ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟΥ (δεύτερο τμήμα)

της 3ης Ιουλίου 2003 *

Στην υπόθεση Τ-122/01,

Best Buy Concepts Inc., με έδρα το Eden Prairie, Minnesota (Ηνωμένες Πολιτείες), εκπροσωπούμενη από τον S. Rojhan, δικηγόρο,

προσφεύγουσα,

κατά

Γραφείου Εναρμονίσεως στο πλαίσιο της Εσωτερικής Αγοράς (εμπορικά σήματα, σχέδια και υποδείγματα) (ΓΕΕΑ), εκπροσωπούμενου από τον G. Schneider,

καθού,

που έχει ως αντικείμενο προσφυγή ακυρώσεως κατά της αποφάσεως του τρίτου τμήματος προσφυγών του Γραφείου Εναρμονίσεως στο πλαίσιο της Εσωτερικής Αγοράς (εμπορικά σήματα, σχέδια και υποδείγματα) της 21ης Μαρτίου 2001 (υπόθεση R 44/2000-3) που αφορούσε αίτηση καταχωρίσεως εικονιστικού σήματος περιλαμβάνοντος το λεκτικό σήμα «best buy» ως κοινοτικό σήμα,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ (δεύτερο τμήμα),

συγκείμενο από τους N. J. Forwood, πρόεδρο, J. Pirrung και A. W. H. Meij, δικαστές,

γραμματέας: D. Christensen, κύρια υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της προφορικής διαδικασίας της 25ης Φεβρουαρίου 2003,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

Ιστορικό της διαφοράς

1 Στις 7 Μαΐου 1999, η προσφεύγουσα υπέβαλε, δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1993, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 1994, L 11, σ. 1), όπως τροποποιήθηκε, αίτηση καταχωρίσεως εικονιστικού κοινοτικού σήματος στο Γραφείο Εναρμονίσεως στο πλαίσιο της Εσωτερικής Αγοράς (εμπορικά σήματα, σχέδια και υποδείγματα) (στο εξής: Γραφείο).

2 Το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση είναι το εικονιζόμενο κατωτέρω σήμα χρώματος κίτρινου (φόντο) και μαύρου (στοιχεία, πλαίσιο, κύκλος):



3 Οι υπηρεσίες για τις οποίες ζητήθηκε η καταχώριση του σήματος υπάγονται στις κλάσεις 35, 37 και 42 κατά την έννοια του Διακανονισμού της Νίκαιας που αφορά τη διεθνή κατάταξη προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση των σημάτων, της 15ης Ιουνίου 1957, όπως έχει αναθεωρηθεί και τροποποιηθεί, και αντιστοιχούν στην ακόλουθη περιγραφή:

— «Συμβουλές για τη διαχείριση επιχειρήσεως, περιλαμβανομένων υπηρεσιών επικουρίας και συμβουλής για την εγκατάσταση και τη διαχείριση καταστημάτων ειδικευμένων στην πώληση οικιακών συσκευών, φωτογραφικού υλικού, τηλεπικοινωνιακών συσκευών, συσκευών μαγνητοσκοπήσεως, συσκευών ήχου, προσωπικών υπολογιστών και άλλων προϊόντων αυτοματοποίησης γραφείου για οικιακή χρήση, καθώς και λογισμικά για παίγνια, περιλαμβανομένων σύμπυκνων δίσκων, εγγεγραμμένων κασετών ήχου και εικόνας και λογισμικά, καθώς και σχετικά προϊόντα» της κλάσεως 35·

— «Εγκατάσταση και συντήρηση ραδιοφωνικών συσκευών για αυτοκίνητα, οικιακών συσκευών, φωτογραφικού υλικού, τηλεπικοινωνιακού υλικού, συσκευών μαγνητοσκοπήσεως, συσκευών ήχου, προσωπικών υπολογιστών και λοιπών προϊόντων αυτοματοποίησης αυτοματοποίησης γραφείου για οικιακή χρήση και σχετικά προϊόντα» της κλάσεως 37·

— «Συμβουλές και τεχνική αρωγή για την εγκατάσταση καταστημάτων ειδικευμένων στην πώληση οικιακών συσκευών, φωτογραφικού υλικού, τηλεπικοινωνιακών συσκευών, συσκευών μαγνητοσκοπήσεως, συσκευών ήχου, προσωπικών υπολογιστών και λοιπών προϊόντων αυτοματοποίησης γραφείου για οικιακή χρήση, καθώς και λογισμικών παιγνίων, περιλαμβανομένων σύμπτυκνων δίσκων, εγγεγραμμένων κασετών ήχου και εικόνας και λογισμικών, καθώς και σχετικών προϊόντων» της κλάσεως 42.

