BENDROJO TEISMO (septintoji kolegija) SPRENDIMAS

2025 m. liepos 16 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra – Žodinis Europos Sąjungos prekių ženklas ICELAND – Absoliutus negaliojimo pagrindas – Apibūdinamasis pobūdis – Reglamento (EB) Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas (dabar – Reglamento (ES) 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies c punktas)“

Byloje T-105/23

Iceland Foods Ltd, įsteigta Disaide (Jungtinė Karalystė), atstovaujama advokato G. Vos,

ieškovė,

palaikoma

International Trademark Association (INTA), įsteigtos Niujorke (Jungtinės Amerikos Valstijos), atstovaujamos advokatų N. Parrotta, M. Perraki ir A. Lubberger,

įstojusios į bylą šalies,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą V. Ruzek,

atsakovę,

kitos procedūros EUIPO apeliacinėje taryboje šalys, įstojusios į bylą Bendrajame Teisme,

Íslandsstofa (Promote Iceland), įsteigta Reikjavike (Islandija),

Islandija,

SA – Business Iceland, įsteigta Reikjavike,

atstovaujamos advokatų A. von Mühlendahl ir H. Hartwig,

BENDRASIS TEISMAS (septintoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkė K. Kowalik-Bańczyk, teisėjai E. Buttigieg ir I. Dimitrakopoulos (pranešėjas),

* Proceso kalba: anglų.

posėdžio sekretorius G. Mitrev, administratorius,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį,

įvykus 2024 m. spalio 16 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

1 SESV 263 straipsniu grindžiamu ieškiniu ieškovė *Iceland Foods Ltd* prašo panaikinti 2022 m. gruodžio 15 d. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) išplėstinės apeliacinės kolegijos sprendimą (byla R 1238/2019-G) (toliau – ginčijamas sprendimas).

Ginčo aplinkybės

2 2016 m. lapkričio 14 d. *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* pateikė EUIPO prašymą pripažinti Europos Sąjungos prekių ženklo, įregistruoto pagal 2002 m. balandžio 19 d. ieškovės paraišką, registraciją negaliojančia.

3 Prekės ir paslaugos, kurioms skirtas ginčijamas prekių ženklas ir kurioms prašyta pripažinti jo registraciją negaliojančia, priskiriamos prie peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 7, 11, 16, 29–32 ir 35 klasių ir pagal kiekvieną iš jų atitinka šį aprašymą:

– 7 klasė: „Buitiniai elektriniai valymo prietaisai, įskaitant elektrinius langų valymo prietaisus, elektrinius batų valymo prietaisus ir dulkių siurblius; skalbimo mašinos; buitiniai prietaisai; visų minėtų prekių dalys ir priedai; visos minėtos prie 7 klasės priskirtos prekės“;

– 11 klasė: „Šildymo, maisto gaminimo, šaldymo, džiovinimo arba vėdinimo prietaisai; šaldikliai, šaldytuvai, kombinuotieji šaldikliai–šaldytuvai, mikrobanginės krosnelės; visų minėtų prekių dalys ir priedai; visos minėtos prie 11 klasės priskirtos prekės“;

– 16 klasė: „Popierius, kartonas, popierinės prekės, kartotinės prekės, pakavimo ir vyniojimo medžiagos; popieriniai arba plastikiniai pakavimo maišeliai; higieninis popierius, popierinės servetėlės, pirkinių maišai, plastikiniai maišai, popieriniai ir plastikiniai maišeliai; maišelių sąsagos; etiketės; tušinukai, pieštukai; atspaudinis popierius; kainos etiketės ir bilietai, dėklai (vokai); spausdintinė medžiaga, periodiniai leidiniai ir raštinės reikmenys; visos minėtos prie 16 klasės priskirtos prekės“;

– 29 klasė: „Mėsa, paukštiena ir žvėriena; mėsos ekstraktai; konservuoti, džiovinti ir virti vaisiai ir daržovės; drebučiai, uogienės; kiaušiniai, pienas ir pieno produktai; valgomieji aliejai ir riebalai; konservuota mėsa ir daržovės; visos minėtos prie 29 klasės priskirtos prekės“;

– 30 klasė: „Kava, arbata, kakava, cukrus, ryžiai, tapijoka, sago kruopos, kavos pakaitalai; miltai ir grūdų produktai, duona, valgomieji ledai; konditerijos gaminiai, valgomieji ledai; medus, sirupas; mielės, kepimo milteliai, druska, garstyčios; actas, padažai, salotų pagardai; prieskoniai; ledas; visos minėtos prie 30 klasės priskirtos prekės“;

– 31 klasė: „Žemės ūkio, sodo ir miško produktai ir grūdai, nepriskirti prie kitos klasės; švieži vaisiai ir daržovės; sėklos; gyvi augalai ir gėlės; pašarai, salyklas; visos minėtos prie 31 klasės priskirtos prekės“;

– 32 klasė: „Alus, mineralinis ir gazuotas vanduo ir kiti gaivieji gėrimai; vaisių gėrimai ir vaisių sultys; sirupai ir kiti gaiviųjų gėrimų gaminimo mišiniai; visos minėtos prie 32 klasės priskirtos prekės“;

– 35 klasė: „Įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių parduotuvėje; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai pamatyti ir įsigyti tų prekių vietos parduotuvėje; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių mažmeninėse maisto produktų, gėrimų ir namų apyvokos reikmenų parduotuvėse; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių mažmeninėse maisto produktų, gėrimų, namų apyvokos prekių ir buitinių prietaisų parduotuvėse; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių mažmeninėse maisto produktų, gėrimų ir namų apyvokos prekių parduotuvėse; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių mažmeninėse maisto produktų, gėrimų, namų apyvokos prekių ir buitinių prietaisų parduotuvėse; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių specializuotose interneto svetainėse, prekiaujančiose maisto produktais, gėrimais, namų apyvokos prekėmis ir buitiniais prietaisais; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių specializuotose interneto svetainėse (įskaitant interneto svetaines, pasiekiamas kompiuteriu, kompiuteriniais tinklais, prie interneto prijungtais mobiliaisiais telefonais, televizija, elektroniniais pranešimų gavikliais ir elektroninėmis užrašų knygelėmis), prekiaujančiose maisto produktais, gėrimais, namų apyvokos prekėmis ir buitiniais prietaisais; įvairių prekių sukaupimas kitiems, teikiantis pirkėjams galimybę patogiai pamatyti ir įsigyti tų prekių iš maisto produktų, gėrimų, namų apyvokos reikmenų ir buitinių prietaisų katalogų užsakant paštu arba telekomunikacijų priemonėmis“.

