Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (sedmi senat)

z dne 16. julija 2025 * [1]

„Znamka Evropske unije – Postopek za ugotovitev ničnosti – Besedna znamka Evropske unije ICELAND – Absolutni razlog za ničnost – Opisnost – Člen 7(1)(c) Uredbe (ES) št. 40/94 (postal člen 7(1)(c) Uredbe (EU) 2017/1001“

V zadevi T-105/23,

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

tožeča stranka,

ob sodelovanju

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

intervenient,

proti

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

tožena stranka,

druge stranke v postopku pred odborom za pritožbe pri EUIPO, intervenientke pred Splošnim sodiščem, so

Íslandsstofa (Promote Iceland) s sedežem v Reykjaviku (Islandija),

Islandija,

SA – Business Iceland s sedežem v Reykjaviku,

ki jih zastopata A. von Mühlendahl in H. Hartwig, odvetnika,

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat),

* Jezik postopka: angleščina.

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

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

sodni tajnik: G. Mitrev, administrator,

na podlagi pisnega dela postopka,

na podlagi obravnave z dne 16. oktobra 2024

izreka naslednjo

Sodbo

1 Tožeča stranka, družba Iceland Foods Ltd, s tožbo na podlagi člena 263 PDEU predlaga razveljavitev odločbe velikega odbora za pritožbe pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) z dne 15. decembra 2022 (zadeva R 1238/2019-G) (v nadaljevanju: izpodbijana odločba).

Dejansko stanje

2 Družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland so 14. novembra 2016 pri EUIPO vložile zahtevo za ugotovitev ničnosti znamke Evropske unije, ki je bila registrirana na podlagi zahteve, ki jo je tožeča stranka 19. aprila 2002 vložila za besedni znak ICELAND.

3 Proizvodi in storitve, na katere se nanaša izpodbijana znamka in za katere se je zahtevala ugotovitev ničnosti, spadajo v razrede 7, 11, 16, od 29 do 32 in 35 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in so za vsakega od teh razredov ustrezali temu opisu:

– razred 7: „Električne čistilne naprave za gospodinjstvo, vključno z električnimi napravami za čiščenje oken, električnimi napravami za čiščenje čevljev in sesalniki; pralni stroji; gospodinjski aparati; deli in oprema za vse zgoraj navedene proizvode; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 7“;

– razred 11: „Naprave za ogrevanje, kuhanje, hlajenje, sušenje ali prezračevanje; zamrzovalniki, hladilniki, kombinirani zamrzovalniki in hladilniki, mikrovalovne peči; deli in oprema za vse zgoraj navedene proizvode; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 11“;

– razred 16: „Papir, lepenka, papirnati izdelki, izdelki iz lepenke, materiali za pakiranje in embaliranje; pakirne vrečke iz papirja ali plastičnih mas; toaletni papir, papirnate brisače, transportne vreče, plastične vrečke, papirnate ali plastične vreče; komore za vreče; etikete; nalivna peresa, svinčniki; prenosi; etikete s cenami ter karte in nosilci v obliki ovojnic; tiskovine, periodične publikacije in pisarniški material iz papirja; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 16“;

– razred 29: „Meso, perutnina in divjačina, mesni ekstrakti; konzervirano, suho in kuhano sadje in zelenjava; želeji, džemi; jajca, mleko in mlečni izdelki; jedilna olja in masti; mesne in zelenjavne konzerve; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 29“;

– razred 30: „Kava, čaj, kakav, sladkor, riž, tapioka, sago (škrobna moka iz stržena sagove palme), kavni nadomestki; moke in izdelki iz žitaric, kruh, sladoled; pecivo in slaščice, sladoled; med, melasa; kvas, pecilni prašek, sol, gorčica; kis, omake, solatne polivke; začimbe; sladoled za osvežitev; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 30“;

– razred 31: „Kmetijski, vrtnarski in gozdarski proizvodi ter semena, ki jih ne obsegajo drugi razredi; sveže sadje in zelenjava; semena; naravne rastline in sveže cvetje; krma, slad; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 31“;

– razred 32: „Pivo, mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače; pijače iz sadja in sadni sokovi; sirupi in drugi pripravki za pripravo pijač; vsi zgoraj navedeni proizvodi iz razreda 32“;

