nende koostisained, suupistetoit, kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kuskuss [peened nisutangud], kohviasendajad, kohviessentsid, kohviekstraktid, kohvi- ja sigurisegud, šokolaad, šokolaaditooted, jahu ja teravilja- ja/või riisi- ja/või jahutooted, leib, biskviidid, küpsised, koogid, keeksid, tordid, taignatooted, kondiitritooted, maiustused, toidujää, mesi, siirup, siirup, toidumelass, pärm, küpsetuspulber, sool, sinep, äädikas, pipar, kastmed, ketšup, salatikastmed, vürtsid, vürtsained, teravalt maitsestatud puuviljakaste, jahutusjää, jäätis, jää, külmutatud maiustused, jäätisevalmistusained ja/või jää ja/või külmutatud maiustuste valmistusained, hommikusöögihelbed, pitsad, makaronid ja makaronitooted, sinepipulber, vahud, pudingid, lihapirukad, majonees, lihapehmendid (olmelised), mesilasema toitepiim inimtarbeks (va meditsiiniline), looduslikud magusained; reklaamiteenused; turundamine ja turunduskampaaniatega seotud teenused; Kliendi ustavusskeemide ja müügi ning ergutusskeemide kampaaniate organiseerimine, korraldamine ja järelevalve; Info- ja nõustamisteenused eelmainitud teenuste kohta“.

4 Kehtetuks tunnistamise taotluses tugineti sisuliselt nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ELi kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) (muudetud redaktsioonis) artikli 52 lõike 1 punktile a koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktidega b, c ja g (nüüd vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1) artikli 59 lõike 1 punkt a ning artikli 7 lõike 1 punktid b, c ja g).

5 Tühistamisosakond rahuldas 27. mail 2019 kehtetuks tunnistamise taotluse kogu eespool punktis 3 nimetatud kauba ja kõigi seal nimetatud teenuste osas.

6 Hageja esitas 24. juulil 2019 EUIPO-le tühistamisosakonna otsuse peale kaebuse.

7 Laiendatud apellatsioonikoja menetluses esitas Icelandic Trademark Holding tühistamisosakonnas esitatute kõrval täiendava kehtetuks tunnistamise põhjuse, mis põhines sisuliselt määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti a ja artikli 7 lõike 1 punkti f (nüüd määruse 2017/1001 artikli 7 lõike 1 punkt f) koostoimes kohaldamisel.

8 Vaidlustatud otsusega jättis laiendatud apellatsioonikoda kaebuse rahuldamata. Sisuliselt leidis ta esiteks, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktil f põhinev vaidlustatud kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotlus on vastuvõetamatu, kuna see esitati kaebuse staadiumis hilinenult.

9 Teiseks leidis laiendatud apellatsioonikoda ühelt poolt, et asjaomane avalikkus, see tähendab Euroopa Liidu inglise keelt rääkiv lai avalikkus, tajub vaidlustatud kaubamärki kui viidet sellele, et sellega tähistatud kaup ja teenused pärinevad Islandilt. Ta lisas, et vaidlustatud kaubamärgi kujutisosad ei muuda seda taju, kuna need on kaunistavad. Seetõttu leidis ta, et kõnealune kaubamärk oli registreeritud vastuolus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktiga c.

10 Teiselt poolt tuletas laiendatud apellatsioonikoda sisuliselt meelde, et selleks, et asjaomast tähist ei saaks ELi kaubamärgina registreerida, piisab sellest, kui üks absoluutsetest keeldumispõhjustest on kohaldatav. Igal juhul tuleb juhul, kui kõnealust kaubamärki peab analüüsima määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b alusel, asuda seisukohale, et sellel puudub eristusvõime.

Poolte nõuded

11 Hageja palub Üldkohtul:

– tühistada vaidlustatud otsus;

– saata asi tühistamisosakonnale menetluse jätkamiseks tagasi;

– mõista käesoleva hagiga seotud kulud välja EUIPO-lt ning tühistamisosakonna ja laiendatud apellatsioonikoja menetluse kulud Icelandic Trademark Holdingult.

12 EUIPO palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– juhul, kui korraldatakse kohtuistung, mõista kohtukulud välja hagejalt.

13 Icelandic Trademark Holding palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja hagejalt.

14 International Trademark Association (INTA) palub Üldkohtul:

– tühistada vaidlustatud otsus;

– jätta tema kohtukulud tema enda kanda.

Õiguslik käsitlus

15 Hageja esitab sisuliselt kaks väidet, millest esimene puudutab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumist ja teine selle määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist.

Esimene väide, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumist

16 Laiendatud apellatsioonikoda leidis sisuliselt, et vaidlustatud kaubamärk kirjeldab asjaomase avalikkuse silmis sellega hõlmatud kauba ja teenuste geograafilist päritolu või omadusi, arvestades eelkõige geograafilise nimetuse „Island“ väga suurt tuntust ning selle riigi omadusi seoses looduse, ökoloogia, taastuvenergia, majandusliku jõukuse ja kvalifitseeritud tööjõuga, mis on seotud tema tööstuse ja tegeliku ekspordiga. Need asjaolud võimaldavad järeldada, et Island on asjaomase avalikkuse jaoks riik, mis on võimeline tootma mitut eri liiki kaupa ja osutama laia valikut teenuseid. Nii leidis laiendatud apellatsioonikoda, et asjaomane avalikkus seostab

asjaomast kaupa ja asjaomaseid teenuseid vaidlustatud kaubamärgiga nii, et see näitab nende geograafilist päritolu või teatavaid omadusi, mis on konkreetselt selle geograafilise päritoluga seotud.

