Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (siódma izba)

z dnia 16 lipca 2025 r.*

Znak towarowy Unii Europejskiej – Postępowanie w sprawie unieważnienia prawa do znaku – Słowny unijny znak towarowy ICELAND – Bezwzględna podstawa unieważnienia – Charakter opisowy – Artykuł 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia (WE) nr 40/94 [obecnie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia (UE) 2017/1001]

W sprawie T-105/23

Iceland Foods Ltd, z siedzibą w Deeside (Zjednoczone Królestwo), którą reprezentował G. Vos, adwokat,

strona skarżąca,

popierana przez

International Trademark Association (INTA), z siedzibą w Nowym Jorku (Stany Zjednoczone), którą reprezentowali N. Parrotta, M. Perraki i A. Lubberger, adwokaci,

interwenient,

przeciwko

Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), który reprezentował V. Ruzek, w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

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

Íslandsstofa (Promote Iceland), z siedzibą w Reykjavíku (Islandia),

Islandia,

SA – Business Iceland, z siedzibą w Reykjavíku,

które reprezentowali A. von Mühlendahl i H. Hartwig, adwokaci,

SĄD (siódma izba),

* Język postępowania: angielski.

w składzie: K. Kowalik-Bańczyk, prezeska, E. Buttigieg i I. Dimitrakopoulos (sprawozdawca), sędziowie,

sekretarz: G. Mitrev, administrator,

uwzględniając pisemny etap postępowania,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 16 października 2024 r.,

wydaje następujący

Wyrok

1 W skardze opartej na art. 263 TFUE skarżąca, Iceland Foods Ltd, wnosi o stwierdzenie nieważności decyzji Wielkiej Izby Odwoławczej Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) z dnia 15 grudnia 2022 r. (sprawa R 1238/2019-G) (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją").

Okoliczności powstania sporu

2 W dniu 14 listopada 2016 r., Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia i SA – Business Iceland wystąpiły do EUIPO z wnioskiem o unieważnienie prawa do unijnego znaku towarowego, który został zarejestrowany w następstwie zgłoszenia dokonanego przez skarżącą w dniu 19 kwietnia 2002 r. dla oznaczenia słownego ICELAND.

3 Towary i usługi oznaczane spornym znakiem towarowym, dla których wniesiono o unieważnienie prawa do znaku, należą do klas 7, 11, 16, 29–32 i 35 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają następującemu opisowi:

– klasa 7: „elektryczne urządzenia czyszczące do gospodarstwa domowego, w tym elektryczne urządzenia do mycia okien i elektryczne urządzenia do czyszczenia butów i odkurzacze; pralki; sprzęt gospodarstwa domowego; części i akcesoria do wszystkich wyżej wymienionych towarów; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 7";

– klasa 11: „urządzenia grzewcze do pomieszczeń, do gotowania, chłodzące, do suszenia lub wentylacji; zamrażarki, lodówki, lodówko zamrażarki, kuchenki mikrofalowe; części i akcesoria do wszystkich wyżej wymienionych towarów; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 11";

– klasa 16: „papier, tektura, wyroby z papieru, wyroby z tektury, materiały do owijania i pakowania; torby do pakowania z papieru lub z tworzyw sztucznych; papier toaletowy, ręczniki papierowe, torby służące do przenoszenia, torebki z tworzyw sztucznych, torby papierowe lub z tworzyw sztucznych; zamknięcia do torebek; etykiety; pióra i ołówki; kalkomanie; etykietki z cenami oraz bileciki i oprawki w postaci kopert; druki, publikacje periodyczne i materiały piśmienne; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 16";

– klasa 29: „mięso, drób i dziczyzna, ekstrakty mięsne; owoce i warzywa konserwowe, suszone i gotowane; galaretki, dżemy; jaja, mleko i produkty mleczne; oleje i tłuszcze jadalne; mięso konserwowane i warzywa w puszkach; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 29”;

– klasa 30: „kawa, herbata, kakao, cukier, ryż, tapioka, sago, surogaty kawy; mąka i produkty zbożowe, chleb, lody spożywcze; wyroby cukiernicze i słodycze, lody spożywcze; miód, melasa; drożdże, proszek do pieczenia; sól, musztarda; ocet, sosy, sosy sałatkowe; przyprawy korzenne; lód do chłodzenia; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 30”;

– klasa 31: „produkty rolnicze, ogrodnicze i leśne oraz ziarna nieujęte w innych klasach; świeże owoce i warzywa; nasiona, naturalne rośliny i kwiaty; pasza dla zwierząt, słód; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 31”;

– klasa 32: „piwo; wody mineralne i gazowane oraz inne napoje bezalkoholowe; napoje owocowe i soki owocowe; syropy i inne preparaty do produkcji napojów; wszystkie wyżej wymienione towary ujęte w klasie 32”;

– klasa 35: „gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach w supermarkecie; gromadzenie, dla osób trzecich, asortymentu towarów umożliwiające klientom obejrzenie i dokonanie zakupu tych towarów w dogodnych warunkach w sklepie z podstawowymi artykułami; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach u sprzedawców detalicznych artykułów spożywczych, napojów i artykułów gospodarstwa domowego; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach u sprzedawców detalicznych artykułów spożywczych, napojów, artykułów gospodarstwa domowego i sprzętu gospodarstwa domowego; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach u sprzedawców detalicznych artykułów spożywczych, napojów i artykułów gospodarstwa domowego; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach u sprzedawców detalicznych artykułów spożywczych, napojów, artykułów gospodarstwa domowego i sprzętu gospodarstwa domowego; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach z witryny internetowej specjalizującej się w sprzedaży produktów spożywczych, napojów, artykułów gospodarstwa domowego i sprzętu gospodarstwa domowego; gromadzenie, na rzecz osób trzecich, asortymentu towarów w celu umożliwienia klientom sprawdzenia i dokonania zakupu tych towarów w dogodnych warunkach z witryny internetowej (w tym z witryny internetowej dostępnej za pośrednictwem komputera, sieci informatycznych, telefonów komórkowych kompatybilnych z Internetem, telewizorów, odbiorników radiowych i elektronicznych terminarzy) specjalizującej się w sprzedaży produktów spożywczych, napojów, artykułów gospodarstwa domowego i sprzętu gospodarstwa domowego; gromadzenie, dla osób trzecich, asortymentu towarów umożliwiające klientom obejrzenie i dokonanie zakupu tych towarów w dogodnych warunkach z katalogu produktów spożywczych, napojów, artykułów gospodarstwa domowego i sprzętu gospodarstwa domowego za zamówieniem pocztowym lub za pośrednictwem środków telekomunikacji”.

4 Podstawami unieważnienia, na które powołano się na poparcie wniosku o unieważnienie prawa do znaku, były zasadniczo podstawy określone w art. 51 ust. 1 lit. a) rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 1), ze zmianami, w związku z art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) wspomnianego rozporządzenia [następnie, odpowiednio, art. 52 ust. 1 lit. a) oraz art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2009, L 78, s. 1), ze zmianami, a obecnie art. 59 ust. 1 lit. a) i art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2017, L 154, s. 1)].