4 Negaliojimo pagrindai, kuriais remiamasi grindžiant prašymą pripažinti registraciją negaliojančia, iš esmės nurodyti iš dalies pakeisto 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 146) 51 straipsnio 1 dalies a punkte, siejamame su to reglamento 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktais (vėliau atitinkamai iš dalies pakeisto 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) 52 straipsnio 1 dalies a punktas ir 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktai, dabar – 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1) 59 straipsnio 1 dalies a punktas ir 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktai).

5 2019 m. balandžio 5 d. Anuliavimo skyrius patenkino prašymą pripažinti registraciją negaliojančia dėl visų šio sprendimo 3 punkte nurodytų prekių ir paslaugų.

6 2019 m. birželio 5 d. ieškovė pateikė apeliaciją EUIPO dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo.

7 Per procedūrą išplėstinėje apeliacinėje kolegijoje *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* papildė Anuliavimo skyriui nurodytus negaliojimo pagrindus dar vienu, iš esmės grindžiamu Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 1 dalies a punktu ir 7 straipsnio 1 dalies f punktu (vėliau Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies f punktas, dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies f punktas) taikymu.

8 Ginčijamu sprendimu išplėstinė apeliacinė kolegija apeliaciją atmetė. Ji iš esmės nusprendė, pirma, kad prašymas pripažinti ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia, kiek jis grindžiamas Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies f punktu, yra nepriimtinas, nes pateiktas pavėluotai jau apeliacijos stadijoje.

9 Antra, išplėstinė apeliacinė kolegija laikėsi nuomonės, kad atitinkama visuomenė, t. y. plačioji angliškai kalbanti Europos Sąjungos visuomenė, ginčijamą prekių ženklą suvokia kaip nuorodą, kad juo žymimų prekių ir paslaugų kilmės šalis yra Islandija. Todėl ji nusprendė, kad ginčijamas prekių ženklas buvo įregistruotas pažeidžiant Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą.

10 Be to, išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės priminė, jog pakanka, kad būtų taikomas bent vienas absoliutus atsisakymo registruoti pagrindas tam, kad nagrinėjamas žymuo nebūtų registruojamas kaip Europos Sąjungos prekių ženklas. Bet kuriuo atveju, jeigu ginčijamas prekių ženklas turėtų būti vertinamas pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktą, jį reikėtų pripažinti neturinčiu skiriamojo požymio.

Šalių reikalavimai

11 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:

– panaikinti ginčijamą sprendimą,

– grąžinti bylą Anuliavimo skyriui nagrinėti toliau,

– priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas, susijusias su šiuo ieškiniu, o iš *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandijos ir *SA – Business Iceland* – bylinėjimosi išlaidas, patirtas per procedūras Anuliavimo skyriuje ir išplėstinėje apeliacinėje kolegijoje.

12 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas, jeigu būtų rengiamas teismo posėdis.

13 *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

14 *International Trademark Association* (INTA) Bendrojo Teismo prašo:

– panaikinti ginčijamą sprendimą,

– nurodyti jai padengti savo bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

15 Ieškovė iš esmės remiasi dviem ieškinio pagrindais: pirmasis grindžiamas Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimu, antrasis – šio reglamento 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

Dėl pirmojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimu

16 Išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės nusprendė, kad atitinkama visuomenė ginčijamą prekių ženklą suvokia kaip apibūdinantį juo žymimų prekių ir paslaugų kilmę arba jų savybes, atsižvelgiant didelį geografinio pavadinimo „Islandija“ žinomumą ir plačiai paplitusias žinias apie šios šalies gamtą, ekologiją, atsinaujinančių išteklių energiją, ekonominę gerovę, kvalifikuotą darbo jėgą, pramonę ir faktinį eksportą. Šie aspektai tariamai leido padaryti išvadą, kad atitinkama visuomenė laiko Islandiją šalimi, gebančia gaminti daugybę įvairiausių rūšių prekių ir teikti platų paslaugų asortimentą. Taigi, anot išplėstinės apeliacinės kolegijos, atitinkama visuomenė siejo nagrinėjamas prekes ir paslaugas su ginčijamu prekių ženklu, kuris, jos nuomone, žymėjo jų geografinę kilmę arba kai kurias savybes, konkrečiai susijusias su šia kilme.

17 Ieškovė ir INTA tvirtina, kad išplėstinė apeliacinė kolegija pažeidė Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą. Jos ginčija išplėstinės apeliacinės kolegijos vertinimus, taigi ir išvadą, kad ginčijamas prekių ženklas apibūdina visas nagrinėjamas prekes ir paslaugas.

18 Konkrečiai kalbant, ieškovė mano, kad, nors nėra Sąjungos teisės aktų, draudžiančių registruoti valstybių pavadinimus kaip prekių ženklus, išplėstinė apeliacinė kolegija vis dėlto faktiškai nustatė tokį draudimą ginčijamame sprendime. Šiuo klausimu ji rėmėsi nelemiamais kriterijais, kaip antai geografinio pavadinimo „Iceland“ žinomumu atitinkamai visuomenei, arba netiksliais bei nepatvirtintais šios vietovės bruožais, kurie bet kuriuo atveju neturi reikšmės. Be to, tariamai nebuvo atsižvelgta į ieškovės pateiktus tyrimų rezultatus.

19 EUIPO, *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* ginčija ieškovės ir INTA argumentus.

20 Šiuo klausimu iš jurisprudencijos matyti, kad pagal Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 1 dalies a punktą padavus prašymą EUIPO arba priešieškinį teisių pažeidimo byloje Europos Sąjungos prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu šis prekių ženklas buvo įregistruotas nesilaikant to reglamento 7 straipsnio nuostatų.

21 Pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą neregistruojami prekių ženklai, sudaryti tik iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti rūšį, kokybę, kiekį, paskirtį, vertę, geografinę kilmę arba prekių pagaminimo ar paslaugų suteikimo laiką, arba kitas prekių ar paslaugų savybes. Pagal Reglamento 40/94 7 straipsnio 2 dalį (vėliau – Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 2 dalis, dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 2 dalis), jo 7 straipsnio 1 dalis taikoma, net jeigu atsisakymo registruoti prekių ženklą pagrindai galioja tik dalyje Sąjungos.

22 Tokie žymenys ar nuorodos pripažįstami negalinčiais atlikti esminės prekių ženklo funkcijos, t. y. nurodyti prekės ar paslaugos komercinės kilmės (2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *VRDT / Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 30 punktas ir 2002 m. vasario 27 d. Sprendimo *Eurocool Logistik / VRDT (EUROCOOL)*, T-34/00, EU:T:2002:41, 37 punktas).