17 Hageja ja INTA väidavad, et laiendatud apellatsioonikoda rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c. Nad vaidlustavad laiendatud apellatsioonikoja hinnangud ja sellest tulenevalt järelduse, et vaidlustatud kaubamärk on kogu asjaomase kauba ja kõigi asjaomaste teenuste puhul kirjeldav.

18 Täpsemalt leiab hageja, et vaatamata sellele, et liidu tasandil puuduvad õigusnormid, mis keelaksid riiginime kaubamärgina registreerimise, kehtestas laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses *de facto* sellise keelu. Selles osas tugines apellatsioonikoda hageja sõnul kriteeriumidele, mis ei ole määravad – nagu see, et asjaomane avalikkus teab geograafilist nimetust „Iceland“ –, või selle koha ebatäpsetele ja kinnitamata omadustele, mis ei ole igal juhul asjakohased. Lisaks ei võtnud ta arvesse teatavaid hageja esitatud uuringuid. Lõpuks heidab hageja laiendatud apellatsioonikojale ette seda, et viimane leidis ekslikult, et vaidlustatud kaubamärgi kujutisosad on mõeldud üksnes sõnalise osa esiletoomiseks. Isegi kui sõnamärki Iceland tuleks pidada kirjeldavaks määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses – hageja vaidleb sellele vastu –, välistavad vaidlustatud kaubamärgi eristava tüpograafia kujutisosad koos punase ja kollase taustaga seevastu selle kaubamärgi kirjeldavana käsitamise.

19 EUIPO ja Icelandic Trademark Holding vaidlevad hageja ja INTA argumentidele vastu.

20 Sellega seoses nähtub kohtupraktikast, et määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti a kohaselt tunnistatakse ELi kaubamärk kehtetuks EUIPO-le esitatud taotluse alusel või rikkumise suhtes algatatud menetluses esitatud vastuhagi põhjal, kui see kaubamärk on registreeritud sama määruse artikli 7 sätete vastaselt.

21 Määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt ei registreerita kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kauba tootmise või teenuse pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi. Määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 2 (nüüd määruse 2017/1001 artikli 7 lõige 2) kohaselt kohaldatakse sama määruse artikli 7 lõiget 1 olenemata sellest, et registreerimata jätmise põhjused esinevad ainult teatavas liidu osas.

22 Selliseid märke või tähiseid ei peeta võimeliseks täitma kaubamärgi peamist ülesannet, milleks on identifitseerida kauba või teenuse kaubanduslik päritolu (23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 30, ja 27. veebruari 2002. aasta kohtuotsus Eurocool Logistik *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (EUROCOOL), T-34/00, EU:T:2002:41, punkt 37).

23 Selleks et märk kuuluks määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatud keelu kohaldamisalasse, peab sellel olema kõnealuse kauba või kõnealuste teenustega piisavalt otsene ja konkreetne seos, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on kõnealuse kauba ja kõnealuste teenuste või mõne nende omaduse kirjeldusega (vt 12. jaanuari 2005. aasta kohtuotsus Deutsche Post EURO EXPRESS *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika, ning 22. juuni 2005. aasta kohtuotsus Metso Paper Automation *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika).

24 Lisaks, kuigi ei oma tähtsust, kas selline omadus on kaubanduslikus mõttes oluline või teisejärguline, peab omadus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses siiski olema objektiivne ning kauba või teenuse laadist tulenev, nagu ka asjaomase kauba või teenuse seisukohast olemuslik ja kestev (vt 7. mai 2019. aasta kohtuotsus Fissler *vs.* EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, punkt 44 ja seal viidatud kohtupraktika).

25 Kui käsitleda konkreetsemalt Euroopa Liidu kaubamärgi taotlusega hõlmatud kaubakategooriate geograafilist päritolu või teenusekategooriate osutamise kohta tähistada võivaid märke ja tähiseid, iseäranis geograafilisi nimetusi, siis üldine huvi nende kättesaadavuse säilitamiseks ei ole tingitud mitte ainult nende võimest kajastada asjaomaste kauba- ja teenusekategooriate võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi, vaid ka võimest mõjutada eri moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kauba ja teenused positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga (6. septembri 2018. aasta kohtuotsus Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise *vs.* EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, punkt 37; vt analoogia alusel ka 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 26).

26 Lisaks olgu märgitud, et kaubamärgina ei registreerita esiteks geograafilisi nimetusi, kui need tähistavad konkreetseid geograafilisi kohti, mis on juba omandanud maine või tuntuse asjaomase kauba- või teenusekategooriaga seoses ja mis on seega asjaomase avalikkuse silmis selle kategooriaga seotud, ning teiseks ei registreerita geograafilisi nimetusi, mida võivad kasutada ettevõtjad ja mis tuleb jätta samuti ettevõtjatele kättesaadavaks asjasse puutuva kauba- või teenusekategooria geograafilise päritolu tähistamiseks (vt analoogia alusel 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punktid 29, 30 ja 37).