– razred 35: „Zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, da se strankam omogoči enostaven pregled in nakup teh proizvodov v supermarketu; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, ki strankam omogoča enostavno vizualizacijo in nakup teh proizvodov v lokalni trgovini; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, da se strankam omogoči enostaven pregled in nakup teh proizvodov pri trgovcih na drobno s hrano, pijačo in gospodinjskimi izdelki; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, da se strankam omogoči enostaven pregled in nakup teh proizvodov pri trgovcih na drobno s hrano, pijačo, gospodinjskimi izdelki in gospodinjskimi aparati; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, da se strankam omogoči enostaven pregled in nakup teh proizvodov na spletni strani, specializirani za trženje hrane, pijače, gospodinjskih izdelkov in gospodinjskih aparatov; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, ki strankam omogoča, da te izdelke enostavno pregledajo in kupijo prek spletne strani (vključno s spletno stranjo na internetu, dostopno prek računalnika, informacijskih omrežij, mobilnih telefonov, ki so združljivi z internetom, televizije, elektronskih pozivnikov in elektronskih dnevnikov), specializirane za trženje hrane, pijače, gospodinjskih izdelkov in gospodinjskih aparatov; zbiranje palete proizvodov za tretje osebe, ki strankam omogoča enostavno vizualizacijo in nakup teh izdelkov v katalogu za naročanje po pošti ali prek telekomunikacij hrane, pijače, gospodinjskih izdelkov in gospodinjskih aparatov“.

4 Razlogi za ničnost, navedeni v utemeljitev zahteve za ugotovitev ničnosti, so bili v bistvu razlogi iz člena 51(1)(a) Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 1, str. 146), kakor je bila spremenjena, v povezavi s členom 7(1)(b), (c) in (g) navedene uredbe (postala člen 52(1)(a) in člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena, ta člena pa sta postala člen 59(1)(a) in člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)).

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

6 Tožeča stranka je 5. junija 2019 zoper odločbo oddelka za ničnost pri EUIPO vložila pritožbo.

7 V postopku pred velikim odborom za pritožbe so družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland poleg razlogov, ki so bili predloženi pred oddelkom za ničnost, navedle dodaten razlog za ničnost glede na tiste, ki so bili navajani pred oddelkom za ničnost, ki je v bistvu temeljil na uporabi določb člena 51(1)(a) v povezavi s členom 7(1)(f) Uredbe št. 40/94 (postal člen 7(1)(f) Uredbe št. 207/2009, ki je postal člen 7(1)(f) Uredbe 2017/1001).

8 Odbor za pritožbe je z izpodbijano odločbo pritožbo zavrnil. Na prvem mestu, v bistvu je menil, da zahteva za ugotovitev ničnosti izpodbijane znamke, ki temelji na členu 7(1)(f) Uredbe št. 40/94, ni dopustna, ker je bila vložena prepozno v fazi pritožbe.

9 Na drugem mestu, veliki odbor za pritožbe je na eni strani menil, da je upoštevna javnost, in sicer širša angleško govoreča javnost Evropske unije, izpodbijano znamko zaznavala kot označbo, da proizvodi in storitve, ki jih ta znamka označuje, izvirajo z Islandije. Zato je menil, da je bila izpodbijana znamka registrirana v nasprotju s členom 7(1)(c) Uredbe št. 40/94.

10 Na drugi strani je veliki odbor za pritožbe v bistvu opozoril, da za to, da zadevnega znaka ni mogoče registrirati kot znamko Evropske unije, zadostuje, da se uporabi eden od absolutnih razlogov za zavrnitev. V vsakem primeru, če bi bilo treba izpodbijano znamko preučiti ob upoštevanju določb člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, bi bilo treba šteti, da je brez razlikovalnega učinka.

Predlogi strank

11 Tožeča stranka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– zadevo vrne oddelku za ničnost v nadaljnjo obravnavo;

– EUIPO naloži plačilo stroškov tega postopka ter družbi Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandiji in družbi SA – Business Iceland naloži plačilo stroškov postopkov pred oddelkom za ničnost in velikim odborom za pritožbe.

12 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov v primeru izvedbe obravnave.

13 Družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland Splošnemu sodišču predlagajo, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

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

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– odloči, da nosi svoje stroške.

Pravo

15 Tožeča stranka v bistvu navaja dva tožbena razloga, in sicer, prvič, kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 in, drugič, kršitev člena 7(1)(b) navedene uredbe.

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94

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

17 Tožeča stranka in združenje INTA trdita, da je veliki odbor za pritožbe kršil člen 7(1)(c) Uredbe št. 40/94. Izpodbijata presojo velikega odbora za pritožbe in posledično ugotovitev glede opisnosti izpodbijane znamke za vse zadevne proizvode in storitve.