23 Tam, kad žymeniui būtų taikomas Reglamento 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkte nustatytas draudimas, reikia, kad būtų pakankamai tiesioginė ir konkreti jo ir nagrinėjamų prekių ar paslaugų sąsaja, leidžianti suinteresuotajai visuomenei iš karto ir be papildomų svarstymų suvokti nagrinėjamų prekių ir paslaugų arba vienos iš jų savybių apibūdinimą (žr. 2005 m. sausio 12 d. Sprendimo *Deutsche Post EURO EXPRESS / VRDT (EUROPREMIUM)*, T-334/03, EU:T:2005:4, 25 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją ir 2005 m. birželio 22 d. Sprendimo *Metso Paper Automation / VRDT (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, 25 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

24 Be to, nors nesvarbu, ar tokia savybė komerciniu požiūriu yra esminė, ar papildoma, tačiau, remiantis Reglamento 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktu, tai turi būti bent jau prekės ar paslaugos pobūdį nusakanti objektyvi, taip pat šiai prekei ar paslaugai būdinga ir nuolatinė savybė (žr. 2019 m. gegužės 7 d. Sprendimo *Fissler / EUIPO (vita)*, T-423/18, EU:T:2019:291, 44 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

25 Konkrečiau kalbant apie žymenis ar nuorodas, galinčius žymėti tam tikrų kategorijų prekių kilmę arba tam tikrų kategorijų paslaugų, kurioms prašoma įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą, geografinę paskirties vietą, ypač geografinius pavadinimus, pažymėtina, kad egzistuoja visuomenės interesas išsaugoti teisę nevaržomai naudoti žymenis arba nuorodas dėl jų gebėjimo ne vien tik nurodyti aptariamų prekių ar paslaugų kategorijų kokybę ir kitas savybes, bet ir daryti įvairią įtaką vartotojų pomėgiams, pavyzdžiui, susiejant prekes ar paslaugas su vieta, kuri gali sukelti teigiamų emocijų (2018 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise / EUIPO*, C-488/16 P, EU:C:2018:673, 37 punktas; taip pat pagal analogiją žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 26 punktą).

26 Šiuo klausimu primintina, kad, viena vertus, kaip prekių ženklai neregistruojami geografiniai pavadinimai, žymintys apibrėžtas geografines vietoves, kurios jau yra pripažintos arba žinomos dėl konkrečios prekių ar paslaugų kategorijos ir kurios dėl to, suinteresuotos visuomenės požiūriu, yra su ja susijusios; kita vertus, neregistruojami geografiniai pavadinimai, kuriuos gali naudoti įmonės ir kurie pastarosioms turi būti prieinami kaip konkrečių prekių ar paslaugų kategorijų geografinės kilmės nuorodos (pagal analogiją žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 29, 30 ir 37 punktus).

27 Taigi atsisakyti registruoti žymenį pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą turi būti galima tik tuomet, jeigu geografinis pavadinimas, kurį prašoma įregistruoti kaip prekių ženklą, nurodo vietą, kuri prašymo pateikimo metu suinteresuotosios visuomenės dalies būtų siejama su nagrinėjamų prekių ir paslaugų kategorija arba jeigu būtų pagrįsta manyti, kad ateityje toks ryšys gali būti nustatytas (2018 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise / EUIPO*, C-488/16 P, EU:C:2018:673, 38 punktas; pagal analogiją taip pat žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 31 punktą).

28 Net jeigu suinteresuota visuomenės dalis žino geografinę vietovę, tai automatiškai nereiškia, kad žymuo prekyboje gali būti naudojamas kaip geografinės kilmės nuoroda. Siekiant patikrinti, ar buvo įvykdytos atsisakymo įregistruoti pagrindo taikymo sąlygos, reikia atsižvelgti į visas reikšmingas aplinkybes, tokias kaip ženklinamų prekių ar paslaugų pobūdis, daugiau ar mažiau gera nagrinėjamos geografinės vietovės reputacija nagrinėjamame ekonominiame sektoriuje ir atitinkamos visuomenės dalies žinios apie ją, įpročiai aptariamos veiklos šakoje ir tai, kiek nagrinėjamų prekių ar paslaugų geografinė kilmė gali, suinteresuotų asmenų požiūriu, būti reikšminga vertinant nagrinėjamų prekių ar paslaugų kokybę ir kitas savybes (šiuo klausimu žr. 2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Peek & Cloppenburg / VRDT (Cloppenburg)*, T-379/03, EU:T:2005:373, 49 punktą).

29 Be to, kadangi per registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrą, grindžiamą absoliučiu atsisakymo registruoti pagrindu, registruoto Europos Sąjungos prekių ženklo galiojimas preziumuojamas, prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikęs asmuo turi nurodyti EUIPO konkrečią informaciją, dėl kurios šis galiojimas gali būti ginčijamas (2013 m. rugsėjo 13 d. Sprendimas *Fürstlich Castell'sches Domänenamt / VRDT – Castel Frères (CASTEL)*, T-320/10, EU:T:2013:424, 28 punktas).

30 Nagrinėjamu atveju pažymėtina, pirma, kad ieškovė neginčija išplėstinės apeliacinės kolegijos sprendimo 89–93 punktuose pateiktos atitinkamos visuomenės apibrėžties, pagal kurią 2002 m. balandžio 19 d. prašymo įregistruoti ginčijamą prekių ženklą padavimo dieną ją sudarė plačioji angliškai kalbanti Sąjungos visuomenė Suomijos, Airijos, Nyderlandų, Skandinavijos šalių, įskaitant Daniją, ir Jungtinės Karalystės teritorijose.

31 Antra, ginčijamame sprendime išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės nusprendė, kad didelei atitinkamos visuomenės daliai žodis „Iceland“ žinomas kaip, be kita ko, Europos ekonominei erdvei (EEE) priklausančios valstybės pavadinimas.

32 Šiuo klausimu, viena vertus, pažymėtina, kad geografiniu požiūriu ginčijamas prekių ženklas reiškia Europoje esančios valstybės pavadinimą; ji turi palyginti nedaug gyventojų, o jos teritorijos plotas didesnis už kai kurių Sąjungos ir EEE valstybių.

33 Kita vertus, konstatuotina, kad, priešingai nei teigia ieškovė, išplėstinė apeliacinė kolegija nesirėmė žinojimu apie Islandiją kaip lemiamu kriterijumi vertinant ginčijamo prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį. Ginčijamo sprendimo 121 punkte ji aiškiai nurodė, kad vertinant šio prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį taip pat reikėjo atsižvelgti į kitus svarbius veiksnius, kaip antai šiuo geografiniu pavadinimu žymimai vietovei būdingų bruožų žinojimą ir ryšį tarp prekių ir paslaugų kategorijų ir ginčijamo prekių ženklo.

34 Trečia, ginčijamame sprendime išplėstinė apeliacinė kolegija atsižvelgė į įvairius Islandijai būdingus bruožus, kurie, anot jos, leido padaryti išvadą, kad Islandija yra šalis, gebanti gaminti daugybę įvairiausių rūšių prekių ir teikti platų paslaugų asortimentą.