5 W dniu 5 kwietnia 2019 r. Wydział Unieważnień uwzględnił wniosek o unieważnienie prawa do znaku w odniesieniu do wszystkich towarów i usług, o których mowa w pkt 3 powyżej.

6 W dniu 5 czerwca 2019 r. skarżąca wniosła do EUIPO odwołanie od decyzji Wydziału Unieważnień.

7 W postępowaniu przed Wielką Izbą Odwoławczą Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia i SA – Business Iceland podniosły dodatkową – względem podstaw przedstawionych przed Wydziałem Unieważnień – podstawę unieważnienia, opartą zasadniczo na zastosowaniu przepisów art. 51 ust. 1 lit. a) w związku z art. 7 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 40/94 [następnie art. 7 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 207/2009, a obecnie art. 7 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 2017/1001].

8 Zaskarżoną decyzją Wielka Izba Odwoławcza oddaliła odwołanie. W pierwszej kolejności izba ta uznała zasadniczo, że wniosek o unieważnienie prawa do spornego znaku towarowego oparty na art. 7 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 40/94 jest niedopuszczalny ze względu na to, że został złożony po terminie na etapie odwołania.

9 W drugiej kolejności, po pierwsze, Wielka Izba Odwoławcza uznała, że sporny znak towarowy jest postrzegany przez właściwy krąg odbiorców, a mianowicie ogół anglojęzycznych odbiorców w Unii Europejskiej, jako wskazanie, że oznaczone nim towary i usługi pochodzą z Islandii. W rezultacie stwierdziła ona, że sporny znak towarowy został zarejestrowany z naruszeniem art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94.

10 Po drugie, Wielka Izba Odwoławcza przypomniała zasadniczo, że do odmowy rejestracji oznaczenia jako unijnego znaku towarowego wystarczy, aby zastosowanie znalazła choćby jedna z bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji. W każdym wypadku, gdyby sporny znak towarowy należało rozpatrywać w świetle przepisów art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, należałoby go uznać za pozbawiony charakteru odróżniającego.

Żądania stron

11 Skarżąca wnosi do Sądu o:

– stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

– przekazanie sprawy Wydziałowi Unieważnień celem dalszego prowadzenia postępowania;

– obciążenie EUIPO kosztami niniejszego postępowania, a Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandię i SA – Business Iceland kosztami postępowania przed Wydziałem Unieważnień i Wielką Izbą Odwoławczą.

12 EUIPO wnosi do Sądu o:

– oddalenie skargi;

– obciążenie skarżącej kosztami postępowania w przypadku wezwania na rozprawę.

13 Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia i SA – Business Iceland wnoszą do Sądu o:

– oddalenie skargi;

– obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

14 International Trademark Association (INTA) wnosi do Sądu o:

– stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

– orzeczenie, że pokryje ona własne koszty.

Co do prawa

15 Skarżąca podnosi w istocie dwa zarzuty, oparte, po pierwsze, na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, i po drugie, na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, opartego na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94

16 Wielka Izba Odwoławcza stwierdziła zasadniczo, że sporny znak towarowy stanowi dla właściwego kręgu odbiorców opis pochodzenia geograficznego oznaczonych nim towarów i usług lub opis ich właściwości, w szczególności ze względu na bardzo wysoki poziom znajomości nazwy geograficznej „Islandia” oraz cech charakterystycznych tego kraju pod względem przyrody, ekologii, energii odnawialnej, dobrobytu gospodarczego, wykwalifikowanej siły roboczej oraz cech związanych z jego przemysłem i rzeczywistym wywozem. Elementy te pozwalają na stwierdzenie, że dla właściwego kręgu odbiorców Islandia jest krajem zdolnym do wytwarzania wielu różnych rodzajów towarów i świadczenia szerokiej gamy usług. A zatem, zdaniem Wielkiej Izby Odwoławczej, właściwy krąg odbiorców dostrzeże związek między rozpatrywanymi towarami i usługami a spornym znakiem towarowym jako wskazanie ich pochodzenia geograficznego lub niektórych ich właściwości związanych konkretnie z tym pochodzeniem geograficznym.

17 Skarżąca i INTA podnoszą, że Wielka Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94. Kwestionują one ocenę dokonaną przez Wielką Izbę Odwoławczą, a w konsekwencji wniosek dotyczący opisowego charakteru spornego znaku towarowego w odniesieniu do wszystkich rozpatrywanych towarów i usług.

18 W szczególności skarżąca uważa, że pomimo braku przepisów na poziomie Unii, które zakazywałyby rejestracji nazw państw jako znaków towarowych, Wielka Izba Odwoławcza nałożyła jednak de facto taki zakaz w zaskarżonej decyzji. W tym względzie Wielka Izba Odwoławcza oparła się na kryteriach, które nie były decydujące, takich jak znajomość nazwy geograficznej „Iceland" przez właściwy krąg odbiorców lub na nieprawidłowych i niepotwierdzonych, a w każdym razie pozbawionych znaczenia cechach charakterystycznych tego miejsca. Co więcej, nie wzięła ona pod uwagę pewnych ankiet przedstawionych przez skarżącą.

19 EUIPO, Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia oraz SA – Business Iceland kwestionują argumenty skarżącej i INTA.

20 W tym względzie z orzecznictwa wynika, że zgodnie z art. 51 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 prawo do unijnego znaku towarowego podlega unieważnieniu na podstawie wniosku do EUIPO lub roszczenia wzajemnego w postępowaniu w sprawie naruszenia, w przypadku gdy ten znak towarowy został zarejestrowany z naruszeniem przepisów art. 7 tego rozporządzenia.

21 Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 nie są rejestrowane znaki towarowe, które składają się wyłącznie z oznaczeń lub wskazówek mogących służyć w obrocie do oznaczania rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego lub czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub innych właściwości towarów lub usług. Na podstawie art. 7 ust. 2 tego rozporządzenia (następnie art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 207/2009, a obecnie art. 7 ust. 2 rozporządzenia 2017/1001) art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 stosuje się bez względu na fakt, że podstawy odmowy rejestracji istnieją tylko w części Unii.

22 Takie oznaczenia lub wskazówki są uznawane za nienadające się do pełnienia podstawowej funkcji znaku towarowego, która polega na wskazywaniu pochodzenia handlowego towaru lub usługi [wyroki: z dnia 23 października 2003 r., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, pkt 30; z dnia 27 lutego 2002 r., Eurocool Logistik/OHIM (EUROCOOL), T-34/00, EU:T:2002:41, pkt 37].

23 Aby oznaczenie zostało objęte zakazem ustanowionym w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, musi ono wykazywać wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z rozpatrywanymi towarami lub usługami, który pozwoli właściwemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec w nim opis tych towarów lub usług lub jednej z ich właściwości [zob. wyroki: z dnia 12 stycznia 2005 r., Deutsche Post EURO EXPRESS/OHIM (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, pkt 25 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 22 czerwca 2005 r., Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, pkt 25 i przytoczone tam orzecznictwo].