27 Seega tohib tähise registreerimisest määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel keelduda üksnes siis, kui geograafiline nimetus, mille kaubamärgina registreerimist taotletakse, tähistab kohta, millel on asjaomase avalikkuse silmis taotluse esitamise ajal seos asjaomase kauba- või teenusekategooriaga, või kui on mõistlik arvata, et niisugune seos tulevikus tekib (6. septembri 2018. aasta kohtuotsus Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise *vs.* EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, punkt 38; vt analoogia alusel ka 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 31).

28 Ent isegi kui asjaomane avalikkus teab geograafilist kohta, ei tulene sellest automaatselt, et seda tähist võib kaubanduses kasutada geograafilise päritolu tähistamiseks. Selleks et kontrollida, kas kõnesoleva registreerimisest keeldumise põhjuse kohaldamise tingimused on täidetud, tuleb arvesse võtta kõiki asjasse puutuvaid asjaolusid, nagu tähistatud kauba või teenuste olemus; asjaomase geograafilise koha mainekus eeskätt kõnealuses majandussektoris; see, kuivõrd tuntud see asjaomasele avalikkusele on; kõnesoleva tegevusharu tavad ja see, mil määral võib kõnealuse kauba või kõnealuste teenuste geograafiline päritolu olla asjaomase avalikkuse silmis oluline asjasse puutuva kauba või asjasse puutuvate teenuste kvaliteedi või muude omaduste hindamisel (vt selle kohta 25. oktoobri 2005. aasta kohtuotsus Peek & Cloppenburg *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, punkt 49).

29 Lisaks tuleb märkida, et kuna absoluutsel keeldumispõhjusel põhinevas kehtetuks tunnistamise menetluses eeldatakse, et registreeritud ELi kaubamärk on kehtiv, peab kehtetuks tunnistamise taotluse esitanud isik esitama EUIPO-le konkreetsed tõendid, mis kaubamärgi kehtivuse kahtluse alla seavad (13. septembri 2013. aasta kohtuotsus Fürstlich Castell'sches Domänenamt *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, EU:T:2013:424, punkt 28).

30 Käesoleval juhul tuleb esiteks märkida, et hageja ei vaidlusta laiendatud apellatsioonikoja poolt vaidlustatud otsuse punktides 89–93 antud asjaomase avalikkuse määratlust, mille kohaselt on selleks liidu inglise keelt rääkiv lai avalikkus Küprosel, Soomes, Iirimaal, Maltal, Madalmaades, Skandinaavia riikides – sealhulgas Taanis – ja Ühendkuningriigis vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäeva, st 12. veebruari 2013. aasta seisuga.

31 Teiseks leidis laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses sisuliselt, et sõna „Iceland“ tunneb märkimisväärne osa asjaomasest avalikkusest eeskätt Euroopa Majanduspiirkonda (EMP) kuuluva riigi nimena.

32 Sellega seoses tuleb ühelt poolt märkida, et vaidlustatud kaubamärk tähistab sellise geograafiliselt Euroopas asuva riigi nime, mis on suhteliselt hõredalt asustatud ning mille pindala on suurem kui teatavatel liidu ja EMP liikmesriikidel.

33 Teiselt poolt tuleb märkida, et vastupidi hageja väidetele ei pidanud laiendatud apellatsioonikoda Islandi tundmist asjaomase kaubamärgi kirjeldavuse hindamisel määravaks kriteeriumiks. Nimelt märkis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 121 selgelt, et selle kaubamärgi kirjeldavuse hindamisel tuleb arvesse võtta ka muid asjakohaseid tegureid, nagu selle geograafilise nimetusega tähistatud koha omaduste teadmine ning seos kauba- ja teenusekategooriate ning vaidlustatud kaubamärgi vahel.

34 Kolmandaks võttis laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses arvesse Islandi eri omadusi, mis võimaldasid tema arvates järeldada, et Island on riik, mis on võimeline tootma mitut eri liiki kaupa ja osutama laia valikut teenuseid.

35 Sellega seoses tuleb ühelt poolt meenutada, et hageja vaidlustab selle, et üldtuntud on asjaolu, et Island on üks keskkonnasõbralikumaid riike maailmas; laiendatud apellatsioonikoja hinnangu, et Islandi ja liidu liikmesriikide vahel on olulised ärisuhted, ning Islandi turismitööstuse pidamise kiirelt „kasvavaks“. Laiendatud apellatsioonikoda eksis tema sõnul, kui leidis, et Islandilt pärit kauba ekspordi kõige tavalisem sihtkoht on Taani, mitte Madalmaad, ning tegi faktivea, kui ta leidis, et Island pakub mõistlikult laia valikut kaupa ja teenuseid.