35 Šiuo klausimu, viena vertus, primintina, jog ieškovė ginčija fakto, kad Islandija yra viena iš valstybių, labiausiai pasaulyje besirūpinančių aplinka, platų žinomumą, išplėstinės apeliacinės kolegijos vertinimą, susijusį su intensyviais prekybos ryšiais tarp Islandijos ir Sąjungos valstybių narių, ir Islandijos pramonės ir turizmo sektorių pripažinimą „klestinčiais“. Išplėstinė apeliacinė kolegija tariamai klaidingai nusprendė, kad Islandijos prekės dažniausiai eksportuojamos į Daniją, o ne į Nyderlandus, ir klaidingai įvertino faktus, nes nusprendė, kad Islandija siūlo pakankamai platų prekių ir paslaugų asortimentą.

36 Vis dėlto konstatuotina, kad ieškovė nenurodo jokio konkretaus argumento ar informacijos, kad iš esmės užginčytų išplėstinės apeliacinės kolegijos vertinimus. Vadinasi, darytina išvada, kad Islandijai būdingų bruožų vertinimas negali būti paneigtas bendrais ir nedetalizuotais ieškovės argumentais. Be to, įrodymų, kuriais ginčijamame sprendime rėmėsi išplėstinė apeliacinė kolegija, analizė leidžia įsitikinti, kad jie pakankamai teisiškai įrodo, pirma, kad Islandija labai rūpinasi aplinka (žr. ginčijamo sprendimo 108, 109, 125, 126 ir 146 punktus, kuriuose kalbama, be kita ko, apie daugybę geoterminės energijos jėgainių ir hidroelektrinių, kurias Islandijoje valdo nacionalinis valdytojas, ir jau seniai ekologišką energijos gamybos Islandijoje pobūdį, taip pat nurodoma patvirtinanti informacija iš *Collins Dictionary* ir *Encyclopedia Britannica*), antra, kad Islandija yra populiari turistinė vieta (žr. ginčijamo sprendimo 108 ir 109 punktus ir šio sprendimo 126 punktą, kuriame visų pirma daroma nuoroda į 2015 m. *Íslandsstofa (Promote Iceland)* Danijoje, Prancūzijoje, Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje atliktą apklausą), trečia, kad Islandija siūlo plataus asortimento prekes ir paslaugas ir tuo pagrindu palaiko intensyvius prekybos santykius su EEE valstybėmis (žr. ginčijamo sprendimo 143 ir 144 punktus, kuriame remiamasi 2015 m. Islandijos statistikos metraščiu ir 2016 m. sausio 27 d. Islandijos statistikos biuro užsienio prekybos skyriaus pirmininko pareiškimu apie eksportą iš Islandijos į Sąjungą 1999–2014 m.).

37 Kita vertus, kiek tai susiję su ieškovės ir INTA teiginiais, kad Islandijai būdingi bruožai, į kuriuos atsižvelgta ginčijamame sprendime, yra nesvarbūs vertinant šios valstybės ryšį su ginčijamu prekių ženklu žymimomis prekėmis ir paslaugomis, iš šio sprendimo 26 ir 27 punktuose primintos jurisprudencijos matyti, kad prekių ženklai yra apibūdinamieji, jeigu jie žymi apibrėžtas geografines vietoves, kurios jau yra pripažintos arba žinomos dėl konkrečios prekių ar paslaugų kategorijos, taip pat jeigu pagrįsta manyti, kad ateityje jie bus įmonių naudojami kaip aptariamų prekių ar paslaugų kategorijų geografinės kilmės nuoroda.

38 Iš to, kas išdėstyta, matyti, jog ieškovė klaidingai teigia, kad nagrinėjamu atveju buvo būtina įvertinti „reputaciją“, kurią Islandija turėjo suinteresuotos visuomenės akyse ar kurią ji galėjo įgyti ateityje, kiek tai susiję su ginčijamu prekių ženklu žymimomis prekėmis ir paslaugomis. Kaip matyti iš šio sprendimo 28 punkte primintos jurisprudencijos, reikia atsižvelgti į visas aplinkybes, buvusias 2002 m. balandžio 19 d., taigi, žvelgiant perspektyviai, jos neapsiriboja vien reputacijos klausimu. Be to, įvairūs Islandijai būdingi bruožai, į kuriuos atsižvelgė išplėstinė apeliacinė kolegija, yra svarbūs nustatant, kokią reikšmę nagrinėjamų prekių ar paslaugų geografinė kilmė gali turėti suinteresuotajai visuomenės daliai vertinant atitinkamų prekių ar paslaugų kokybę ar kitas savybes.

39 Dėl tų pačių priežasčių ieškovė negali priekaištauti išplėstinei apeliacinei kolegijai dėl to, kad ši atsižvelgė į ekonominę gerovę, įskaitant bendrojo vidaus produkto (BVP) vertinimą, į kvalifikuotą darbo jėgą ar įvairių pramonės šakų buvimą, nes šie kriterijai galėjo leisti nustatyti, ar Islandija galėjo tapti žinoma ar garsėti kaip nagrinėjamų prekių ir paslaugų geografinės kilmės vieta. Iš viso ginčijamo sprendimo ir konkrečiai iš jo 146, 147, 164, 167 punktų ir 185 punkto *in fine* matyti, kad išplėstinė apeliacinė kolegija pripažino Islandijos ekonomikos svarbą (kiekybiniu, kaip antai BVP, ir kokybiniu požiūriais), siekdama pagrįsti savo išvadą, kad ši valstybė geba gaminti ir teikti platų prekių ir paslaugų asortimentą, o atitinkama visuomenė ginčijamą prekių ženklą suvokia kaip apibūdinamąjį. Šiuo klausimu dar reikia pažymėti, kad, kaip matyti iš jurisprudencijos, BVP svarbus nustatant prašomu įregistruoti žymeniu nurodomai geografinei vietovei būdingus bruožus, taigi ir vertinant ryšį tarp tuo žymeniu žymimų prekių ir paslaugų bei nurodyto geografinio pavadinimo (šiuo klausimu žr. 2022 m. vasario 23 d. Sprendimo *Govern d'Andorra / EUIPO (Andorra)*, T-806/19, nepaskelbtas Rink., EU:T:2022:87, 65 punktą).

40 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia konkrečiai išnagrinėti, ar registravimo paraiškos padavimo dieną suinteresuotoji visuomenė ginčijamą prekių ženklą suvokė kaip nuorodą į vietą, turinčią ryšį su aptariamų prekių ar paslaugų kategorijomis, ir ar buvo galima pagrįstai tikėtis, kad toks ryšys atsiras ateityje.

Dėl ginčijamu prekių ženklu žymimų 29–32 klasių prekių

41 Pirma, išplėstinė apeliacinė kolegija laikėsi nuomonės, kad maisto produktų, gėrimų ir žemės ūkio produktų geografinės kilmės nurodymas buvo ne tik paplitusi praktika prekyboje, bet tam tikrų prekių atveju taip pat pareiga, skirta užtikrinti aukštą vartotojų sveikatos apsaugos lygį ir jų teisę į informaciją. Taigi vartotojai, pamatę ant šių prekių valstybės pavadinimą, būtų labiau linkę suvokti jį kaip kilmės vietą ir kaip apibūdinimą, net jei atitinkama valstybė konkrečios prekės atveju neturėtų reputacijos ar nebūtų žinoma.