24 Ponadto o ile bez znaczenia jest to, czy taka właściwość z handlowego punktu widzenia ma charakter zasadniczy, czy uboczny, o tyle właściwość w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 musi jednak być obiektywna i nierozerwalnie związana z charakterem towaru lub usługi oraz samoistna i trwała w odniesieniu do tego towaru lub usługi [zob. wyrok z dnia 7 maja 2019 r., Fissler/EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, pkt 44 i przytoczone tam orzecznictwo].

25 Szczególnie w przypadku oznaczeń lub wskazówek mogących służyć do oznaczania pochodzenia lub przeznaczenia geograficznego kategorii towarów bądź miejsca świadczenia kategorii usług, dla których wniesiono o rejestrację unijnego znaku towarowego, a dokładniej nazw geograficznych, istnieje interes ogólny w zachowaniu ich dostępności, w szczególności ze

względu na ich zdolność nie tylko do ewentualnego wskazywania jakości i innych właściwości danych kategorii towarów lub usług, ale również z uwagi na ich zdolność do wpływania w różny sposób na preferencje konsumentów, przykładowo poprzez powiązanie towarów lub usług z miejscem, które może wzbudzać pozytywne odczucia (wyrok z dnia 6 września 2018 r., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, pkt 37; zob. także analogicznie wyrok z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 26).

26 W tym względzie należy przypomnieć, że z rejestracji w charakterze znaku towarowego wyłączone są, po pierwsze, nazwy geograficzne, w przypadku gdy oznaczają one określone miejsca geograficzne, które ze względu na daną kategorię towarów lub usług cieszą się już uznaniem lub są z nich znane i w konsekwencji w odczuciu zainteresowanych kręgów wykazują z nią związek, oraz po drugie, nazwy geograficzne, które mogą być używane przez przedsiębiorstwa i muszą pozostawać również dla nich dostępne jako wskazówki pochodzenia geograficznego danej kategorii towarów lub usług (zob. analogicznie wyrok z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 29, 30, 37).

27 Z tego względu można odmówić rejestracji oznaczenia na podstawie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 jedynie w przypadku, gdy nazwa geograficzna, dla której wniesiono o rejestrację w charakterze znaku towarowego, oznacza miejsce, które w chwili dokonania zgłoszenia wykazuje w odczuciu zainteresowanych kręgów związek z daną kategorią towarów i usług, lub można w uzasadniony sposób przypuszczać, że w przyszłości taki związek będzie można ustanowić (wyrok z dnia 6 września 2018 r., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, pkt 38; zob. także analogicznie wyrok z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 31).

28 Tymczasem nawet jeśli właściwy krąg odbiorców zna miejsce geograficzne, to nie wynika z tego bezwzględnie, że oznaczenie może służyć w obrocie jako wskazówka pochodzenia geograficznego. W celu zbadania, czy przesłanki zastosowania omawianej podstawy odmowy rejestracji zostały spełnione, należy wziąć pod uwagę wszystkie istotne okoliczności, takie jak charakter oznaczonych towarów lub usług, ich mniejszą lub większą renomę, w szczególności w omawianym sektorze gospodarczym, omawiane miejsce geograficzne i jego mniejszą lub większą znajomość wśród zainteresowanego kręgu odbiorców, zwyczaje w danej dziedzinie działalności oraz kwestię dotyczącą tego, w jakim zakresie pochodzenie geograficzne omawianych towarów lub usług może w oczach zainteresowanych kręgów mieć znaczenie dla oceny jakości lub innych cech danych towarów lub usług [zob. podobnie wyrok z dnia 25 października 2005 r., Peek & Cloppenburg/OHIM (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, pkt 49].

29 Ponadto w ramach postępowania w sprawie unieważnienia prawa do znaku opartego na bezwzględnej podstawie odmowy rejestracji, z uwagi na to, że zarejestrowany unijny znak towarowy korzysta z domniemania ważności, to do osoby wnoszącej o unieważnienie prawa do niego należy wskazanie przed EUIPO konkretnych okoliczności, które mogą podważyć jego ważność [wyrok z dnia 13 września 2013 r., Fürstlich Castell'sches Domänenamt/OHIM – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, EU:T:2013:424, pkt 28].

30 W niniejszej sprawie w pierwszej kolejności należy zauważyć, że skarżąca nie kwestionuje przyjętej przez Wielką Izbę Odwoławczą w pkt 89–93 zaskarżonej decyzji definicji właściwego kręgu odbiorców, zgodnie z którą krąg ten składa się z ogółu anglojęzycznych odbiorców w Unii w dniu

dokonania zgłoszenia spornego znaku towarowego (w dniu 19 kwietnia 2002 r.), znajdujących się na terytoriach Finlandii, Irlandii, Niderlandów, krajów skandynawskich, w tym Danii, i Zjednoczonego Królestwa.

31 W drugiej kolejności w zaskarżonej decyzji Wielka Izba Odwoławcza stwierdziła zasadniczo, że słowo „Iceland" jest znane znaczącej części właściwego kręgu odbiorców jako nazwa państwa należącego między innymi do Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG).

32 W tym względzie, po pierwsze, należy zauważyć, że sporny znak towarowy oznacza nazwę państwa z geograficznego punktu widzenia położonego w Europie, obejmującego stosunkowo słabo zaludnione terytorium oraz powierzchnię większą niż powierzchnia niektórych państw członkowskich Unii i EOG.

33 Po drugie, należy stwierdzić, że wbrew temu, co twierdzi skarżąca, Wielka Izba Odwoławcza nie uznała znajomości Islandii za decydujące kryterium w ramach oceny opisowego charakteru spornego znaku towarowego. Izba Odwoławcza wyraźnie wskazała bowiem w pkt 121 zaskarżonej decyzji, że ocena charakteru opisowego tego znaku towarowego wymaga również uwzględnienia innych istotnych czynników, takich jak znajomość cech charakterystycznych miejsca oznaczonego tą nazwą geograficzną oraz związek między kategoriami towarów i usług a spornym znakiem towarowym.

34 W trzeciej kolejności Wielka Izba Odwoławcza odniosła się w zaskarżonej decyzji do różnych cech charakterystycznych Islandii, które jej zdaniem prowadzą do wniosku, że Islandia jest krajem zdolnym do wytwarzania wielu różnych rodzajów towarów i świadczenia szerokiej gamy usług.

35 W tym względzie z jednej strony należy przypomnieć, że skarżąca kwestionuje notoryjny charakter faktu, że Islandia jest jednym z krajów najbardziej dbających o środowisko na świecie, a także dokonaną przez Wielką Izbę Odwoławczą ocenę, że stosunki handlowe Islandii z państwami członkowskimi Unii są rozwinięte, oraz stwierdzenie, że islandzki przemysł turystyczny przeżywa prawdziwy „boom". Jej zdaniem Wielka Izba Odwoławcza błędnie uznała, że najczęstszym miejscem przeznaczenia towarów wywożonych z Islandii jest Dania, a nie Niderlandy, i popełniła błąd w ustaleniach faktycznych, uznając, że Islandia dostarcza stosunkowo szeroką gamę towarów i usług.