36 Siiski tuleb tõdeda, et hageja ei esita laiendatud apellatsioonikoja hinnangute õigsuse kahtluse alla seadmiseks ühtegi konkreetset argumenti ega tõendit. Seega tuleb asuda seisukohale, et nende Islandit puudutavate omaduste hindamist ei saa kahtluse alla seada hageja üldised ja põhjendamata argumendid. Lisaks tuleb märkida, et esiteks võimaldab nende tõendite analüüs, millele laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses tugines, kinnitada, et need tõendavad õiguslikult piisavalt, et Island on keskkonnasõbralik riik, kusjuures see asjaolu aitab muu hulgas muuta Islandi populaarseks turismisihtkohaks (vt vaidlustatud otsuse punktid 108, 109, 125, 126 ja 146, mis käsitlevad Collins Dictionary ja Encyclopedia Britannica kokkulangevat teavet ning eelkõige Íslandsstofa (Promote Iceland) 2015. aasta uuringut Taanis, Prantsusmaal, Saksamaal ja Ühendkuningriigis selle kohta, kuidas turistid Islandit tajuvad, või ka andmeid, mis tulenevad 2016. aasta mai dokumendist „Tourism in Iceland in Figures, May 2016“ („Turism Islandil graafikutena, mai 2016“)). Teiseks nähtub nendest tõenditest, et Island pakkus laia valikut kaupa ja teenuseid ning tal olid ühtlasi nendega seoses olulised ärisuhted EMP riikidega (vt eelkõige vaidlustatud otsuse punkt 127, milles viidatakse Islandi 2015. aasta statistikaülevaatele ning Islandi Statistikaameti väliskaubanduse osakonna juhataja 27. jaanuari 2016. aasta avaldusele Islandi ekspordi kohta liitu ajavahemikul 1999–2014). Lisaks näitavad need asjaolud, et niisugused ärisuhted on püsinud stabiilsena või isegi muutunud veidi intensiivsemaks pärast vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäeva, st 12. veebruarit 2013.

37 Teiselt poolt, mis puudutab hageja ja INTA vastuväiteid nende Islandi omaduste asjakohasuse kohta, mida võeti vaidlustatud otsuses arvesse selle riigi ning vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud kauba ja teenuste vahelise seose hindamisel, siis tuleneb eespool punktides 26 ja 27 viidatud kohtupraktikast, et kaubamärgid on kirjeldavad siis, kui need tähistavad konkreetseid geograafilisi kohti, mis on juba omandanud maine või tuntuse asjaomase kauba- või teenusekategooriaga seoses, ning lisaks ka neid kohti, mille puhul on mõistlik arvata, et tulevikus hakkavad ettevõtjad neid kasutama asjasse puutuva kauba- või teenusekategooria geograafilise päritolu tähistamiseks.

38 Eeltoodust tuleneb, et hageja väidab ekslikult, et käesoleval juhul on vaja hinnata „mainet“, mis on Islandil asjaomase avalikkuse seas või mis tal võib tulevikus vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud kauba ja teenustega seoses tekkida. Nimelt, nagu nähtub eespool punktis 28 viidatud kohtupraktikast, tuleb arvesse võtta 12. veebruari 2013. aasta seisuga esinenud asjaolude kogumit ja tulevikunägemust, mis ei piirdu üksnes maine küsimusega. Peale selle on Islandi eri omadused, mida laiendatud apellatsioonikoda arvesse võttis, olulised selle kindlakstegemisel, mil määral võib asjaomase kauba või asjaomaste teenuste geograafiline päritolu olla asjaomase avalikkuse silmis asjaomase kauba või asjaomaste teenuste kvaliteedi või muude omaduste hindamisel asjakohane.

39 Samadel põhjustel ei ole hagejal alust heita laiendatud apellatsioonikojale ette, et viimane võttis arvesse majanduslikku jõukust, hinnates sealhulgas sisemajanduse koguprodukti (SKP), kvalifitseeritud tööjõudu ja ka erinevate tööstusharude olemasolu, kuna need kriteeriumid võisid võimaldada kindlaks teha, kas Island võib asjaomase kauba ja asjaomaste teenuste osas muutuda tuntuks või mainekaks geograafilise päritolu kohana. Vaidlustatud otsuse – eelkõige selle punktide 146, 147 ja 176 – lugemisest tervikuna nähtub, et laiendatud apellatsioonikoda tunnistas Islandi majanduse asjakohasust (nii seoses selliste kvantitatiivsete aspektidega nagu SKT kui ka kvalitatiivsete aspektidega), et kinnitada oma järeldust selle riigi võime kohta toota ja pakkuda laia valikut kaupa ja teenuseid ning selle kohta, et asjaomane avalikkus tajub vaidlustatud kaubamärki kirjeldavana. Selles osas tuleb veel märkida, et kohtupraktika kohaselt on SKT asjakohane sellise tähisega, mille registreerimist taotletakse, tähistatud geograafilise koha omaduste kindlaksmääramisel ja seega selle tähisega hõlmatud kauba ja teenuste ning kasutatud geograafilise nimetuse vahelise seose hindamisel (vt selle kohta 23. veebruari 2022. aasta kohtuotsus Govern d’Andorra *vs.* EUIPO (Andorra), T-806/19, ei avaldata, EU:T:2022:87, punkt 65). Lisaks nähtub käesoleval juhul vaidlustatud otsuse punktidest 118, 127 ja 144, et laiendatud apellatsioonikoda võttis arvesse majandusnäitajaid tervikuna koos statistiliste andmetega Islandi ekspordi ja impordi kohta.

40 Eeltoodut arvestades tuleb konkreetselt uurida, kas vaidlustatud kaubamärk tähistas asjaomase avalikkuse silmis registreerimistaotluse esitamise ajal kohta, millel on seos asjaomaste kauba- ja teenusekategooriatega, ja kas oli mõistlik eeldada, et tulevikus selline seos tekib.

Vaidlustatud kaubamärgiga hõlmatud kaup, mis kuulub klassidesse 29 ja 30

41 Esiteks leidis laiendatud apellatsioonikoda, et sisuliselt toidu ja põllumajandustoodete geograafilise päritolu tähistamine ei ole mitte ainult levinud äripraktika, vaid teatud kauba puhul ka kohustus, et tagada tarbijate tervise kõrgetasemeline kaitse ja nende õigus teabele. Seega tajuvad tarbijad, kes näevad sellisel kaubal riigi nime, seda tõenäolisemalt päritolukohana ja kirjeldavana, ja seda isegi siis, kui kõnealusel riigil puudub konkreetse kaubaga seoses maine või kui see ei ole selles osas tuntud.