18 Natančneje, tožeča stranka meni, da je veliki odbor za pritožbe kljub neobstoju zakonodaje na ravni Unije, ki bi prepovedovala registracijo imen držav kot znamk, v izpodbijani odločbi tako prepoved dejansko določil. V zvezi s tem naj bi se oprl na neodločilna merila, kot je to, da upoštevna javnost pozna geografsko ime „Iceland“, ali na netočne in nepotrjene značilnosti tega kraja, ki so vsekakor neupoštevne. Poleg tega naj ne bi upošteval nekaterih raziskav, ki jih je predložila tožeča stranka.

19 EUIPO, družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland izpodbijajo trditve tožeče stranke in združenja INTA.

20 V zvezi s tem iz sodne prakse izhaja, da se na podlagi člena 51(1)(a) Uredbe št. 40/94 znamka Evropske unije razglasi za nično na podlagi zahteve, vložene pri EUIPO, ali na podlagi nasprotne tožbe v postopku zaradi kršitve pravic, če je bila ta znamka registrirana v nasprotju z določbami člena 7 te uredbe.

21 V skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 se kot znamka ne registrirajo znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografsko poreklo ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve. V skladu s členom 7(2) te uredbe (postal člen 7(2) Uredbe št. 207/2009, ki je postal člen 7(2) Uredbe 2017/1001) se člen 7(1) Uredbe št. 40/94 uporablja ne glede na to, da razlogi proti registraciji obstajajo le v delu Unije.

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

23 Da za znak velja prepoved iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94, je potrebno, da ima dovolj neposredno in konkretno zvezo z zadevnimi proizvodi ali storitvami, in sicer tako, da zadevni javnosti omogoča, da takoj in brez nadaljnjega premišljevanja zazna opis zadevnih proizvodov ali storitev ali eno od njihovih lastnosti (glej sodbi z dne 12. januarja 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS/UUNT (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, točka 25 in navedena sodna praksa, in z dne 22. junija 2005, Metso Paper Automation/UUNT (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, točka 25 in navedena sodna praksa).

24 Poleg tega, čeprav ni pomembno, ali je taka značilnost s komercialnega vidika bistvena ali stranska, pa mora biti značilnost v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 vseeno objektivna in neločljivo povezana z naravo proizvoda ali storitve ter neločljiva in trajna za ta proizvod ali storitev (glej sodbo z dne 7. maja 2019, Fissler/EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, točka 44 in navedena sodna praksa).

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

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

27 Zato je mogoče registracijo znaka na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 zavrniti le, če geografsko ime, za katero se zahteva, da se registrira kot znamka , označuje kraj, ki ga ob prijavi zainteresirani krogi povezujejo s kategorijo zadevnih proizvodov in storitev, ali če je mogoče razumno predvideti, da bo v prihodnosti taka povezava lahko vzpostavljena (sodba z dne 6. septembra 2018, Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, točka 38; glej po analogiji tudi sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točka 31).

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

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

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

30 V obravnavanem primeru je treba, na prvem mestu, poudariti, da tožeča stranka ne izpodbija opredelitve upoštevne javnosti, ki jo je v točkah od 89 do 93 izpodbijane odločbe uporabil veliki odbor za pritožbe in v skladu s katero je bila ta širša angleško govoreča javnost Unije na dan zahteve za registracijo izpodbijane znamke 19. aprila 2002 na ozemlju Finske, Irske, Nizozemske, skandinavskih držav, vključno z Dansko, in Združenega kraljestva.

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

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

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

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

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

36 Vendar je treba ugotoviti, da tožeča stranka ne navaja nobene trditve ali konkretnega dokaza, s katerim bi izpodbijala resničnost presoj velikega odbora za pritožbe. Tako je treba ugotoviti, da presoje teh značilnosti v zvezi z Islandijo ni mogoče izpodbiti s splošno in nepodrobno utemeljitvijo tožeče stranke. Poleg tega je na podlagi analize dokazov, na katere se je v izpodbijani odločbi oprl veliki odbor za pritožbe, mogoče potrditi, da pravno zadostno dokazujejo, prvič, da je Islandija okolju prijazna država (glej točke 108, 109, 125, 126 in 146 izpodbijane odločbe, ki se nanašajo zlasti na številne elektrarne na geotermalno in vodno energijo, ki jih upravlja nacionalni