36 Należy jednak stwierdzić, że skarżąca nie przedstawia żadnego konkretnego argumentu ani dowodu w celu podważenia prawdziwości ocen dokonanych przez Wielką Izbę Odwoławczą. W związku z tym należy stwierdzić, że ogólna i mało szczegółowa argumentacja skarżącej nie może podważyć oceny tych cech charakterystycznych odnoszących się do Islandii. Ponadto analiza dowodów, na których oparła się Wielka Izba Odwoławcza w zaskarżonej decyzji, pozwala potwierdzić, że wskazują one w sposób wymagany prawem, po pierwsze, że Islandia jest krajem dbającym o środowisko [zob. pkt 108, 109, 125, 126 i 146 zaskarżonej decyzji, w których wskazano w szczególności na liczne elektrownie geotermalne i hydroelektryczne zarządzane przez krajowego operatora w Islandii oraz na długotrwały ekologiczny charakter produkcji energii w Islandii, jak również na spójne informacje pochodzące z *Collins Dictionary* i *Encyclopedia Britannica*], po drugie, że Islandia jest popularnym celem podróży turystycznych [zob. pkt 108 i 109 zaskarżonej decyzji oraz pkt 126 tej decyzji, odnoszący się w szczególności do badania przeprowadzonego przez Íslandsstofa (Promote Iceland) w 2015 r. w Danii, Francji, Niemczech i Wielkiej Brytanii], po trzecie, że Islandia oferuje szeroką gamę towarów i usług, utrzymując jednocześnie w ich kontekście rozwinięte stosunki handlowe z państwami EOG [zob. pkt 143

i 144 zaskarżonej decyzji, odsyłające do rocznika statystycznego Islandii z 2015 r. oraz do oświadczenia przewodniczącej sekcji ds. handlu zagranicznego urzędu statystycznego Islandii z dnia 27 stycznia 2016 r. dotyczącego wywozu z Islandii do Unii w latach 1999–2014].

37 Z drugiej strony, co się tyczy zastrzeżeń skarżącej i INTA co do znaczenia cech charakterystycznych Islandii uwzględnionych w zaskarżonej decyzji do celów oceny związku między tym krajem a towarami i usługami oznaczonymi spornym znakiem towarowym, z orzecznictwa przypomnianego w pkt 26 i 27 powyżej wynika, że znaki towarowe mają charakter opisowy, w przypadku gdy oznaczają określone miejsca geograficzne, które ze względu na daną kategorię towarów lub usług cieszą się już uznaniem lub są z nich znane, ale również miejsca, w odniesieniu do których można w uzasadniony sposób przypuszczać, że w przyszłości będą one używane przez przedsiębiorstwa jako oznaczenia pochodzenia geograficznego danej kategorii towarów lub usług.

38 Z powyższego wynika, że skarżąca niesłusznie twierdzi, iż w niniejszej sprawie konieczne było dokonanie oceny „renomy”, jaką Islandia cieszy się wśród właściwego kręgu odbiorców lub jaką może się cieszyć w przyszłości w związku z towarami i usługami oznaczonymi spornym znakiem towarowym. Jak wynika bowiem z orzecznictwa przypomnianego w pkt 28 powyżej, należy wziąć pod uwagę całokształt okoliczności istniejących w dniu 19 kwietnia 2002 r., a także w ujęciu prospektywnym, które nie ograniczają się wyłącznie do kwestii renomy. Ponadto uwzględnione przez Wielką Izbę Odwoławczą różne cechy charakterystyczne Islandii są istotne do celów ustalenia, w jakim zakresie pochodzenie geograficzne rozpatrywanych towarów lub usług może w oczach zainteresowanych kręgów mieć znaczenie dla oceny jakości lub innych cech danych towarów lub usług.

39 Z tych samych względów skarżąca bezzasadnie zarzuca Wielkiej Izbie Odwoławczej uwzględnienie dobrobytu gospodarczego, w tym oceny produktu krajowego brutto (PKB), wykwalifikowanej siły roboczej lub obecności różnych gałęzi przemysłu, ponieważ kryteria te mogły pozwolić na ustalenie, czy Islandia może stać się znana lub uznana jako miejsce pochodzenia geograficznego rozpatrywanych towarów i usług. Z całościowej lektury zaskarżonej decyzji, a w szczególności z jej pkt 146, 147, 164, 167 i 185 in fine wynika, że Wielka Izba Odwoławcza uznała charakter gospodarki islandzkiej za istotny (zarówno w odniesieniu do aspektów ilościowych, takich jak PKB, jak i aspektów jakościowych), aby potwierdzić swój wniosek dotyczący zdolności tego kraju do wytwarzania i dostarczania szerokiej gamy towarów i usług oraz opisowego charakteru spornego znaku towarowego w odczuciu właściwego kręgu odbiorców. W tym względzie należy jeszcze zauważyć, że z orzecznictwa wynika, iż PKB ma znaczenie przy określaniu cech charakterystycznych miejsca geograficznego wskazanego przez oznaczenie, o którego rejestrację wniesiono, i w konsekwencji przy ocenie związku istniejącego między towarami i usługami oznaczonymi tym oznaczeniem a wskazaną nazwą geograficzną [zob. podobnie wyrok z dnia 23 lutego 2022 r., Govern d’Andorra/EUIPO (Andorra), T-806/19, niepublikowany, EU:T:2022:87, pkt 65].

40 W świetle powyższego konieczne jest przeprowadzenie konkretnego badania, czy sporny znak towarowy oznaczał, w oczach zainteresowanych kręgów w chwili dokonania zgłoszenia do rejestracji, miejsce, które ma związek z kategoriami rozpatrywanych towarów i usług, lub można było rozsądnie przewidywać, że w przyszłości taki związek może zostać ustalony.

W przedmiocie oznaczonych spornym znakiem towarowym towarów należących do klas 29–32

41 Po pierwsze, Wielka Izba Odwoławcza uznała, że wskazanie pochodzenia geograficznego żywności, napojów i produktów rolnych jest nie tylko powszechną praktyką w handlu, lecz również, w odniesieniu do niektórych towarów, obowiązkiem mającym na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony zdrowia konsumentów i zagwarantowanie przysługującego im prawa do informacji. A zatem konsumenci, którzy zobaczą nazwę kraju widniejącego na tych towarach, będą bardziej skłonni do postrzegania go jako miejsca pochodzenia i w znaczeniu opisowym, nawet jeśli dany kraj nie cieszy się renomą lub nie jest znany z konkretnego produktu.