42 Antra, išplėstinė apeliacinė kolegija padarė išvadą, kad nors Islandija daugiausia galėjo asocijuotis su žuvimi, jūros gėrybėmis, mėsa ir pieno produktais, ji gamina (pirminė gamyba) ir kitus maisto produktus, kaip antai vaisius, daržoves ir žoleles. Be to, atsižvelgiant į tai, kad yra geotermine energija šildomų šiltnamių, buvo galima pagrįstai preziumuoti, kad šalis geba gaminti labai įvairius maisto produktus. Kadangi naminiai paukščiai auginami, o kiaušiniai ir grūdai, alus, vanduo, vaisių sultys ir kiti gaivieji gėrimai dažniausiai gaminami, pakuojami ir parduodami Europoje, vartotojų nuomone, šios prekės gali kilti iš Islandijos. Tas pats pasakytina apie valgomuosius riebalus ir aliejus, visų pirma, rapsų aliejų, nes rapsai gali būti auginami ir šaltesnio klimato sąlygomis.

43 Trečia, išplėstinė apeliacinė kolegija nusprendė, kad nors tam tikros 30 klasės prekės, kaip antai kakava, kava, arbata, ryžiai, sago kruopos ar tapijoka dėl savo pobūdžio nebuvo auginamos Islandijoje, jos ten gali būti perdirbamos ir pritaikomos vietos gyventojų skoniui.

44 Ieškovė iš esmės teigia, kad išplėstinė apeliacinė kolegija, vertindama 29–32 klasių prekių ryšį su nagrinėjamu geografiniu pavadinimu, klaidingai susikoncentravo į aplinkybę, kad Islandija tam tikru mastu gamina maisto produktus, kai iš tiesų jie sudaro tik labai mažą šios valstybės eksportuojamų prekių dalį. Taip pat, anot jos, tam tikrų „egzotiškų“ prekių atveju išplėstinės apeliacinės kolegijos vertinimai yra tik teoriniai. Be to, ieškovės teigimu, teisinė pareiga nurodyti ant prekės kilmės valstybę neturi jokios įtakos šios valstybės pavadinimo vartojimui kaip prekių ženklo.

45 Šiuo klausimu, pirma, pažymėtina, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos 29–32 klasių prekės apima augalinės ir gyvūninės kilmės maisto produktus ir maisto sektoriui priklausančius žmonėms vartoti skirtus skysčius.

46 Remiantis jurisprudencija, įprasta praktika yra žymėti žemės ūkio maisto produktus tam tikru geografiniu pavadinimu, kuris nurodo ar gali nurodyti jų geografinę kilmę (šiuo klausimu žr. 2003 m. spalio 15 d. Sprendimo *Nordmilch / VRDT (OLDENBURGER)*, T–295/01, EU:T:2003:267, 42–45 punktus). Aptariamų prekių geografinę kilmę galima laikyti potencialiai ypač svarbia atitinkamai visuomenei, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 28 punkte primintą jurisprudenciją, vertinant tų prekių kokybę ar kitas savybes.

47 Šiuos aspektus papildo aspektai, susiję su specifinėmis atitinkamų produktų iš Islandijos savybėmis, atsižvelgiant į su šia šalimi susijusius gamtinius veiksnius ir minėtų produktų gamybos ar apdorojimo metodą. Juos iliustruoja per administracinę procedūrą EUIPO pateikti įrodymai, be

kita ko, *Icelandic Lamb Marketing Board* (Islandijos prekybos ėriukais tarnyba) brošiūra apie ėriukų auginimą Islandijoje (ginčijamo sprendimo 154 punktas) „Buyers Guide – *From nature to the table* – Flavoured by the wild Pastures of Iceland“ („Pirkimo vadovas – Nuo gamtos iki stalo – Skonis iš Islandijos laukinių ganyklų“), kuri, nors ir išleista 2010 m., yra svarbi, atsižvelgiant į padėtį paraiškos dėl ginčijamo prekių ženklo registravimo momentu, nes joje kalbama apie „tradicinį“ ėriukų auginimo procesą ir jų mėsos apdorojimą. Būtent iš šio dokumento matyti, kad siekiant aukštos mėsos kokybės ėriukai buvo auginami laukinėje gamtoje, laikantis aukštų kokybės standartų. Be to, tame pačiame dokumente taip pat nurodoma, kas yra kultūros paveldas šioje gamybos srityje.

48 Antra, konstatuotina, kad, kaip matyti iš EUIPO turimos administracinės bylos medžiagos, kurią pateikė *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland*, Islandija gamina ir eksportuoja įvairių rūšių žemės ūkio maisto produktus, be kita ko, žuvį ir žuvies produktus, jautieną, avieną ir kiaulieną, pieno produktus, vaisius ir daržoves, pavyzdžiui, įvairių rūšių salotas, kopūstus, pomidorus, brokolius, morkas ir paprikas, įvairias uogas, dumblius ir žoleles, konditeriją, įskaitant šokoladą, ir gėrimus, kaip antai alų ir gaiviuosius gėrimus. Kalbant konkrečiai, iš nurodytos medžiagos matyti, kad 1999–2014 m., t. y. laikotarpiu, prasidėjusiu prieš ir pasibaigusiu po ginčijamo prekių ženklo paraiškos padavimo datos, Islandija gamino ir eksportavo šias prekes (žr. ginčijamo sprendimo 154 punktą, ypač 2016 m. sausio 27 d. Islandijos statistikos biuro užsienio prekybos skyriaus pirmininko pareiškimą dėl 1999–2014 m. laikotarpio, 2015 m. Islandijos metinę statistiką, kurioje nurodyti konkretūs pagal gamybos sritis suskirstyti duomenys apie Islandijos eksportą į Sąjungą ir EEE).

49 Be to, ginčijamo sprendimo 155 punkte (žr. pirmiau 42 punktą) išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nurodė, kad kai kurie kiti aptariami produktai, kaip antai paukštiena ir kiaušiniai, galėjo būti auginami ir gaminami visoje Europoje, taigi ir Islandijoje. Taip pat valgomieji riebalai ir aliejai, visų pirma, rapsų aliejus, galėjo būti gaminami ar auginami net šaltesnio klimato sąlygomis, pvz., Islandijoje. Taigi, apskritai šios ginčijamu prekių ženklu žymimos 29–32 klasių prekės gali būti gaminamos, pakuojamos ir parduodamos Islandijoje ir eksportuojamos į EEE valstybes. Kaip ginčijamo sprendimo 155 punkte nurodė išplėstinė apeliacinė kolegija, tas pats pasakytina apie alų ir gaiviuosius gėrimus.