42 Teiseks leidis laiendatud apellatsioonikoda, et kuigi Islandi seostatakse peamiselt kala, mereandide, liha ja piimatoodetega, toodab ta muid toiduaineid, nagu puu- ja köögivilju ning maitsetaimi. Lisaks võimaldavad maapõueenergia abil köetavad kasvuhooned mõistlikult eeldada üsna eripalgelist toidutootmisvõimet. Arvestades asjaolu, et kodulinde kasvatatakse ning mune ja teravilja toodetakse, pakendatakse ja turustatakse Euroopas laialdaselt, arvavad tarbijad, et see kaup võib pärineda Islandilt. Nii on see ka toidurasvade ja -õlide ning eelkõige rapsiõli puhul, kuna rapsi saab kasvatada ka külmemas kliimas.

43 Kolmandaks otsustas laiendatud apellatsioonikoda, et kuigi teatud klassi 30 kuuluvaid tooteid, nagu kakaod, kohvi, teed, riisi, saagot ja tapiokki, ei kasvatata nende omadustest tulenevalt Islandil, on neid seal siiski võimalik töödelda ja kohandada kohaliku maitsega.

44 Hageja väidab sisuliselt, et laiendatud apellatsioonikoda keskendus klassidesse 29 ja 30 kuuluva kauba ja asjaomase geograafilise nimetuse vahelise seose hindamisel ekslikult asjaolule, et Island toodab teataval määral toiduaineid, samas kui need moodustavad vaid väikese osa sellest riigist eksporditavast kaubast. Peale selle on laiendatud apellatsioonikoja hinnangud teatavate „eksootiliste“ toodete osas tema sõnul puhtteoreetilised ja asjakohatud. Lisaks väidab hageja, et õigusnormidest tulenev kohustus märkida tootel päritoluriik ei mõjuta kuidagi selle riigi nime kasutamist kaubamärgina.

45 Sellega seoses tuleb esiteks märkida, et vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud klassidesse 29 ja 30 kuuluv kaup hõlmab taimset ja loomset päritolu toitu ning inimtoiduks mõeldud vedelikke, mis kuuluvad kõik toidusektorisse.

46 Kohtupraktika kohaselt on põllumajanduslike toiduainete puhul tavaliselt tavaks tähistada neid geograafilise nimetusega, mis näitab – või võib näidata – nende geograafilist päritolu (vt selle kohta 15. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Nordmilch *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, punktid 42–45). Asjaomase kauba geograafilist päritolu võib pidada asjaomase avalikkuse silmis eriti oluliseks selle kvaliteedi või muude omaduste hindamisel, võttes arvesse ka üldiseid tervise-, majandus- ja keskkonnaalaseid ning sotsiaalseid ja eetilisi kaalutlusi.

47 Teiseks tuleb tõdeda, et nagu nähtub EUIPO haldusmenetluse toimiku materjalidest, toodab ja ekspordib Island eri liiki põllumajanduslikke toiduaineid, eelkõige kala ja kalatooteid, eri liiki liha, piimatooteid ning puu- ja köögivilju. Eelkõige nähtub toimiku materjalidest, et Island tootis ja eksportis neid tooteid aastatel 1999–2014, see tähendab ajavahemikul, mis hõlmab vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäeva (vt eelkõige vaidlustatud otsuse punkt 127, milles viidatakse Islandi 2015. aasta statistikaülevaatele ning Islandi Statistikaameti väliskaubanduse osakonna juhataja 27. jaanuari 2016. aasta avaldusele Islandi ekspordi kohta liitu ajavahemikul 1999–2014).

48 Lisaks märkis laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 154 (vt eespool punkt 42) seoses teatava muu kõnealuse kaubaga, nagu kodulinnud ja munad, õigesti, et kodulinde saab kasvatada ja vastavat kaupa toota kogu Euroopas ning seega ka Islandil. Samuti võib toidurasvu ja -õlisid, eelkõige rapsiõli, toota või vastavaid taimi ja loomi kasvatada isegi külmemas kliimas, näiteks Islandil. Seega võib vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud klassidesse 29 ja 30 kuuluv kaup olla kokkuvõttes Islandil toodetud, pakendatud ja turustatud ning seda võidakse eksportida EMP riikidesse.

49 Sellest tuleneb, et Island tootis vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise ajal suurt valikut klassidesse 29 ja 30 kuuluvat vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud kaupa, ta ka eksportis neid tooteid ning võis toota ka muud kaupa. Arvestades seda, et Island on võimeline neid tooteid tegelikult või potentsiaalselt tootma ja eksportima, tuleb asuda seisukohale, et kui mingisugust klassidesse 29 ja 30 kuuluvat kaupa turustatakse vaidlustatud kaubamärgi all, siis võidakse seda tajuda sellest riigist pärinevana. Vastupidi hageja väidetele ei saa laiendatud apellatsioonikojale selles osas ette heita seda, et ta ei võtnud arvesse asjaolu, et Islandi eksporditavate toiduainete osa on väidetavalt „minimaalne“. Isegi kui asuda seisukohale, et praegu ei moodusta toiduainete eksport Islandilt just väga olulist osa tema kogueksportdist, ei võimalda selline väide seada kahtluse alla kirjeldavat seost kaubamärgi ja klassidesse 29 ja 30 kuuluva kauba vahel, kuna see ei võta arvesse tulevikunägemust seosest, mis võib mõistlikult tekkida vaidlustatud kaubamärgi ja asjaomase kauba vahel.