upravljavec na Islandiji, in na dolgotrajno ekološko naravo proizvodnje energije na Islandiji ter na skladne informacije Collins Dictionary in Encyclopedia Britannica), drugič, da je bila Islandija priljubljena turistična destinacija (glej točki 108 in 109 izpodbijane odločbe in točko 126 te odločbe, ki se sklicuje zlasti na raziskavo, ki jo je družba Íslandsstofa (Promote Iceland) izvedla leta 2015 na Danskem, v Franciji, Nemčiji in Združenem kraljestvu), tretjič, da Islandija ponuja široko paleto proizvodov in storitev, pri čemer v zvezi s temi proizvodi in storitvami vzdržuje pomembne trgovinske odnose z državami EGP (glej točki 143 in 144 izpodbijane odločbe, ki napotujeta na statistični letopis Islandije iz leta 2015 in na izjavo predsednice oddelka za zunanjo trgovino pri Statističnem uradu Islandije z dne 27. januarja 2016 o izvozu z Islandije v Unijo v obdobju 1999–2014).

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

38 Iz navedenega izhaja, da tožeča stranka napačno trdi, da je bilo treba v obravnavanem primeru „ugled“, ki ga je Islandija uživala pri upoštevni javnosti ali ki bi ga lahko uživala v prihodnosti, presojati v povezavi s proizvodi in storitvami, ki so označeni z izpodbijano znamko. Kot namreč izhaja iz sodne prakse, navedene v točki 28 zgoraj, je treba upoštevati vse okoliščine, kot so obstajale 19. aprila 2002, in v prospektivnem pogledu, pri čemer te niso omejene le na vprašanje ugleda. Poleg tega so različne značilnosti Islandije, ki jih je upošteval veliki odbor za pritožbe, pomembne za ugotovitev, v kolikšni meri je geografski izvor zadevnih proizvodov ali storitev v očeh zainteresiranih krogov lahko upošteven za presojo kakovosti ali drugih značilnosti zadevnih proizvodov ali storitev.

39 Iz istih razlogov tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe neutemeljeno očita, da je upošteval gospodarsko blaginjo, vključno s presojo bruto domačega proizvoda (BDP), kvalificirano delovno silo ali obstoj različnih industrij, ker je bilo na podlagi teh meril mogoče ugotoviti, ali bi Islandija za zadevne proizvode in storitve lahko postala znana ali ugledna kot kraj geografskega izvora za zadevne proizvode in storitve. Iz celovite razlage izpodbijane odločbe, zlasti njenih točk 146, 147, 164, 167 in 185, *in fine*, je razvidno, da je veliki odbor za pritožbe priznal upoštevnost islandskega gospodarstva (tako glede količinskih vidikov, kot je BDP, kot glede kakovostnih vidikov), da bi utemeljil svojo ugotovitev v zvezi z zmožnostjo te države, da proizvaja in zagotavlja široko paleto proizvodov in storitev, ter v zvezi z opisnostjo izpodbijane znamke v zaznavi upoštevne javnosti. V zvezi s tem je treba še poudariti, da iz sodne prakse izhaja, da je BDP upošteven pri določitvi značilnosti geografskega kraja, ki ga označuje znak, katerega registracija se zahteva, in posledično pri presoji povezave, ki obstaja med proizvodi in storitvami, zajetimi z navedenim znakom, in označenim geografskim imenom (glej v tem smislu sodbo z dne 23. februarja 2022, Govern d’Andorra/EUIPO (Andorra), T-806/19, neobjavljena, EU:T:2022:87, točka 65).

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

Proizvodi iz razredov od 29 do 32, ki so označeni z izpodbijano znamko

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

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

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

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

45 V zvezi s tem je treba, na prvem mestu, poudariti, da proizvodi iz razredov od 29 do 32 zajemajo živila rastlinskega in živalskega izvora ter tekočine, namenjene za prehrano ljudi, ki vsi spadajo v sektor živil.

46 Glede na sodno prakso je v skladu z običajno prakso v zvezi z agroživilskimi proizvodi, da so označeni z geografskim izrazom, ki tako označuje ali bi lahko označeval njihov geografski izvor (glej v tem smislu sodbo z dne 15. oktobra 2003, Nordmilch/UUNT (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, točke od 42 do 45). Geografski izvor takih proizvodov je mogoče šteti za posebej upoštevan za upoštevno javnost v smislu sodne prakse, navedene v točki 28 zgoraj, zaradi presoje njihove kakovosti ali drugih značilnosti.