42 Po drugie, Wielka Izba Odwoławcza uznała, że o ile Islandia może być głównie kojarzona z rybami, owocami morza, mięsem i produktami mlecznymi, o tyle kraj ten produkuje również inne produkty spożywcze, takie jak owoce, warzywa i zioła. Ponadto można racjonalnie oczekiwać, że szklarnie, ogrzewane energią geotermalną, mają zdolność do dość zróżnicowanej produkcji żywności. Biorąc pod uwagę fakt, że drób jest hodowany, a jaja i zboża, piwo, woda, soki owocowe i inne napoje bezalkoholowe są powszechnie produkowane, pakowane i sprzedawane w Europie, konsumenci mogliby sądzić, że te towary mogą pochodzić z Islandii. Dotyczy to również tłuszczów i olejów jadalnych, a w szczególności oleju rzepakowego, który może być uprawiany w chłodniejszym klimacie.

43 Po trzecie, Wielka Izba Odwoławcza zdecydowała, że o ile ze względu na sam swój charakter niektóre towary należące do klasy 30, takie jak kakao, kawa, herbata, ryż, sago i tapioka, nie są uprawiane w Islandii, o tyle mogą one jednak być tam przetwarzane i dostosowywane do lokalnych gustów.

44 Skarżąca twierdzi zasadniczo, że Wielka Izba Odwoławcza, oceniając związek między towarami należącymi do klas 29–32 a rozpatrywaną nazwą geograficzną, błędnie skupiła się na okoliczności, że Islandia produkuje – w pewnym zakresie – żywność, ponieważ żywność ta stanowi jedynie niewielką część towarów eksportowanych przez ten kraj. Co więcej, w odniesieniu do niektórych towarów „egzotycznych” ocena Wielkiej Izby Odwoławczej jest czysto teoretyczna. Ponadto skarżąca utrzymuje, że prawny obowiązek wskazania kraju pochodzenia na towarze nie ma żadnego wpływu na używanie nazwy tego kraju jako znaku towarowego.

45 W tym względzie w pierwszej kolejności należy zauważyć, że towary należące do klas 29–32 obejmują żywność pochodzenia roślinnego i zwierzęcego oraz płyny przeznaczone do spożycia przez ludzi, przy czym wszystkie one należą do sektora spożywczego.

46 W myśl orzecznictwa zgodne ze zwyczajową praktyką w odniesieniu do produktów rolno-spożywczych jest oznaczanie ich terminem geograficznym, który wskazuje lub może wskazywać ich pochodzenie geograficzne [zob. podobnie wyrok z dnia 15 października 2003 r., Nordmilch/OHIM (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, pkt 42–45]. Pochodzenie geograficzne takich towarów można uznać za szczególnie istotne z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców, w rozumieniu orzecznictwa przypomnianego w pkt 28 powyżej, dla oceny ich jakości lub innych właściwości.

47 Do rozważań tych należy dodać rozważania związane ze szczególnymi właściwościami rozpatrywanych towarów, które pochodzą z Islandii, przy uwzględnieniu czynników naturalnych dotyczących tego kraju oraz metody wytwarzania lub przetwarzania tych towarów. Rozważania te ilustrują dowody przedstawione w toku postępowania administracyjnego przed EUIPO,

w szczególności broszura Icelandic Lamb Marketing Board (islandzkiego urzędu ds. sprzedaży jagnięciny) dotycząca hodowli jagniąt w Islandii (pkt 154 zaskarżonej decyzji), zatytułowana *Buyers Guide – From nature to the table – Flavoured by the wild pastures of Iceland* (Przewodnik zakupowy – Z natury prosto na stół – Smak dzikich pastwisk Islandii), która, choć pochodzi z 2010 r., jest warta uwagi w odniesieniu do sytuacji istniejącej w dniu dokonania zgłoszenia spornego znaku towarowego, ponieważ traktuje o „tradycyjnym" procesie hodowli jagniąt i przetwarzaniu ich mięsa. Z dokumentu tego wynika w szczególności, że w celu osiągnięcia wysokiej jakości mięsa jagnięta były hodowane na wolności, i to zgodnie z wysokimi standardami jakości. Ponadto wspomniany dokument odsyła do tego, co stanowi dziedzictwo kulturowe w tym obszarze produkcji.

48 W drugiej kolejności należy stwierdzić, że, jak wynika z dowodów zawartych w aktach sprawy, które zostały przedstawione w toku postępowania administracyjnego przed EUIPO przez Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandię i SA – Business Iceland, Islandia produkuje i eksportuje różne rodzaje produktów rolno-spożywczych, w tym ryby i produkty rybne, wołowinę, baraninę i wieprzowinę, przetwory mleczne, owoce i warzywa, takie jak różne rodzaje sałaty, kapusty, pomidorów, brokułów, marchwi i papryki, różne jagody, algi i zioła, wyroby cukiernicze, w tym czekoladę, i napoje, takie jak piwo i napoje bezalkoholowe. W szczególności ze wspomnianych dowodów zawartych w aktach sprawy wynika, że Islandia produkowała i eksportowała te towary w latach 1999–2014, czyli w okresie zarówno poprzedzającym dzień zgłoszenia spornego znaku towarowego do rejestracji, jak i następującym po tej dacie (zob. pkt 154 zaskarżonej decyzji, w szczególności oświadczenie przewodniczącej sekcji ds. handlu zagranicznego urzędu statystycznego Islandii z dnia 27 stycznia 2016 r. dotyczące lat 1999–2014, a także rocznik statystyczny Islandii z 2015 r., zawierający konkretne dane, z podziałem na obszary produkcji, dotyczące wywozu z Islandii do Unii i EOG).

49 Co więcej, Wielka Izba Odwoławcza w pkt 155 zaskarżonej decyzji (zob. pkt 42 powyżej) słusznie stwierdziła w odniesieniu do niektórych innych rozpatrywanych towarów, takich jak drób i jaja, że mogą one być hodowane i produkowane w całej Europie, a zatem – również w Islandii. Podobnie tłuszcze i oleje jadalne, w szczególności olej rzepakowy, mogą być produkowane lub pochodzić z upraw nawet w chłodniejszym klimacie, takim, jaki panuje w Islandii. A zatem, ogólnie rzecz biorąc, owe należące do klas 29–32 towary oznaczone spornym znakiem towarowym mogą być produkowane, pakowane i sprzedawane w Islandii oraz wywożone do państw EOG. Te same rozważania mają zastosowanie, jak wskazała Wielka Izba Odwoławcza w pkt 155 zaskarżonej decyzji, do piwa i napojów bezalkoholowych.