50 Seoses hageja argumentidega, millega ta vaidlustab seose olemasolu vaidlustatud kaubamärgi ja hülgeliha vahel, tuleb lisaks märkida, et hageja ei sea kahtluse alla asjaolu, et Islandil toodetakse muud liiki liha, nagu veise-, lamba- ja sealiha, mida vastavalt haldusmenetluse käigus esitatud tõenditele Island ka ekspordib. Seega ei sea tema argumendid kahtluse alla vaidlustatud kaubamärgi kirjeldavust klassi 29 kuuluva laiema kategooria „liha“ osas.

51 Mis puudutab klassi 30 kuuluvat kakaod, kohvi ja teed, siis on küll tõsi, nagu väidab hageja, et sellist kaupa Islandil nende omadustest tulenevalt ei kasvatata ning on vähetõenäoline, et neid tulevikus seal kasvatama hakatakse. Ent laiendatud apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktides 152 ja 155 õigesti, et sellist kaupa saab Islandil töödelda ja kohandada kohaliku maitsega. Andmed teevalikute kohta, mis pärinevad Iirimaalt, Inglismaalt või Šotimaalt – kus teed ometigi ei kasvatata –, mida pakutakse liidus jaemüügiks ja millele viitas laiendatud apellatsioonikoda, on samuti asjakohased näited. Samad kaalutlused kehtivad ka muu kõnealustesse klassidesse kuuluva niisuguse kauba puhul nagu suhkur, šokolaad ja šokolaaditooted ning erinevad puuviljatooted, sest neid saab Islandil kasvatada, kuivatada, konserveerida ja muul viisil töödelda, eelkõige kui tegemist on mustikatest, metsikutest põldmarjadest või sõstardest valmistatud toodetega (vt vaidlustatud otsuse punkt 152).

52 Kui hageja väiteid tuleb mõista nii, et puuduvad tõendid, mis kinnitaksid sellise kauba nagu kakao, kohv või tee ja muu eespool punktis 51 nimetatud kauba töötlemise või kohaliku maitsega kohandamise tava Islandil, tuleb siiski tõdeda, et see võimalus on asjaomase avalikkuse silmis ikkagi mõistlik. Nimelt võib seda liiki kaup olla niisuguse spetsiifilise turustamise esemeks, mis toob esile kaupa, millel on kohalikule maitsele kohandatud maitseväärtused või muud konkreetsed omadused, mis on seotud selle geograafilise päritoluga.

53 Tuleb märkida, et nii see kaup kui ka teatav muu klassidesse 29 ja 30 kuuluv kaup, nagu vürtsid, kastmed, ketšup ja paljud muud tooted, võib pärast kohandamist olla Islandile eriomane näiteks selliste töötlusmeetodite tulemusel, mis võimaldavad esile tuua erilise maitse, ning asjaomane avalikkus võib seda sellisena tajuda.

54 Kõike eeltoodut arvestades tuleb järeldada, et laiendatud apellatsioonikoda leidis õigesti, et vaidlustatud kaubamärk on klassidesse 29 ja 30 kuuluva kauba puhul kirjeldav.

Vaidlustatud kaubamärgiga hõlmatud kaup, mis kuulub klassi 35

55 Klassi 35 kuuluvad vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenused on ühelt poolt sisuliselt seotud jaemüügiga kauplustes ja veebis. Teiselt poolt on tegemist reklaamiteenuste, turundamise ja turunduskampaaniatega seotud teenustega ning ettevõtja äritegevuse organiseerimise ja korraldamisega seotud teenustega.

56 Laiendatud apellatsioonikoda leidis sisuliselt, et vaidlustatud kaubamärki saab kasutada viitena kohale, kust klassi 35 kuuluvaid jaemüügiteenuseid tavaliselt osutatakse. Lisaks võib asjaomane avalikkus tajuda seda kaubamärki viitena nende teenuste raames turustatava kauba konkreetsele kvaliteedile.

57 Hageja väidab sisuliselt, et on vähetõenäoline, et klassi 35 kuuluvad teenused pärinevad Islandilt, kuna see riik on hõredalt asustatud ja selle territoorium on suures osas elamiskõlbmatu – need asjaolud ei võimalda toidukaupluste keti olemasolu. Lisaks rõhutab hageja asjaolu, et Island ei „ekspordi“ ühtegi jaemüügiteenust.

58 Kõigepealt tuleb vaatamata sellele, et pooled ei ole seda vaidlustanud, märkida, et laiendatud apellatsioonikoda tuletas vaidlustatud otsuse punktis 160 meelde, et asjaomased teenused on „peamiselt jaemüügiteenused“. Nimetatud otsuse punktis 161 analüüsis apellatsioonikoda seost nende teenuste ja asjaomase geograafilise nimetuse vahel, viidates sõnaselgelt „jaemüügikauplustele“. Sellele vaatamata jättis ta sama otsuse punktides 162–164 selle seose analüüsimisel sõnaselgelt nimetamata asjaomased teenused, viidates „vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenusekategooriatele“ (punkt 162), „[nendele] teenustele“ või „[neile] teenustele“ (punkt 163), „vaidlustatud kaubamärgiga hõlmatud teenustele“ ja „asjaomastele teenustele“ (punkt 164), kusjuures vaidlustatud otsuse nimetatud punktides on lisaks viidatud 20. juuli 2016. aasta kohtuotsusele Internet Consulting *vs.* EUIPO – Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL) (T-11/15, EU:T:2016:422), mis käsitles sisuliselt juhtimise ja ärikorraldusega seotud teenuseid.