4 Με απόφαση της 19ης Νοεμβρίου 1999, ο εξεταστής απέρριψε την αίτηση βάσει του άρθρου 38 του κανονισμού 40/94, με το αιτιολογικό ότι το αιτούμενο σήμα ενέπιπτε στο άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχεία β', γ' και δ', του κανονισμού 40/94.

5 Στις 22 Δεκεμβρίου 1999, η προσφεύγουσα άσκησε ενώπιον του Γραφείου προσφυγή, βάσει του άρθρου 59 του κανονισμού 40/94, κατά της αποφάσεως του εξεταστή.

6 Με απόφαση της 21ης Μαρτίου 2001 (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση), το τμήμα προσφυγών απέρριψε την προσφυγή. Ουσιαστικώς, έκρινε ότι το συγκεκριμένο σήμα δεν είχε διακριτικό χαρακτήρα, ότι ήταν περιγραφικό και, κατά συνέπεια, ότι ενέπιπτε στις διατάξεις του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχεία β' και γ', του κανονισμού 40/94.

Διαδικασία και αιτήματα των διαδίκων

7 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου στις 4 Ιουνίου 2001, η προσφεύγουσα άσκησε την παρούσα προσφυγή. Το Γραφείο κατέθεσε υπόμνημα αντικρούσεως στις 24 Αυγούστου 2001.

8 Η προσφεύγουσα ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να ακυρώσει την απόφαση του τμήματος προσφυγών·

— να καταδικάσει το καθού στα δικαστικά έξοδα.

9 Το Γραφείο ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να απορρίψει την προσφυγή·

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα.

Σκεπτικό

10 Με την προσφυγή της η προσφεύγουσα προβάλλει δύο λόγους που αντλούνται, αντιστοίχως, από την παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', και του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94.

Επί του λόγου που αντλείται από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94

Επιχειρήματα των διαδίκων

11 Η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι το κοινό αντιλαμβάνεται το σήμα ταχέως και συνολικώς, χωρίς να το αναλύει στα διάφορα στοιχεία του. Υποστηρίζει ότι το Γραφείο δεν έλαβε υπόψη τον πρωτότυπο χαρακτήρα των στοιχείων που συναποτελούν το εικονιστικό σήμα και υπογραμμίζει ότι η αίτησή της αφορά υπηρεσίες οι οποίες προορίζονται αποκλειστικώς για επαγγελματίες.

12 Πράγματι, τα συστατικά στοιχεία του σήματος και, ιδίως, ο συνδυασμός λέξεων που συνθέτουν έναν γραμματικώς λανθασμένο νεολογισμό, είναι ασυνήθιστα για τις υπηρεσίες για τις οποίες πρόκειται. Εξάλλου, το σχετικό κοινό δεν θα ανέμενε ασφαλώς σήμα υπό μορφή καρτέλας, προκειμένου περί υπηρεσιών.

13 Η προσφεύγουσα υποστηρίζει, επίσης, ότι το Γραφείο δεν έλαβε υπόψη του την καταχώριση του σημείου ως σήμα στη Γερμανία και στη Γαλλία.

14 Το Γραφείο αποκρούει, κατ' αρχάς, τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας τα αναφερόμενα στη συνολική εντύπωση που προκαλεί το σήμα. Υποστηρίζει, σχετικώς, ότι το τμήμα προσφυγών απομόνωσε απλώς το λεκτικό στοιχείο του σήματος, το οποίο αποτελεί χαρακτηριστικό αυτού, και ότι, εξάλλου, εξέτασε επίσης, στο πλαίσιο εκτιμήσεως της συνολικής εντυπώσεως του σήματος, τα εικονιστικά στοιχεία του.

15 Δεύτερον, το Γραφείο υποστηρίζει ότι οι υπηρεσίες που ειδικώς αναφέρονται στην αίτηση κοινοτικού σήματος ελήφθησαν πράγματι υπόψη από το τμήμα προσφυγών,

το οποίο έκρινε ότι το σημειολογικό περιεχόμενο του «best buy» προβαλλόταν ως χαρακτηριστικό της προτεινόμενης υπηρεσίας, υπογράμμιζε, δηλαδή, την πλεονεκτικότερη σχέση μεταξύ τιμής και εμπορικής αξίας, ακόμη και για τις επιχειρήσεις που είναι πελάτες επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταπωλήσεως προϊόντων.

16 Τρίτον, το Γραφείο υποστηρίζει ότι ούτε το κίτρινο χρώμα ούτε το εξάγωνο σχήμα έχουν διακριτικό χαρακτήρα, καθόσον αυτά χρησιμοποιούνται γενικώς στο πλαίσιο της εμπορίας προϊόντων και υπηρεσιών.