47 K tem ugotovitvam se dodajo preudarki, povezani s posebnimi značilnostmi zadevnih proizvodov, ki izvirajo z Islandije, ob upoštevanju naravnih dejavnikov, povezanih s to državo, in metode proizvodnje ali obdelave navedenih proizvodov. Te ugotovitve so ponazorjene z dokazi, predloženimi v upravnem postopku pred EUIPO, zlasti z brošuro Icelandic Lamb Marketing Board (Islandski urad za trženje jagnjetine) o vzreji jagnjetine na Islandiji (točka 154 izpodbijane odločbe) z naslovom *Buyers Guide – From nature to the table – Flavoured by the wild Pastures of Iceland* (Nakupovalni vodič – Od narave do mize – Aromatiziran z divjimi pašniki na Islandiji), ki je, čeprav je iz leta 2010, pomembna za položaj na dan vložitve zahteve za registracijo izpodbijane znamke, saj se nanaša na „tradicionalni“ postopek reje jagnjet in obdelave njihovega mesa. Iz tega

dokumenta je med drugim razvidno, da so bila jagnjeta, da bi dosegli visoko kakovost njihovega mesa, vzrejena v divjini, in to v skladu z visokimi standardi kakovosti. Poleg tega je v istem dokumentu napoteno na to, kaj naj bi bila kulturna dediščina na tem področju proizvodnje.

48 Na drugem mestu, ugotoviti je treba, kot je razvidno iz elementov spisa, ki so jih med upravnim postopkom pred EUIPO predložile družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland, da Islandija proizvaja in izvaža različne vrste agroživilskih proizvodov, zlasti ribe in proizvode na osnovi rib, goveje, ovčje in svinjsko meso, mlečne izdelke, sadje in zelenjavo, kot so različne vrste solat, zelja, paradižnikov, brokolija, korenja in paprike, različne jagode, alge in zelišča, slaščice, vključno s čokolado, in pijače, kot so pivo in brezalkoholne pijače. Natančneje, iz navedenih elementov iz spisa je razvidno, da je Islandija te proizvode proizvajala in izvažala med letoma 1999 in 2014, torej v obdobju pred datumom zahteve za registracijo izpodbijane znamke in po njem (glej točko 154 izpodbijane odločbe, zlasti izjavo predsednice oddelka za zunanjo trgovino pri Statističnem uradu Islandije z dne 27. januarja 2016, ki se nanaša na obdobje od leta 1999 do leta 2014, in letni statistični dokument Islandije za leto 2015, ki vsebuje konkretne podatke, razčlenjene po področjih proizvodnje, v zvezi z izvozom z Islandije v Unijo in v EGP).

49 Poleg tega je imel veliki odbor za pritožbe prav, ko je v točki 155 izpodbijane odločbe (glej točko 42 zgoraj) v zvezi z nekaterimi drugimi zadevnimi proizvodi, kot so perutnina in jajca, ki bi jih bilo mogoče vzrejati in proizvajati po vsej Evropi, navedel, da bi lahko bili vzrejeni in proizvedeni tudi na Islandiji. Podobno je bilo mogoče jedilne masti in olja, zlasti olje iz oljne ogrščice, proizvajati ali gojiti tudi v hladnejšem podnebju, kot na primer na Islandiji. Tako se lahko kot celota ti proizvodi iz razredov od 29 do 32, ki so označeni z izpodbijano znamka, proizvajajo, pakirajo in tržijo na Islandiji ter se izvažajo v države EGP. Enako velja, kot je navedel veliki odbor za pritožbe v točki 155 izpodbijane odločbe, za pivo in brezalkoholne pijače.

50 Iz tega izhaja, da je Islandija na datum zahteve za registracijo izpodbijane znamke proizvajala široko paleto proizvodov iz razredov od 29 do 32, označenih z izpodbijano znamko, da je te proizvode tudi izvažala in da bi lahko proizvedla druge. Ob upoštevanju dejanske ali potencialne zmožnosti Islandije, da te proizvode proizvaja in izvaža, je treba ugotoviti, da če se eden od proizvodov iz razredov od 29 do 32 trži pod izpodbijano znamko, ga je mogoče dojemati, kot da izvira iz te države. Glede tega – v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka – velikemu odboru za pritožbe ni mogoče očitati, da ni upošteval okoliščine, povezane z domnevnim „minimalnim“ deležem živil, ki jih izvaža Islandija. Ob predpostavki, da sedanji izvoz živil z Islandije ni razmeroma velik del njenega izvoza na splošno, taka trditev ne more omajati opisne povezave med znamko in proizvodi iz razredov od 29 do 32, ker ne upošteva prospektivnega pogleda na povezavo, ki jo je mogoče razumno vzpostaviti med izpodbijano znamko in zadevnimi proizvodi.