59 Seega, kuigi laiendatud apellatsioonikoda ei viidanud oma põhjendustes sõnaselgelt reklaamiteenustele, turundamisele ja turunduskampaaniatega seotud teenustele ega ettevõtja äritegevuse organiseerimise ja korraldamisega seotud teenustele, tuleneb vaidlustatud otsuse punktides 162–164 esitatud põhjendustest koostoimes, et neid tuleb mõista nii, et need hõlmavad kõiki vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenuseid, mitte ainult jaemüügiga seotud teenuseid. Nimelt on teenuste niisuguste eriomadustega seotud kaalutlused, mida võib kirjeldada geograafilise nimetusega „Island“, kuna need on „näiteks kohandatud selles piirkonnas, mida iseloomustab eriline poliitiline, halduslik ja keeleline kontekst, tegutsevate ettevõtjate erivajadustele“, põhimõtteliselt kohaldatavad üksnes sisuliselt reklaamiteenustele, turundamisele ja turunduskampaaniatega seotud teenustele ning ettevõtja äritegevuse organiseerimise ja korraldamisega seotud teenustele, seda enam, et see väide viitab eriala asjatundjatele, kellele need teenused on mõeldud.

60 Kuna hageja ja INTA ei ole esitanud argumente seoses eespool punktides 58 ja 59 nimetatud teenuste ja vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud geograafilise nimetuse vahelise tulevase seose hindamise kohta, keskendub Üldkohtu analüüs igal juhul sellele hinnangule, võttes arvesse sisuliselt ainult jaemüügiteenuseid ja asjaomast geograafilist nimetust.

61 Tuleb rõhutada, et vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud jaemüügiteenused puudutavad toiduaineid, jooke ja majapidamistooteid, mis kõik on toodetud Islandil. Lisaks võib tegemist olla sellise kaubaga nagu kalad, mereannid või muud meresaadused, mille puhul hageja ei vaidlusta, et Island on tuntud päritoluriigina.

62 Samadel põhjustel, mis on esitatud eespool punktides 37 ja 38, ei saa nõustuda hageja argumentidega, mille kohaselt vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenuseid ei ekspordita ja Islandil puudub nende teenuste puhul maine, ning argumentidega, mille kohaselt Islandi elanike arv ei võimalda toidukaupluste keti olemasolu selles riigis, ilma et seejuures oleks pealegi vaja teha vahet asjaomase geograafilise koha demograafiliste andmete alusel. Nimelt on mõistlik asuda seisukohale, et kui asjaomased teenused kannavad vaidlustatud kaubamärki, tajutakse neid nii, et neid osutatakse selles riigis asuvates kauplustes.

63 Eeltoodut arvestades tuleb märkida, et laiendatud apellatsioonikoda leidis õigesti, et vaidlustatud kaubamärk on klassi 35 kuuluvate teenuste puhul kirjeldav.

Hageja ja INTA teatavad üldisemad väited

64 Ükski hageja ega INTA muu argument ei lükka ümber laiendatud apellatsioonikoja järeldust, et vaidlustatud kaubamärk on sellega hõlmatud kauba ja teenuste puhul kirjeldav.

65 Esiteks väidavad hageja ja INTA, et laiendatud apellatsioonikoda rikkus õigusnormi, kui ta leidis sisuliselt, et riiginime registreerimine on tingimata vastuolus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktides c ja f sätestatud absoluutse keeldumispõhjusega, sõltumata asjaomasest kaubast või teenusest.

66 Tuleb siiski tõdeda, et selline väide tuleneb vaidlustatud otsuse väärast tõlgendamisest. Nagu nähtub samast otsusest tervikuna ja eelkõige selle punktidest 94–214, analüüsis laiendatud apellatsioonikoda nimelt üksikasjalikult vaidlustatud kaubamärgi kirjeldavust seoses kogu asjaomase kauba ja kõigi asjaomaste teenustega.

67 Teiseks tuleb märkida, et vastupidi hageja väidetele ei anna vaidlustatud kaubamärgi tüpograafia ega värvus sellele ebatavalist ega silmatorkavat toimet. Kõnealuse kaubamärgi sõnaline osa on kujutatud standardses valgete tähtede kirjastiilis ilma mingi tüpograafilise eripärata. Kuigi on tõsi, et see on paigutatud punasele, oranžile ja kollasele ristkülikukujulisele taustale, millest jääb kollase ja oranži mõjul mõnevõrra mahapestud mulje, on värviline, eelkõige oranž ja kollane taust reklaamis ja pakenditel sisuliselt levinud, mistõttu tarbija peab seda kaunistuselemendiks.

68 Neil asjaoludel leidis laiendatud apellatsioonikoda õigesti, et vaidlustatud kaubamärgi kujutisosad on mõeldud üksnes kõnealuse kaubamärgi sõnalise osa esiletoomiseks ega muuda kuidagi viimati nimetatud osa kirjeldavat sisu.