17 Τέταρτον, το Γραφείο φρονεί ότι η συνήθης σημασία του συνδυασμού «[a] best buy» γίνεται αμέσως αντιληπτή από όσους έχουν γνώσεις αγγλικής γλώσσας και τονίζει ότι η λέξη «buy» χρησιμοποιείται συνήθως ως ουσιαστικό.

18 Τέλος, το Γραφείο υποστηρίζει ότι οι προβαλλόμενες εθνικές καταχωρίσεις αφορούν μη αγγλόφωνα κράτη μέλη όπου το σημείο θα μπορούσε να έχει διακριτικό χαρακτήρα, χωρίς όμως αυτό να ισχύει για ολόκληρη την Κοινότητα.

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου

19 Κατά το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94, δεν γίνονται δεκτά για καταχώριση «τα σήματα που στερούνται διακριτικού χαρακτήρα». Επιπλέον, το άρθρο 7, παράγραφος 2, του κανονισμού 40/94 ορίζει ότι «η παράγραφος 1 εφαρμόζεται ακόμη και αν οι λόγοι απαραδέκτου υφίστανται μόνο σε ένα τμήμα της Κοινότητας».

20 Όπως έχει ήδη αποφανθεί το Πρωτοδικείο, τα σήματα τα οποία αφορά το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94 είναι, μεταξύ άλλων, εκείνα τα οποία δεν παρέχουν στο ενδιαφερόμενο κοινό τη δυνατότητα να επαναλάβει μια εμπειρία αγοράς, αν αυτή αποδειχθεί θετική, ή να την αποφύγει, αν αποδειχθεί αρνητική, κατά τη μετέπειτα κτήση των επίμαχων προϊόντων ή υπηρεσιών [απόφαση του Πρωτοδικείου της 27ης Φεβρουαρίου 2002, Τ-79/00, Rewe-Zentral κατά ΓΕΕΑ (LITE), Συλλογή 2002, σ. II-705, σκέψη 26]. Αυτό ιδίως συμβαίνει για σήματα τα οποία συνήθως χρησιμοποιούνται για την εμπορία των οικείων προϊόντων ή υπηρεσιών.

21 Πάντως, η καταχώριση σήματος το οποίο συνίσταται από σημεία ή ενδείξεις που χρησιμοποιούνται επίσης ως διαφημιστικά συνθήματα, ενδείξεις ποιότητας ή προτροπές αγοράς των προϊόντων και των υπηρεσιών που αφορά το σήμα αυτό δεν αποκλείεται, αφεαυτής, λόγω της χρήσεως αυτής (βλ., κατ' αναλογία, απόφαση του Δικαστηρίου, της 4ης Οκτωβρίου 2001, C-517/99, Merz & Krell, Συλλογή 2001, σ. I-6959, σκέψη 40). Πάντως, ένα σημείο που επιτελεί άλλες λειτουργίες, πλην της λειτουργίας του σήματος κατά την κλασική έννοια, είναι διακριτικό, κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94, μόνον όταν καθίσταται εξ αρχής αντιληπτό ως ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των προϊόντων ή υπηρεσιών που αφορά, προκειμένου να παράσχει στο ενδιαφερόμενο κοινό τη δυνατότητα να διακρίνει, χωρίς ενδεχόμενο συγχύσεως, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του κατόχου του σήματος από εκείνα που έχουν άλλη εμπορική προέλευση.

22 Ο διακριτικός χαρακτήρας ενός σημείου μπορεί να εκτιμηθεί μόνον, αφενός, σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τις οποίες ζητήθηκε η καταχώριση και, αφετέρου, σε σχέση με τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται το ενδιαφερόμενο κοινό το εν λόγω σημείο.

23 Εν προκειμένω, επιβάλλεται κατ' αρχάς να τονιστεί ότι οι υπηρεσίες συμβούλου και διαχειρίσεως επιχειρήσεως και οι υπηρεσίες τεχνικής επικουρίας για την εγκατάσταση ειδικευμένων καταστημάτων, οι οποίες εμπίπτουν στις κλάσεις 35 και 42, απευθύνονται σε κοινό επαγγελματιών, ενώ οι υπηρεσίες εγκαταστάσεως και συντηρήσεως, οι οποίες εμπίπτουν στην κλάση 37, απευθύνονται γενικώς στο κοινό.