50 Wynika z tego, że w dniu dokonania zgłoszenia spornego znaku towarowego do rejestracji Islandia wytwarzała szeroką gamę towarów należących do klas 29–32 oznaczonych spornym znakiem towarowym, że również eksportowała te towary oraz że mogła wytwarzać i inne towary. Biorąc pod uwagę rzeczywistą lub potencjalną zdolność do wytwarzania i wywozu tych towarów przez Islandię, należy uznać, że jeżeli któryś z towarów należących do klas 29–32 jest sprzedawany pod spornym znakiem towarowym, to może być on postrzegany jako pochodzący z tego kraju. W tym względzie, wbrew temu, co twierdzi skarżąca, nie można zarzucić Wielkiej Izbie Odwoławczej, że nie wzięła pod uwagę okoliczności związanej z podnoszonym „minimalnym" udziałem żywności eksportowanej przez Islandię. Nawet przy założeniu, że aktualny wywóz żywności przez Islandię nie stanowi względnie dużej części jej eksportu w ogólności, to takie twierdzenie nie pozwala na podważenie związku opisowego między znakiem towarowym a towarami należącymi do klas 29–32, ponieważ nie uwzględnia ono prospektywnego spojrzenia na związek, jaki można w sposób rozsądny ustalić między spornym znakiem towarowym a objętymi nim towarami.

51 Ponadto w zakresie, w jakim skarżąca przedstawia argumenty mające na celu podważenie istnienia związku między spornym znakiem towarowym a mięsem z fok, należy zauważyć, że nie kwestionuje ona faktu, iż inne rodzaje mięsa, takie jak wołowina, baranina i wieprzowina, są produkowane w Islandii i, zgodnie z dowodami przedstawionymi w toku postępowania administracyjnego, eksportowane przez Islandię. Argumentacja skarżącej nie może więc podważyć opisowego charakteru spornego znaku towarowego w odniesieniu do szerszej kategorii „mięsa" należącego do klasy 29.

52 Co się tyczy kakao, kawy i herbaty należących do klasy 30, prawdą jest, jak podnosi skarżąca, że towary te, ze względu na swój charakter, nie są uprawiane w Islandii i że jest mało prawdopodobne, by były uprawiane w przyszłości. Jednakże Wielka Izba Odwoławcza słusznie podniosła, że mogą one być tam przetwarzane i dostosowywane do lokalnych gustów, o czym świadczą dowody produkcji czekolady, do których izba ta odniosła się w pkt 154 zaskarżonej decyzji, a które dotyczą lokalnych przedsiębiorstw cukierniczych. Trafną w tym względzie ilustracją są również przytoczone przez Wielką Izbę Odwoławczą przykłady pochodzącego z Irlandii, Anglii lub Szkocji wyboru herbat, które – mimo że produkt ten nie jest uprawiany w tych krajach – są oferowane do sprzedaży detalicznej w Unii.

53 Jeżeli twierdzenia skarżącej należy rozumieć jako dotyczące braku dowodów potwierdzających istnienie praktyki przetwarzania lub dostosowywania do lokalnych preferencji w Islandii towarów takich jak kakao, kawa lub herbata, to należy jednak stwierdzić, że wspomniana możliwość pozostaje rozsądna w oczach właściwego kręgu odbiorców. Ten rodzaj towarów może bowiem być przedmiotem konkretnego marketingu, podkreślającego produkt o walorach smakowych dostosowanych do lokalnych gustów lub o innych szczególnych cechach związanych z ich pochodzeniem geograficznym.

54 Należy zauważyć, że towary te, jak również niektóre inne towary należące do klas 29–32, takie jak przyprawy, drożdże lub sól, mogą, w wyniku pewnych modyfikacji, uzyskać szczególne właściwości typowe dla Islandii, na przykład z uwagi na metody przetwarzania umożliwiające uwydatnienie określonych smaków, i być postrzegane jako takie przez właściwy krąg odbiorców.

55 W świetle całości powyższych rozważań należy stwierdzić, że Wielka Izba Odwoławcza słusznie uznała, iż sporny znak towarowy ma charakter opisowy w odniesieniu do towarów należących do klas 29–32.

W przedmiocie oznaczonych spornym znakiem towarowym towarów należących do klas 7 i 11

56 W celu stwierdzenia opisowego charakteru spornego znaku towarowego w odniesieniu do towarów należących do klas 7 i 11 Wielka Izba Odwoławcza wzięła przede wszystkim pod uwagę czynniki związane z istnieniem w Islandii „silnego przemysłu" rybnego i przetwórstwa spożywczego wykorzystującego zamrażarki i inne urządzenia elektryczne, ze stabilnością i dobrą kondycją islandzkiej gospodarki oraz z kojarzeniem tego kraju z zieloną energią i zrównoważonym rozwojem ze względu na jego renomę w tej dziedzinie. Następnie przeanalizowała ona zwyczaje zakupowe konsumentów w tym sektorze. Wreszcie Wielka Izba Odwoławcza stwierdziła zasadniczo, że sporny znak towarowy może opisywać zasadnicze zrównoważone i ekologiczne właściwości towarów należących do klas 7 i 11 oznaczonych spornym znakiem towarowym.

57 Skarżąca zarzuca Wielkiej Izbie Odwoławczej stwierdzenie, że towary należące do klas 7 i 11 mogą być wytwarzane w Islandii, podczas gdy cechy gospodarcze i geograficzne tego kraju nie wskazują na takie możliwości produkcyjne.

58 Na wstępie należy przypomnieć, że towary ujęte w klasach 7 i 11 obejmują w szczególności różne urządzenia gospodarstwa domowego oraz ich części i akcesoria do nich. Skarżąca nie kwestionuje twierdzenia Wielkiej Izby Odwoławczej, zgodnie z którym towary te mogą z łatwością korzystać ze zrównoważonego wizerunku związanego w szczególności z ich przyjazną dla środowiska produkcją i niskim zużyciem energii.

59 Ponadto, po pierwsze, należy dodać, że – jak wskazała Izba Odwoławcza w pkt 164 zaskarżonej decyzji – ze względu na istnienie „silnego przemysłu", wykwalifikowanej siły roboczej, zdrowej i stabilnej gospodarki oraz ze względu na zachęcanie przez rząd islandzki do innowacji i kreatywności Islandia mogła być postrzegana przez właściwy krąg odbiorców w 2002 r. jako kraj posiadający zdolność do wytwarzania wszystkich rozpatrywanych towarów należących do tych klas lub zdolność do ich wytwarzania w dającej się przewidzieć przyszłości.

60 Po drugie, jak wynika z dowodów zawartych w aktach sprawy przedstawionych przez Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandię i SA – Business Iceland w toku postępowania administracyjnego (zob. uwagi z dnia 2 listopada 2017 r., załącznik 3), niektóre przedsiębiorstwa z siedzibą w Islandii wytwarzają oznaczone spornym znakiem towarowym towary należące do klas 7 i 11, takie jak lodówki i zamrażarki. Mimo że dowody te dotyczą 2017 r., mają one charakter obrazowy, w tym w stosunku do daty zgłoszenia spornego znaku towarowego, czyli dnia 19 kwietnia 2002 r., w szczególności dlatego, że ilustrują możliwości techniczne przedsiębiorstw islandzkich z omawianego sektora.