50 Darytina išvada, kad ginčijamo prekių ženklo paraiškos padavimo dieną Islandija gamino platų šiuo prekių ženklu žymimu 29–32 klasių prekių asortimentą, taip pat eksportavo šias prekes ir gebėjo gaminti kitas. Atsižvelgiant į esamus ar potencialius Islandijos pajėgumus gaminti ir eksportuoti šias prekes, konstatuotina, kad kai viena šių 29–32 klasių prekių parduodama pažymėta ginčijamu prekių ženklu, ji gali būti suvokiama kaip kilusi iš šios valstybės. Šiuo klausimu, priešingai nei teigia ieškovė, išplėstinei apeliacinei kolegijai negalima priekaištauti dėl to, kad ji neatsižvelgė į aplinkybę, susijusią su tariamai „labai maža“ Islandijos eksportuojamų maisto produktų dalimi. Net darant prielaidą, kad dabartinis Islandijos maisto produktų eksportas nesudaro gana reikšmingos viso eksporto dalies, toks teiginys neleidžia paneigti apibūdinamojo ryšio tarp prekių ženklo ir 29–32 klasių prekių, nes juo neatsižvelgiama į tai, kad ateityje toks ryšys pagrįstai gali būti nustatytas tarp ginčijamo prekių ženklo ir juo žymimų prekių.

51 Be to, dėl ieškovės argumentų, kuriais siekiama paneigti ryšio tarp ginčijamo prekių ženklo ir ruonių mėsos buvimą, reikia pažymėti, kad ji nekvestionuoja fakto, kad kitos mėsos rūšys, kaip antai, jautiena, aviena ir kiauliena, gaminamos Islandijoje ir, remiantis per administracinę procedūrą pateiktais įrodymais, šios valstybės eksportuojamos. Taigi jos argumentai negali paneigti ginčijamo prekių ženklo apibūdinamojo pobūdžio, kiek tai susiję su prie 29 klasės priskiriama platesne „mėsos“ kategorija.

52 Kiek tai susiję su prie 30 klasės priskiriama kakava, kava ir arbata, tiesa, kad, kaip teigia ieškovė, dėl paties savo pobūdžio šios prekės nėra auginamos Islandijoje ir vargu ar tai pasikeis ateityje. Vis dėlto išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nurodė, kad jos gali būti perdirbamos ir pritaikomos vietos gyventojų skoniui, kaip matyti iš įrodymų dėl šokolado gamybos, nurodytų ginčijamo sprendimo 154 punkte ir susijusių su vietinėmis konditerijos įmonėmis. Tai gerai iliustruoja išplėstinės apeliacinės kolegijos pateikti pavyzdžiai dėl Sąjungos mažmeninėje prekyboje siūlomų įvairių airiškos, angliškos ar škotiškos arbatos rūšių, nors ši prekė nėra auginama nurodytose šalyse.

53 Jei ieškovės teiginius reikėtų suprasti taip, kad nėra įrodymų, patvirtinančių tokių prekių kaip kakava, kava ar arbata, perdirbimo ar pritaikymo vietos gyventojų pomėgiams praktikos buvimą Islandijoje, vis dėlto reikia konstatuoti, kad, atitinkamos visuomenės požiūriu, tokia galimybė ateityje yra tikėtina. Iš tiesų, šiai prekių rūšiai gali būti taikoma ypatinga rinkodara, akcentuojanti produktą, pasižymintį vietos gyventojų pomėgiams pritaikytu skoniu ar kitomis ypatingomis charakteristikomis, susijusiomis su jo geografine kilme.

54 Reikia pažymėti, kad šios ir kai kurios kitos 29–32 klasių prekės, kaip antai, prieskoniai, mielės ar druska, jas pritaikius gali įgyti Islandijai būdingų savybių, atsižvelgiant, pvz., į perdirbimo metodus, leidžiančius išryškinti ypatingus skonius, ir gali būti atitinkamos visuomenės suvokiamos kaip tokios.

55 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nusprendė, jog ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis 29–32 klasių prekių atžvilgiu.

Dėl ginčijamu prekių ženklu žymimų 7 ir 11 klasės paslaugų

56 Darydama išvadą, kad ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis 7 ir 11 klasių prekių atžvilgiu, išplėstinė apeliacinė kolegija visų pirma atsižvelgė į veiksnius, susijusius su „stiprios pramonės“, naudojančios šaldytuvus ir kitus elektros prietaisus, egzistavimu Islandijoje, Islandijos ekonomikos stabilumu ir gerove, taip pat su aplinkybe, kad ši šalis asocijuojama su žaliąja energetika ir tvarumu dėl jos reputacijos šioje srityje. Paskui ji analizavo vartotojų pirkimo įpročius šiame sektoriuje. Galiausiai išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės nusprendė, kad ginčijamas prekių ženklas gali apibūdinti juo žymimų 7 ir 11 klasių prekių esmines tvarias ir ekologines savybes.

57 Ieškovės tvirtinimu, išplėstinė apeliacinė kolegija laikėsi nuomonės, kad 7 ir 11 klasių prekės gali būti gaminamos Islandijoje, nors šios šalies ekonominiai ir geografiniai bruožai neįrodo tokio gamybos pajėgumo.

58 Pirmiausia primintina, kad 7 ir 11 klasių prekės apima, be kita ko, įvairius buitinius prietaisus, jų atsargines ir konstrukcines dalis. Ieškovė neginčija išplėstinės apeliacinės kolegijos teiginio, kad šios prekės gali lengvai įgyti tvarų įvaizdį, susijusį, be kita ko, su aplinka tausojančia jų gamyba ir mažu energijos suvartojimu.

59 Be to, viena vertus, pridurtina, kad, kaip Apeliacinė taryba nurodė ginčijamo sprendimo 164 punkte, dėl „stiprios pramonės“, kvalifikuotos darbo jėgos, sveikos ir stabilios ekonomikos, Islandijos vyriausybės skatinimo diegti inovacijas ir puoselėti kūrybiškumą 2002 m. atitinkama visuomenė galėjo suvokti Islandiją kaip turinčią galimybę ar artimiausioje ateityje pajėgią pagaminti visas nagrinėjamas šių klasių prekes.

60 Kita vertus, kaip matyti iš bylos medžiagos, kurią per administracinę procedūrą pateikė *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* (žr. 2017 m. lapkričio 2 d. pastabų 3 priedą), tam tikros Islandijoje įsteigtos įmonės gamina ginčijamu prekių ženklu žymimas 7 ir 11 klasių prekes, kaip antai šaldytuvus ir šaldiklius. Nors šie įrodymai pateikti dėl 2017 m., tai yra pavyzdžiai, atsižvelgiant į paraiškos įregistruoti ginčijamą prekių ženklą padavimo datą, t. y. 2002 m. balandžio 19 d., be kita ko, iliustruojantys atitinkamo sektoriaus Islandijos įmonių techninius pajėgumus.