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

52 Glede kakava, kave in čaja iz razreda 30 je sicer res, kot trdi tožeča stranka, da se ti proizvodi po svoji naravi ne gojijo na Islandiji in da je malo verjetno, da se bodo v prihodnosti gojili. Vendar je veliki odbor za pritožbe pravilno trdil, da jih je tam mogoče predelati in prilagoditi lokalnemu okusu, kot dokazujejo dokazi o izdelavi čokolade, na katere se sklicuje v točki 154 izpodbijane odločbe in ki se nanašajo na lokalna slaščičarska podjetja. Primeri izborov čaja s poreklom iz

Irske, Anglije ali Škotske, kjer se ta proizvod kljub temu ne prideluje, ki so bili v Uniji ponujeni za prodajo na drobno in na katere se sklicuje veliki odbor za pritožbe, so prav tako upoštevna ilustracija.

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

54 Poudariti je treba, da imajo lahko ti proizvodi in nekateri drugi proizvodi iz razredov od 29 do 32, kot so začimbe, kvas ali sol, po prilagoditvi posebne značilnosti na Islandiji glede na, na primer, metode obdelave, ki omogočajo izpostavitev posebnih okusov, in jih upoštevna javnost zaznava kot take.

55 Glede na vse navedeno je treba ugotoviti, da je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode iz razredov od 29 do 32.

Proizvodi iz razredov 7 in 11, ki so označeni z izpodbijano znamko

56 Veliki odbor za pritožbe je pri ugotovitvi, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode iz razredov 7 in 11, najprej upošteval dejavnike, povezane z obstojem „trdne“ ribiške „industrije“ in predelave hrane, ki je uporabljala zamrzovalnike in druge električne naprave na Islandiji, s stabilnostjo in zdravjem islandskega gospodarstva ter s povezanostjo te države z zeleno energijo in trajnostjo zaradi njenega ugleda na tem področju. Nato je analiziral nakupovalne navade potrošnikov v tem sektorju. Nazadnje, veliki odbor za pritožbe je v bistvu menil, da je izpodbijana znamka sposobna opisati bistvene trajne in ekološke značilnosti proizvodov iz razredov 7 in 11, ki so označeni z izpodbijano znamko.

57 Tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe očita, da je menil, da se proizvodi iz razredov 7 in 11 lahko proizvajajo na Islandiji, čeprav naj gospodarske in geografske značilnosti te države ne bi dokazovale take proizvodne zmogljivosti.

58 Najprej, opozoriti je treba, da proizvodi iz razredov 7 in 11 med drugim vključujejo različne gospodinjske aparate ter njihove dele in opremo. Tožeča stranka ne izpodbija trditve velikega odbora za pritožbe, da lahko ti proizvodi zlahka uživajo trajnostno podobo, ki je med drugim povezana z okolju prijazno proizvodnjo in njihovo nizko porabo energije.

59 Poleg tega je treba po eni strani dodati, kot je odbor za pritožbe navedel v točki 164 izpodbijane odločbe, da bi upoštevna javnost zaradi obstoja „trdne industrije“, kvalificirane delovne sile, zdravega in stabilnega gospodarstva ter spodbujanja inovativnosti in ustvarjalnosti s strani islandske vlade leta 2002 Islandijo lahko zaznala, kot da je sposobna proizvajati vse zadevne proizvode iz teh razredov ali biti to sposobna storiti v previdljivi prihodnosti.

60 Po drugi strani, kot je razvidno iz elementov spisa, ki so jih predložile družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland med upravnim postopkom (glej stališče z dne 2. novembra 2017, Priloga 3), nekatera podjetja s sedežem na Islandiji proizvajajo proizvode iz razredov 7 in 11, označene z izpodbijano znamko, kot so hladilniki in zamrzovalniki.

Čeprav se ti dokazi nanašajo na leto 2017, so ponazoritveni tudi glede datuma zahteve za registracijo izpodbijane znamke, to je 19. aprila 2002, zlasti ker ponazarjajo tehnične zmogljivosti islandskih podjetij v zadevnem sektorju.

61 V teh okoliščinah je mogoče razumno šteti, da bi upoštevna javnost izpodbijano znamko lahko zaznala kot označbo, da proizvodi iz razredov 7 in 11 izvirajo z Islandije in da so, glede na podobo te države, okolju prijazni (glej točko 36 zgoraj) ter da imajo značilnosti, povezane z njihovo trajnostjo ali ekološkim vidikom.