61 W tych okolicznościach można racjonalnie uznać, że sporny znak towarowy mógł być postrzegany przez właściwy krąg odbiorców jako wskazówka, że towary należące do klas 7 i 11 pochodzą z Islandii i że posiadają, w świetle wizerunku tego kraju jako przyjaznego dla środowiska (zob. pkt 36 powyżej), właściwości nawiązujące do zrównoważonego rozwoju lub aspektów ekologicznych.

62 Wniosku tego nie może podważyć krytyka skarżącej oparta na domniemanym braku znaczenia dla niniejszej sprawy odesłań dokonanych przez Wielką Izbę Odwoławczą do sztucznych kończyn (protez) w pkt 80, 147 i 163 zaskarżonej decyzji, ponieważ sporny znak towarowy nie został zarejestrowany dla takich towarów. W tym względzie wystarczy stwierdzić, że Wielka Izba Odwoławcza odniosła się do tych towarów jedynie w celu zilustrowania, podobnie jak uczyniły to Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia i SA – Business Iceland, zdolności przedsiębiorstw islandzkich do wytwarzania wysokiej klasy produktów zaawansowanych technologicznie. Otóż taki element był istotny dla oceny, czy Islandia może być postrzegana jako miejsce pochodzenia geograficznego towarów należących do klas 7 i 11.

63 Z powyższego wynika, że Wielka Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, iż sporny znak towarowy ma charakter opisowy w odniesieniu do towarów należących do klas 7 i 11.

W przedmiocie oznaczonych spornym znakiem towarowym towarów należących do klasy 16

64 W zaskarżonej decyzji Wielka Izba Odwoławcza uznała zasadniczo, że towary z papieru i tektury oraz artykuły papiernicze należące do klasy 16 są towarami codziennego użytku i że właściwy krąg odbiorców postrzega sporny znak towarowy jako wskazówkę, że towary te pochodzą z Islandii i są przyjazne dla środowiska. Ponadto, co się tyczy druków lub publikacji periodycznych, Wielka Izba Odwoławcza stwierdziła, że właściwy krąg odbiorców mógł przypuszczać, iż dotyczą one Islandii.

65 Skarżąca zarzuca zasadniczo Wielkiej Izbie Odwoławczej, że oparła się na zwykłych przypuszczeniach, zgodnie z którymi Islandia może w przyszłości wytwarzać towary należące do klasy 16.

66 W tym względzie, po pierwsze, należy stwierdzić zasadniczo, jak uczyniła to Wielka Izba Odwoławcza, że „papier, tektura, wyroby z papieru, wyroby z tektury, materiały do owijania i pakowania; torby do pakowania z papieru lub z tworzyw sztucznych; papier toaletowy, ręczniki papierowe, torby służące do przenoszenia, torebki z tworzyw sztucznych, torby papierowe lub z tworzyw sztucznych; zamknięcia do torebek; etykiety; pióra i ołówki; kalkomanie; etykietki z cenami oraz bileciki i oprawki w postaci kopert” mogą być wytwarzane z materiałów ulegających biodegradacji lub przy użyciu procesów produkcyjnych, które mogą zmniejszyć ich wpływ na środowisko.

67 Ograniczony wpływ towarów i ich opakowań na środowisko może stanowić cechę kojarzoną z tymi towarami lub opakowaniami, choćby tylko dla tej części odbiorców, która przywiązuje wagę do aspektów ekologicznych, a zwłaszcza dla świadomych konsumentów, którym leży na sercu łatwiejsze odzyskiwanie odpadów i ich recykling.

68 A zatem Wielka Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, że właściwy krąg odbiorców będzie postrzegał sporny znak towarowy, wskazujący Islandię, kraj znany jako przyjazny dla środowiska (zob. pkt 36 powyżej), jako wskazanie pochodzenia geograficznego towarów należących do klasy 16 lub ich właściwości dotyczących aspektów ekologicznych, które są związane z tym pochodzeniem geograficznym.

69 Po drugie, jeśli chodzi o „druki, publikacje periodyczne i materiały piśmienne”, skarżąca nie kwestionuje faktu, że towary te mogły odnosić się do Islandii, niezależnie od miejsca ich produkcji. W tych okolicznościach należy uznać, że sporny znak towarowy ma charakter opisowy w odniesieniu do towarów należących do klasy 16.

W przedmiocie oznaczonych spornym znakiem towarowym usług należących do klasy 35

70 Oznaczone spornym znakiem towarowym usługi należące do klasy 35 dotyczą zasadniczo sprzedaży detalicznej w sklepach i w Internecie.

71 Wielka Izba Odwoławcza uznała zasadniczo, że sporny znak towarowy może być używany jako odniesienie do miejsca, z którego zazwyczaj są świadczone usługi sprzedaży detalicznej należące do klasy 35. Ponadto zdaniem tej izby właściwy krąg odbiorców może postrzegać ten znak towarowy jako odniesienie do szczególnej cechy towarów sprzedawanych w ramach wspomnianych usług.

72 Skarżąca podnosi zasadniczo, że jest mało prawdopodobne, by usługi należące do klasy 35 pochodziły z Islandii, biorąc pod uwagę jej niską gęstość zaludnienia i w dużej mierze niezamieszkane terytorium, które nie pozwalają na utrzymanie sieci sklepów spożywczych. Ponadto skarżąca podkreśla fakt, że Islandia nie „eksportuje" żadnej usługi sprzedaży detalicznej.

73 Należy podkreślić, że oznaczone spornym znakiem towarowym usługi sprzedaży detalicznej odnoszą się do produktów spożywczych, napojów i artykułów gospodarstwa domowego, które wszystkie są wytwarzane w Islandii. Ponadto mogą to być produkty takie jak ryby, owoce morza lub inne produkty rybołówstwa, w odniesieniu do których Islandia jest znana jako kraj pochodzenia, czego skarżąca nie kwestionuje.

74 Co się tyczy argumentów skarżącej dotyczących braku eksportu usług oznaczonych spornym znakiem towarowym i braku renomy Islandii w odniesieniu do tych usług oraz argumentów opartych na tym, że liczebność populacji islandzkiej wyklucza zdolność tego kraju do utrzymania sieci sklepów spożywczych, to argumentów tych nie można uwzględnić z tych samych powodów co powody przedstawione w pkt 37 i 38 powyżej, a ponadto rozróżnienie ze względu na znaczenie demograficzne rozpatrywanego miejsca geograficznego nie ma tu żadnego znaczenia. Racjonalne jest bowiem uznanie, że gdy rozpatrywane usługi są oznaczone spornym znakiem towarowym, będą one postrzegane jako świadczone w sklepach znajdujących się w tym kraju.

75 W świetle powyższego należy wskazać, że Wielka Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, iż sporny znak towarowy ma charakter opisowy w odniesieniu do usług należących do klasy 35.

W przedmiocie niektórych twierdzeń skarżącej i INTA o charakterze przekrojowym

76 Żaden z pozostałych argumentów skarżącej i INTA nie może podważyć wniosku Wielkiej Izby Odwoławczej dotyczącego opisowego charakteru spornego znaku towarowego w odniesieniu do oznaczonych nim towarów i usług.