69 Kolmandaks, mis puudutab hageja argumenti, et määruse nr 207/2009 artikli 12 punkt b (nüüd määruse 2017/1001 artikli 14 punkt b) võimaldab tagada nimetuse „Iceland“ kasutamise Islandi üksustele, siis tuleb tõdeda, et see säte pealkirjaga „ELi kaubamärgi mõju piirangud“ on sõnastatud järgmiselt:

„ELi kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus:

[…]

b) tähiseid või märke, millel puudub eristusvõime või mis tähistavad liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi;

[…]

ainult juhul, kui kolmas isik järgib kasutamisel ausat tööstus- või kaubandustava.“

70 Eespool punktis 69 viidatud sätte eesmärk on eeskätt reguleerida küsimusi, mis tekivad, kui registreeritud on kaubamärk, mis koosneb tervikuna või osaliselt geograafilisest nimetusest, ja see ei anna kolmandatele isikutele õigust sellist nimetust kaubamärgina kasutada, vaid piirdub selle tagamisega, et kolmandad isikud võivad seda kasutada kirjeldavalt, see tähendab tähistamaks geograafilist päritolu, tingimusel et seejuures järgitakse ausat tööstus- ja kaubandustava (vt selle kohta analoogia alusel 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punktid 26–28).

71 Vastupidi sellele, mida näib väitvat hageja, ei võimalda asjaolu, et määruse nr 207/2009 artikli 12 punkt b tagab, et iga ettevõtja võib vabalt kasutada kauba ja teenuste omadusi tähistavaid tähiseid, tagada selle määruse artikli 7 lõike 1 punkti c aluseks oleva üldise huvi kaitset. Vastupidi, see asjaolu toob veelgi enam esile huvi selle vastu, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatud keeldumispõhjust – mis pealegi on absoluutne – kohaldataks tõepoolest kõigile tähistele, mis võivad tähistada sellise kauba või selliste teenuste mõnda omadust, mille jaoks kaubamärk on registreeritud (vt selle kohta 10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus Agencja Wydawnicza Technopol *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 61 ja seal viidatud kohtupraktika). Seega tuleb hageja argument põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

72 Neljandaks ja viimaseks näib hageja heitvat laiendatud apellatsioonikojale ette seda, et see jättis vastuvõetamatuse tõttu arvesse võtmata 2. augusti 2019. aasta uuringu, võttes arvesse 2019. aasta juunis toimunud telefonivestlusi.

73 Eeskätt vaidlustatud otsuse punktide 137, 138, 157 ja 196 koostoimes tõlgendamise tulemusel tuleb siiski tõdeda, et laiendatud apellatsioonikoda ei analüüsinud mitte 2. augusti 2019. aasta uuringu vastuvõetavust, vaid selle tõendusjõudu.

74 Lisaks, isegi kui asuda seisukohale, et hageja soovib vaidlustada selle uuringu tõendusjõu hindamise, piisab märkusest, et ta ei viita ühelegi konkreetsele tagajärjele, mis sel uuringul oli tema arvates vaidlustatud kaubamärgi kirjeldavuse hindamise osas. Nagu laiendatud apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 157 õigesti leidis, ei ole pelk asjaolu, et küsitletavatelt päritakse, milline kaup neile vaidlustatud kaubamärgiga kokku puutudes pähe

tuleb, eksimatu ja sobiv test, mis võimaldab hinnata, kas asjaomane kaubamärk on kirjeldav, kuna selle hindamisel tuleb alati arvesse võtta selle kaubamärgiga hõlmatud kaupa ja teenuseid (vt eespool punktis 23 viidatud kohtupraktika).

75 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvesse võttes tuleb esimene väide tagasi lükata.

Teine väide, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist

76 Teises väites leiab hageja, keda toetab INTA, sisuliselt, et apellatsioonikoda rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b.

77 EUIPO ja Icelandic Trademark Holding vaidlevad hageja ja INTA argumentidele vastu.

78 Kuna määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikest 1 tuleneb, et tähise ELi kaubamärgina registreerimata jätmiseks piisab sellest, kui kohaldatav on üks selles loetletud absoluutsetest keeldumispõhjustest, ja arvestades, et lükati tagasi hageja esimene väide, millega vaidlustati laiendatud apellatsioonikoja järeldus, et vaidlustatud kaubamärk tuleb tunnistada selle määruse artikli 7 lõike 1 punkti c alusel kehtetuks kogu sellega tähistatud kauba ja kõigi sellega tähistatud teenuste osas, siis ei ole vaja kontrollida hageja teise väite põhjendatust, mis puudutab nimetatud määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist.

79 Kõigest eelnevast lähtuvalt tuleb teine väide jätta läbi vaatamata ning seetõttu jätta hagi tervikuna rahuldamata.

Kohtukulud

80 Vastavalt Üldkohtu kodukorra artikli 134 lõikele 1 on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud.

81 Kuna toimus kohtuistung ja hageja on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud vastavalt EUIPO ja Icelandic Trademark Holdingu nõudele välja mõista hagejalt.

82 Vastavalt kodukorra artikli 138 lõikele 3 kannab INTA ise oma kohtukulud.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (seitsmes koda)

otsustab:

1. **Jätta hagi rahuldamata.**

2. **Jätta Iceland Foods Ltd kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) ning Icelandic Trademark Holding ehf-i kohtukulud.**

3. **Jätta International Trademark Associationi (INTA) kohtukulud tema enda kanda.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 16. juulil 2025 Luxembourgis.

Allkirjad