61 Tokiomis aplinkybėmis galima pagrįstai manyti, kad atitinkama visuomenė galėjo suvokti ginčijamą prekių ženklą kaip nurodantį, kad 7 ir 11 klasių prekių kilmės šalis yra Islandija, o turint omenyje šios šalies įvaizdį, tos prekės tausoja aplinką (žr. šio sprendimo 36 punktą) ir pasižymi savybėmis, susijusiomis su jų patvarumu arba ekologiškumu.

62 Šios išvados negali paneigti ieškovės kritika, grindžiama tuo, kad išplėstinės apeliacinės kolegijos ginčijamo sprendimo 80, 147 ir 163 punktuose pateiktos nuorodos į dirbtines galūnes (protezus) šiuo atveju tariamai neturi reikšmės, nes ginčijamas prekių ženklas nebuvo įregistruotas tokioms prekėms. Šiuo klausimu pakanka konstatuoti, kad išplėstinė apeliacinė kolegija tuo rėmėsi tik siekdama iliustruoti, kaip tai padarė *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland*, Islandijos įmonių pajėgumą gaminti išmaniąsias prekes priekinėse technologinės plėtros pozicijose. Šis aspektas buvo svarbus siekiant įvertinti, ar Islandija gali būti suvokiama kaip 7 ir 11 klasių prekių geografinės kilmės vieta.

63 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nusprendė, kad ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis 7 ir 11 klasės paslaugų atžvilgiu.

Dėl ginčijamu prekių ženklu žymimų 16 klasės prekių

64 Ginčijamame sprendime išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės vadovavosi nuostata, kad 16 klasės popierinės ir kartoninės prekės ir raštinės reikmenys naudojami kasdien ir kad atitinkama visuomenė ginčijamą prekių ženklą suvokia kaip nurodantį, kad šių prekių kilmės šalis yra Islandija ir jos tausoja aplinką. Be to, kiek tai susiję su spaudiniais ar periodiniais leidiniais, išplėstinė apeliacinė kolegija teigė, kad atitinkama visuomenė gali daryti prielaidą, jog jie susiję su Islandija.

65 Ieškovės teigimu, išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės rėmėsi paprastomis prielaidomis, kad Islandija ateityje galės gaminti 16 klasės prekes.

66 Šiuo klausimu pirmiausia laikytina, kaip tą iš esmės darė išplėstinė apeliacinė kolegija, kad „popierius, kartonas, popierinės prekės, kartotinės prekės, pakavimo ir vyniojimo medžiagos; popieriniai arba plastikiniai pakavimo maišeliai; higieninis popierius, popierinės servetėlės, pirkinių maišai, plastikiniai maišai, popieriniai ir plastikiniai maišeliai; maišelių sąsagos; etiketės; tušinukai, pieštukai; atspaudinis popierius; kainos etiketės ir bilietai, dėklai (vokai)“ gali būti prekės, pagamintos iš biologiškai skaidžių medžiagų arba taikant gamybos metodus, galinčius sumažinti jų poveikį aplinkai.

67 Mažesnis produktų ir jų pakuočių poveikis aplinkai gali būti laikomas savybe, siejama su pačiais produktais ar pakuotėmis, kad ir dalies visuomenės, kuri teikia reikšmę ekologiškumui, ypač kalbant apie sąmoningus vartotojus, kurie rūpinasi paprastesne atliekų valorizacija ir perdirbimu.

68 Taigi išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nusprendė, kad atitinkama visuomenė ginčijamą prekių ženklą, žymintį Islandiją, žinomą kaip šalį, kuri rūpinasi aplinka (žr. šio sprendimo 36 punktą), suvokia kaip nurodantį 16 klasei priklausančių prekių geografinę kilmę arba ekologišką jų savybę, susijusią su šia geografine kilme.

69 Antra, kiek tai susiję su „spaudiniais, periodiniais leidiniais ir raštinės reikmenimis“, ieškovė neginčija, kad šios prekės galėjo būti susijusios su Islandija, nepriklausomai nuo jų gamybos vietos. Šiomis aplinkybėmis laikytina, kad ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis 16 klasės prekių atžvilgiu.

Dėl ginčijamu prekių ženklu žymimų 35 klasės paslaugų

70 Ginčijamu prekių ženklu žymimos 35 klasės paslaugos, pirma, iš principo susijusios su mažmenine prekyba parduotuvėse ir internetu.

71 Išplėstinė apeliacinė kolegija iš esmės laikėsi nuomonės, kad ginčijamą prekių ženklą buvo galima naudoti kaip nuorodą į vietą, iš kurios paprastai teikiamos prie 35 klasės priskiriamos mažmeninės prekybos paslaugos. Be to, atitinkama visuomenė galėjo suvokti šį prekių ženklą kaip nuorodą į specifinę prekių, parduodamų teikiant minėtas paslaugas, kokybę.

72 Ieškovė iš esmės teigia, jog mažai tikėtina, kad 35 klasės paslaugų kilmės šalis yra Islandija, atsižvelgiant į mažą jos gyventojų skaičių ir didelę negyvenamos teritorijos dalį, o dėl to būtų neįmanoma išlaikyti maisto produktų parduotuvių tinklo. Ieškovė taip pat akcentuoja aplinkybę, kad Islandija „neeksportuoja“ jokių mažmeninės prekybos paslaugų.

73 Reikia pabrėžti, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos mažmeninės prekybos paslaugos susijusios su maisto produktais, gėrimais ir namų apyvokos reikmenimis, kurie visi yra gaminami Islandijoje. Be to, tai gali būti produktai, kaip antai žuvis, jūros gėrybės ar kiti jūros produktai, kurių atvejų ieškovė neginčija Islandijos žinomumo kaip jų kilmės šalies.

74 Ieškovės argumentams, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos paslaugos nėra eksportuojamos, o Islandija negarsėja šiomis paslaugomis, taip pat argumentams, kad dėl Islandijos gyventojų skaičiaus ši valstybė nesugebėtų išlaikyti maisto produktų parduotuvių tinklo, negalima pritarti dėl tų pačių priežasčių, kokios išdėstytos šio sprendimo 37 ir 38 punktuose, o nagrinėjamos geografinės vietovės gyventojų skaičius neturi jokios reikšmės. Iš tiesų, pagrįsta manyti, kad kai nagrinėjamos paslaugos pažymėtos ginčijamu prekių ženklu, jos bus suvokiamos kaip teikiamos šioje valstybėje esančiose parduotuvėse.

75 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, pažymėtina, jog išplėstinė apeliacinė kolegija pagrįstai nusprendė, kad ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis 35 klasės paslaugų atžvilgiu.