62 Te ugotovitve ni mogoče ovreči z očitki tožeče stranke, ki se nanašajo na domnevno neupoštevnost – v tem primeru – sklicevanja velikega odbora za pritožbe na umetne člene (proteze) v točkah 80, 147 in 163 izpodbijane odločbe, ker izpodbijana znamka ni bila registrirana za take proizvode. V zvezi s tem zadostuje ugotovitev, da se je veliki odbor za pritožbe nanjo skliceval le za ponazoritev, kot so to storile družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland, zmogljivosti islandskih podjetij za proizvodnjo sofisticiranih proizvodov na čelu tehnološkega razvoja. Tak element pa je bil upošteven za presojo možnosti, da se Islandija dojema kot kraj geografskega izvora proizvodov iz razredov 7 in 11.

63 Iz navedenega izhaja, da je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode iz razredov 7 in 11.

Proizvodi iz razreda 16, ki so označeni z izpodbijano znamko

64 Veliki odbor za pritožbe je v izpodbijani odločbi v bistvu menil, da se proizvodi iz papirja in lepenke ter pisarniške potrebščine iz razreda 16 uporabljajo vsakodnevno in da upoštevna javnost izpodbijano znamko zaznava kot označbo, da ti proizvodi izvirajo z Islandije in so okolju prijazni. Poleg tega je veliki odbor za pritožbe v zvezi s tiskovinami ali periodičnimi publikacijami trdil, da lahko upoštevna javnost domneva, da se nanašajo na Islandijo.

65 Tožeča stranka velikemu odboru za pritožbe v bistvu očita, da se je oprl zgolj na domneve, da bi lahko Islandija v prihodnosti proizvajala proizvode iz razreda 16.

66 V zvezi s tem je treba, prvič, po zgledu velikega odbora za pritožbe v bistvu šteti, da se „papir, lepenka, papirnati izdelki, izdelki iz lepenke, materiali za pakiranje in embaliranje; pakirne vrečke iz papirja ali plastičnih mas; toaletni papir, papirnate brisače, transportne vreče, plastične vrečke, papirnate ali plastične vreče; komore za vreče; etikete; nalivna peresa, svinčniki; prenosi; etikete s cenami ter karte in nosilci v obliki ovojnic“ lahko proizvajajo iz biološko razgradljivih materialov ali v skladu s proizvodnimi postopki, ki lahko zmanjšajo njihov vpliv na okolje.

67 Manjši vpliv proizvodov in njihove embalaže na okolje lahko pomeni lastnost, povezano s temi proizvodi ali embalažo, čeprav le za del javnosti, ki pripisuje pomen ekološkemu vidiku, zlasti pri vestnih potrošnikih, ki si prizadevajo za lažjo predelavo odpadkov in njihovo recikliranje.

68 Tako je veliki odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da naj bi upoštevna javnost zaznala izpodbijano znamko, ki označuje Islandijo, ki je država, znana kot okolju prijazna (glej točko 36 zgoraj), kot označbo geografskega izvora proizvodov iz razreda 16 ali njihove značilnosti v zvezi z ekološkim vidikom, ki je povezan s tem geografskim izvorom.

69 Drugič, kar zadeva „tiskovine, periodične publikacije in pisarniški material iz papirja“, tožeča stranka ne izpodbija dejstva, da bi se ti proizvodi lahko nanašali na Islandijo, ne glede na kraj njihove proizvodnje. V teh okoliščinah je treba ugotoviti, da je izpodbijana znamka opisna za proizvode iz razreda 16.

Storitve iz razreda 35, ki so označene z izpodbijano znamko

70 Storitve iz razreda 35, ki so označene z izpodbijano znamko, se v bistvu nanašajo na prodajo na drobno v trgovinah in na spletu.

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

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

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

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

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

Nekatere prečne trditve tožeče stranke in združenja INTA

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

77 Na prvem mestu, tožeča stranka in združenje INTA trdita, da je veliki odbor za pritožbe napačno uporabil pravo, ker je v bistvu menil, da je registracija imen držav nujno zajeta z absolutnim razlogom za zavrnitev iz člena 7(1)(c) in (f) Uredbe št. 40/94, neodvisno od zadevnih proizvodov ali storitev.

78 Vendar je treba ugotoviti, da taka trditev izhaja iz napačnega razumevanja izpodbijane odločbe. Kot je namreč razvidno iz celotnega besedila te odločbe, zlasti njenih točk od 94 do 209, je veliki odbor za pritožbe podrobno analiziral opisnost izpodbijane znamke glede na vse zadevne proizvode in storitve.