77 W pierwszej kolejności skarżąca i INTA podnoszą, że Wielka Izba Odwoławcza naruszyła prawo, uznając zasadniczo, że na przeszkodzie rejestracji nazw krajów stoi bezwzględna podstawa odmowy rejestracji, o której mowa w art. 7 ust. 1 lit. c) i f) rozporządzenia nr 40/94, niezależnie od rozpatrywanych towarów lub usług.

78 Należy jednak stwierdzić, że takie twierdzenie wypływa z błędnego rozumienia zaskarżonej decyzji. Jak wynika bowiem z całościowej lektury tej decyzji, a w szczególności z jej pkt 94–209, Wielka Izba Odwoławcza przeprowadziła szczegółową analizę charakteru opisowego spornego znaku towarowego w odniesieniu do wszystkich rozpatrywanych towarów i usług.

79 W drugiej kolejności, co się tyczy argumentu skarżącej, zgodnie z którym art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 [następnie art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, a obecnie art. 14 lit. b) rozporządzenia 2017/1001] pozwala na zapewnienie używania nazwy „Iceland" przez podmioty islandzkie, należy stwierdzić, że przepis ten, zatytułowany „Ograniczenie skutków [unijnego] znaku towarowego", ma następujące brzmienie:

„[Unijny] znak towarowy nie uprawnia właściciela do zakazania stronie trzeciej używania w obrocie:

[…]

b) oznaczeń dotyczących rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego, czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi lub też innych właściwości towarów lub usług;

[…]

pod warunkiem że używa ich zgodnie z uczciwymi praktykami w przemyśle i handlu”.

80 Przepis przypomniany w pkt 79 powyżej ma w szczególności na celu rozwiązanie problemów pojawiających się w przypadku rejestracji znaku towarowego składającego się w całości lub w części z nazwy geograficznej i nie nadaje osobom trzecim prawa do używania takiej nazwy jako znaku towarowego, lecz ogranicza się do zapewnienia, że będą one mogły używać tej nazwy w sposób opisowy, to znaczy jako oznaczenia pochodzenia geograficznego, pod warunkiem że ich używanie będzie odbywać się zgodnie z uczciwymi praktykami w przemyśle i handlu (zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 4 maja 1999 r., Windsurfing Chiemsee, C-108/97 i C-109/97, EU:C:1999:230, pkt 26–28).

81 Wbrew temu, co wydaje się sugerować skarżąca, okoliczność, że art. 12 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 ma na celu zapewnienie, by wszyscy przedsiębiorcy mogli swobodnie używać oznaczeń odnoszących się do właściwości towarów i usług, nie pozwala na zapewnienie ochrony interesu ogólnego leżącego u podstaw art. 7 ust. 1 lit. c) tego rozporządzenia. Przeciwnie, wspomniana okoliczność wysuwa na pierwszy plan interes w tym, by podstawa, i to bezwzględna, unieważnienia określona w art. 51 ust. 1 lit. a) w związku z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 faktycznie znajdowała zastosowanie w przypadku każdego oznaczenia mogącego wskazywać właściwość towarów lub usług, dla których znak towarowy został zarejestrowany (zob. podobnie wyrok z dnia 10 marca 2011 r., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, pkt 61 i przytoczone tam orzecznictwo). Argument skarżącej należy zatem oddalić jako bezzasadny.

82 W trzeciej kolejności skarżąca wydaje się zarzucać Wielkiej Izbie Odwoławczej, że odrzuciła ona jako niedopuszczalną ankietę sporządzoną w dniu 2 sierpnia 2019 r., uwzględniającą rozmowy telefoniczne przeprowadzone w czerwcu 2019 r.

83 Jednakże, po łącznej lekturze w szczególności pkt 137, 138, 158 i 205 zaskarżonej decyzji, należy stwierdzić, że Wielka Izba Odwoławcza zbadała nie kwestię dopuszczalności ankiety z dnia 2 sierpnia 2019 r., lecz kwestię jej wartości dowodowej.

84 Ponadto nawet przy założeniu, że skarżąca zamierza zakwestionować ocenę mocy dowodowej tej ankiety, wystarczy zauważyć, że nie wskazuje ona żadnych konkretnych konsekwencji, jakie wspomniana ankieta miałaby mieć w odniesieniu do oceny opisowego charakteru spornego znaku towarowego. W każdym wypadku, jak słusznie stwierdziła Wielka Izba Odwoławcza w pkt 158 zaskarżonej decyzji, sam fakt zapytania respondentów, jakie towary przychodzą im na myśl, gdy zobaczą sporny znak towarowy, nie jest nieomylnym i wystarczającym testem umożliwiającym ocenę, czy znak ten ma charakter opisowy, gdyż oceny tej należy zawsze dokonywać z uwzględnieniem towarów i usług oznaczanych tym znakiem towarowym (zob. orzecznictwo przytoczone w pkt 23 powyżej).

85 W świetle całości powyższych rozważań zarzut pierwszy należy oddalić.

W przedmiocie zarzutu drugiego, opartego na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94

86 W ramach zarzutu drugiego skarżąca, popierana przez INTA, podnosi zasadniczo, że Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

87 EUIPO, Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandia i SA – Business Iceland kwestionują argumenty skarżącej i INTA.

88 Ponieważ z art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 wynika, że do odmowy rejestracji oznaczenia jako unijnego znaku towarowego wystarczy, aby zastosowanie znalazła choćby jedna z wymienionych w nim bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji, a także ze względu na oddalenie zarzutu pierwszego skarżącej, dotyczącego wniosku Wielkiej Izby Odwoławczej, zgodnie z którym art. 7 ust. 1 lit. c) tego rozporządzenia znajduje zastosowanie jako podstawa unieważnienia prawa do spornego znaku towarowego w odniesieniu do wszystkich oznaczanych nim towarów i usług, nie ma potrzeby badania zasadności drugiego z zarzutów podniesionych przez skarżącą, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) wspomnianego rozporządzenia.

89 W świetle całości powyższych rozważań należy oddalić zarzut drugi, a tym samym skargę w całości.

W przedmiocie kosztów

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

91 Ponieważ przeprowadzono rozprawę, a skarżąca przegrała sprawę, należy – zgodnie z żądaniem EUIPO, Islandii, Íslandsstofa (Promote Iceland) oraz SA – Business Iceland – obciążyć ją kosztami postępowania.

92 INTA pokryje własne koszty, zgodnie z art. 138 § 3 regulaminu postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (siódma izba)

orzeka, co następuje:

1) **Skarga zostaje oddalona.**

2) **Iceland Foods Ltd pokrywa, oprócz własnych kosztów, koszty poniesione przez Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), przez Íslandsstofa (Promote Iceland), przez Islandię oraz przez SA – Business Iceland.**

3) **International Trademark Association (INTA) pokrywa własne koszty.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 16 lipca 2025 r.

Podpisy