Dėl kai kurių kitų ieškovės ir INTA teiginių

76 Jokie kiti ieškovės ir INTA argumentai negali paneigti išplėstinės apeliacinės kolegijos išvados, kad ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis juo žymimų prekių ir paslaugų atžvilgiu.

77 Pirma, ieškovė ir INTA teigia, kad išplėstinė apeliacinė kolegija padarė teisės klaidą, kai iš esmės nusprendė, kad valstybių pavadinimų registravimas, nesvarbu kokioms prekėms ar paslaugoms, automatiškai pažeidžia Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c ir f punktus.

78 Tačiau reikia konstatuoti, kad šis teiginys grindžiamas klaidingu ginčijamo sprendimo supratimu. Iš tiesų, iš viso šio sprendimo, ir visų pirma jo 94–209 punktų, analizės matyti, kad išplėstinė apeliacinė kolegija kruopščiai išnagrinėjo ginčijamo prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį atsižvelgdama į visas juo žymimas prekes ir paslaugas.

79 Antra, dėl ieškovės argumento, pagal kurį Reglamento 40/94 12 straipsnio b punktas (vėliau Reglamento 207/2009 12 straipsnio b punktas, dabar – Reglamento 2017/1001 14 straipsnio b punktas) leidžia užtikrinti Islandijos ūkio subjektams teisę naudoti žodį „Iceland“, konstatuotina, kad ši nuostata, pavadinta „[Europos Sąjungos] prekių ženklo veikimo apribojimas“, suformuluota taip:

„[Europos Sąjungos] prekių ženklas nesuteikia jo savininkui teisės uždrausti trečiosioms šalims komercinėje veikloje naudoti:

<…>

b) prekių ar teikiamų paslaugų rūšies, kokybės, kiekio, paskirties, vertės, geografinės kilmės, pagaminimo laiko nuorodas arba kitas jų charakteristikas;

<…>

jeigu toks naudojimas neprieštarauja sąžiningai pramoninės ir komercinės veiklos praktikai.“

80 Šio sprendimo 79 punkte priminta nuostata siekiama, be kita ko, spręsti problemas, kylančias, kai įregistruojamas prekių ženklas, kurį visą ar jo dalį sudaro geografinis pavadinimas, ir dėl to tretiesiems asmenims nesuteikiama teisė naudoti šio pavadinimo kaip prekių ženklo, bet tik užtikrinama galimybė naudoti jį kaip apibūdinimą, t. y. kaip su geografine kilme susijusią nuorodą, su sąlyga, kad naudojimas savaime neprieštarauja sąžiningai pramoninės ir komercinės veiklos praktikai (pagal analogiją žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 26–28 punktus).

81 Priešingai nei, atrodo, teigia ieškovė, aplinkybė, kad Reglamento Nr. 40/94 12 straipsnio b punktas užtikrina galimybę visiems ūkio subjektams laisvai naudoti nuorodas, susijusias su prekių ir paslaugų savybėmis, neleidžia užtikrinti bendrojo intereso, kuriuo grindžiamas to reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktas, apsaugos. Anaiptol, minėta aplinkybė aiškiai parodo suinteresuotumą tuo, kad Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 1 dalies a punkte, siejamame su jo 7 straipsnio 1 dalies c punktu, įtvirtintas, beje, absoliutus negaliojimo pagrindas būtų veiksmingai taikomas visiems žymenims, galintiems žymėti prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklas yra įregistruotas, savybę (šiuo klausimu žr. 2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 61 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Taigi šį ieškovės argumentą reikia atmesti kaip nepagrįstą.

82 Trečia, ieškovė, atrodo, priekaištauja išplėstinei apeliacinei kolegijai, kad ši kaip nepriimtiną atmetė 2019 m. rugpjūčio 2 d. parengtą studiją, kurioje atsižvelgta į 2019 m. birželį vykusius pokalbius telefonu.

83 Vis dėlto, kartu analizuojant ginčijamo sprendimo 137, 138, 158 ir 205 punktus, reikia konstatuoti, kad išplėstinė apeliacinė kolegija vertino ne 2019 m. rugpjūčio 2 d. studijos priimtinumą, o jos įrodomąją vertę.

84 Be to, net jei ieškovė norėtų ginčyti šios studijos įrodomosios vertės vertinimą, pakanka pažymėti, kad ji nenurodo jokios konkrečios pasekmės, kurią ši studija turėtų vertinant ginčijamo prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį. Bet kuriuo atveju, kaip išplėstinė apeliacinė kolegija teisingai nurodė ginčijamo sprendimo 158 punkte, vien respondentams užduotas klausimas, apie kokią prekę jie pagalvoja pamatę ginčijamą prekių ženklą, nėra patikimas ir adekvatus patikrinimas, leidžiantis įvertinti šio prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį, nes toks vertinimas visada turi būti atliekamas atsižvelgiant į prekių ženklu žymimas prekes ir paslaugas (žr. šio sprendimo 23 punkte nurodytą jurisprudenciją).

85 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, pirmąjį ieškinio pagrindą reikia atmesti.

Dėl antrojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimu

86 Antruoju pagrindu ieškovė, palaikoma INTA, iš esmės teigia, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktą.

87 EUIPO, *Íslandsstofa (Promote Iceland)*, Islandija ir *SA – Business Iceland* ginčija ieškovės ir INTA argumentus.

88 Kadangi iš Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies matyti, jog tam, kad žymuo nebūtų registruojamas kaip Europos Sąjungos prekių ženklas, pakanka bent vieno iš šioje nuostatoje išvardytų absoliučių atsisakymo registruoti pagrindų, ir atsižvelgiant į tai, kad buvo atmestas pirmasis ieškinio pagrindas, kuriuo ginčyta išplėstinės apeliacinės kolegijos išvada, kad ginčijamo prekių ženklo registracija pripažintina negaliojančia visoms juo žymimoms prekėms ir paslaugoms remiantis nurodyto reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu, nėra reikalo nagrinėti ieškinio antrojo pagrindo, grindžiamo to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, pagrįstumo.

89 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, reikia atmesti ieškinio antrąjį pagrindą, taigi ir visą ieškinį.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

90 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo.

91 Kadangi įvyko teismo posėdis ir ieškovė bylą pralaimėjo, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal EUIPO, Islandijos, *Íslandsstofa (Promote Iceland)* ir *SA – Business Iceland* reikalavimus.

92 Remiantis Procedūros reglamento 138 straipsnio 3 dalimi, INTA padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (septintoji kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. ***Iceland Foods Ltd*** **padengia savo bylinėjimosi išlaidas ir iš jos priteisiamos Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO),** ***Íslandsstofa (Promote Iceland),*** **Islandijos ir** ***SA – Business Iceland*** **patirtos bylinėjimosi išlaidos.**

3. ***International Trademark Association (INTA)*** **padengia savo bylinėjimosi išlaidas.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

Paskelbta 2025 m. liepos 16 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.