79 Na drugem mestu, v zvezi s trditvijo tožeče stranke, da člen 12(b) Uredbe št. 40/94 (postal člen 12(b) Uredbe št. 207/2009, ki je postal člen 14(b) Uredbe 2017/1001) omogoča, da se islandskim subjektom zagotovi uporaba imena „Iceland“, je treba ugotoviti, da ta določba, naslovljena „Omejitev pravic iz znamke [Evropske unije]“, določa:

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

[...]

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

[...]

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

80 Namen določbe, navedene v točki 79 zgoraj, je zlasti reševanje težav, ki se pojavijo, ko je bila registrirana znamka, ki je v celoti ali deloma sestavljena iz geografskega imena in tretjim ne priznava uporabe tega imena kot znamke, temveč le zagotavlja, da jo lahko ti uporabljajo opisno, in sicer kot označbo v zvezi z geografskim izvorom, pod pogojem, da se uporablja v skladu z dobrimi poslovnimi običaji v industrijskih in trgovinskih zadevah (glej v tem smislu in po analogiji sodbo z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točke od 26 do 28).

81 V nasprotju s tem, kar se zdi, da predlaga tožeča stranka, okoliščina, da člen 12(b) Uredbe št. 40/94 zagotavlja, da lahko vsak gospodarski subjekt prosto uporablja označbe v zvezi z značilnostmi proizvodov in storitev, ne omogoča zaščite splošnega interesa, na katerem temelji člen 7(1)(c) navedene uredbe. Ravno nasprotno, navedena okoliščina kaže na interes, da se sicer absolutni razlog za ničnost iz člena 51(1)(a) v povezavi s členom 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 dejansko uporabi za vsak znak, ki lahko označuje lastnost blaga ali storitev, za katere je znamka registrirana (glej v tem smislu sodbo z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točka 61 in navedena sodna praksa). Zato je treba tudi trditev tožeče stranke zavrniti kot neutemeljeno.

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

83 Vendar je treba zlasti ob upoštevanju točk 137, 138, 158 in 205 izpodbijane odločbe ugotoviti, da veliki odbor za pritožbe ni analiziral vprašanja dopustnosti raziskave z dne 2. avgusta 2019, ampak vprašanje njene dokazne vrednosti.

84 Poleg tega tudi ob predpostavki, da želi tožeča stranka izpodbijati presojo dokazne vrednosti te raziskave, zadostuje navesti, da ne izpeljuje nobene konkretne posledice, ki bi jo navedena raziskava imela za presojo opisnosti izpodbijane znamke. Vsekakor, kot je pravilno ugotovil veliki odbor za pritožbe v točki 158 izpodbijane odločbe, zgolj to, da se od anketirancev zahteva, da naštejejo proizvode, na katere pomislijo, ko se srečujejo z izpodbijano znamko, ni nezmotljiv in ustrezen preizkus, ki bi omogočal presojo opisnosti te znamke, saj je treba to presojo vedno opraviti ob upoštevanju proizvodov in storitev, zajetih s to znamko (glej sodno prakso, navedeno v točki 23 zgoraj).

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

Drugi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94

86 Tožeča stranka ob podpori združenja INTA z drugim tožbenim razlogom v bistvu trdi, da je odbor za pritožbe kršil člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

87 EUIPO, družba Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandija in družba SA – Business Iceland izpodbijajo trditve tožeče stranke in združenja INTA.

88 Ker iz člena 7(1) Uredbe št. 40/94 izhaja, da za to, da se znak ne registrira kot znamka Evropske unije, zadostuje, da se uporabi eden od absolutnih razlogov za zavrnitev, in glede na zavrnitev prvega tožbenega razloga tožeče stranke, ki se nanaša na ugotovitev velikega odbora za pritožbe, da se člen 7(1)(c) te uredbe uporablja za ugotovitev ničnosti izpodbijane znamke za vse proizvode in storitve, ki so z njo označeni, ni treba preizkusiti utemeljenosti drugega tožbenega razloga tožeče stranke, ki se nanaša na kršitev člena 7(1)(b) navedene uredbe.

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

Stroški

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

91 Ker je bila opravljena obravnava in tožeča stranka ni uspela, se ji v skladu s predlogi EUIPO, Islandije, družbe Íslandsstofa (Promote Iceland) in družbe SA – Business Iceland naloži plačilo stroškov.

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

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Družba Iceland Foods Ltd poleg svojih stroškov nosi stroške Urada Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), družbe Íslandsstofa (Promote Iceland), Islandije in družbe SA – Business Iceland.

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

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Dimitrakopoulos

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

Podpisi