24 Διευκρινίζοντας την άποψή της αναφορικά με το ενδιαφερόμενο κοινό, η προσφεύγουσα υποστήριξε, κατά την προφορική διαδικασία, ότι ο κατάλογος των καταχωρισμένων υπηρεσιών της κλάσεως 37 πρέπει να νοηθεί συσταλτικώς περιοριζόμενος στις παροχές επαγγελματιών προς επαγγελματίες. Επιβάλλεται σχετικώς να τονιστεί ότι, αφενός, ορισμένες από τις υπηρεσίες αυτές, ιδίως οι υπηρεσίες συντηρήσεως συσκευών ήχου για αυτοκίνητα, καθώς και αντίστοιχων συσκευών για «την οικία», παρέχονται μόνον προς τον τελικό καταναλωτή. Εξάλλου, η ερμηνεία θα είχε ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του καταλόγου υπηρεσιών. Ένας τέτοιος, όμως, περιορισμός πρέπει να γίνεται σύμφωνα με ορισμένες ειδικές προϋποθέσεις και κατόπιν σχετικής αιτήσεως προς το Γραφείο [απόφαση του Πρωτοδικείου της 9ης Οκτωβρίου 2002, T-173/00, KWS Saat κατά ΓΕΕΑ (απόχρωση πορτοκαλί), που δεν έχει ακόμα δημοσιευθεί στη Συλλογή, σκέψεις 11 και 12]. Συνεπώς, το επιχείρημα αυτό δεν μπορεί να γίνει δεκτό.

25 Επιβάλλεται, επίσης, να τονιστεί ότι, λόγω της φύσεως ορισμένων από τις υπηρεσίες για τις οποίες πρόκειται, μερίδα του ενδιαφερομένου κοινού θα μπορούσε να είναι υψηλού επιπέδου προσοχής, καθόσον το επίπεδο τεχνικής και το κόστος των συγκεκριμένων υπηρεσιών είναι σχετικά υψηλό. Εντούτοις, αυτό το επίπεδο προσοχής μπορεί να είναι σχετικώς χαμηλό προκειμένου για αποκλειστικώς διαφημιστικού χαρακτήρα ενδείξεις, οι οποίες δεν είναι καθοριστικές για ένα πληροφορημένο κοινό [βλ., σχετικώς, απόφαση του Πρωτοδικείου της 5ης Δεκεμβρίου 2002, T-130/01, Sykes Enterprises κατά ΓΕΕΑ (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS), που δεν έχει ακόμα δημοσιευθεί στη Συλλογή, σκέψη 24].

26 Συνεπώς, για το σύνολο των σχετικών υπηρεσιών, πρέπει να γίνει δεκτή η ύπαρξη ενός κοινού κανονικώς ενήμερου και πληροφορημένου. Εξάλλου, δεδομένου ότι το λεκτικό σημείο «best buy» αποτελείται από στοιχεία της αγγλικής γλώσσας, το σχετικό κοινό είναι αγγλόφωνο κοινό ή μη αγγλόφωνο που έχει, πάντως, επαρκή ικανότητα κατανοήσεως της αγγλικής γλώσσας.

27 Δεύτερον, όσον αφορά την εκτίμηση του διακριτικού χαρακτήρα του αιτουμένου σήματος, επιβάλλεται, όταν πρόκειται για σύνθετο σήμα, να εξεταστεί αυτό στο σύνολό του. Εντούτοις, αυτό δεν είναι ασυμβίβαστο με τη διαδοχική εξέταση των διαφόρων στοιχείων από τα οποία αποτελείται το σήμα.

28 Όσον αφορά, πρώτον, το λεκτικό σημείο «best buy», πρέπει να τονιστεί ότι αυτό αποτελείται από κοινές λέξεις της αγγλικής γλώσσας οι οποίες κατά τρόπο σαφή υποδηλώνουν μια πλεονεκτική σχέση μεταξύ της τιμής των υπηρεσιών οι οποίες αναφέρονται στην αίτηση και της εμπορικής τους αξίας.

29 Συνεπώς, το σήμα γίνεται αμέσως αντιληπτό από το σχετικό κοινό ως ένα διαφημιστικό σύνθημα ή ως σύνθημα το οποίο υποδηλώνει ότι οι σχετικές υπηρεσίες αποτελούν την καλύτερη δυνατή «αγορά» στην κατηγορία τους και την «καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής», όπως υπογράμμισε το τμήμα προσφυγών στο σημείο 17 της προσβαλλομένης αποφάσεως.

30 Από αυτής της απόψεως δεν είναι λυσιτελές το επιχείρημα που προέβαλε η προσφεύγουσα στην προφορική διαδικασία κατά το οποίο, καίτοι αναγνωρίζει «το προφανές σημειολογικό περιεχόμενο» του συγκεκριμένου λεκτικού σήματος, ο καταναλωτής δεν είναι ενήμερος για το περιεχόμενο ή τη φύση των προσφερομένων υπηρεσιών. Πράγματι, προς διαπίστωση της ελλείψεως διακριτικού χαρακτήρα αρκεί να επισημανθεί ότι το σημειολογικό περιεχόμενο του λεκτικού σημείου, κύριο και προέχον στοιχείο του συγκεκριμένου σήματος, υποδηλώνει στον καταναλωτή ένα χαρακτηριστικό της υπηρεσίας σχετικό με την εμπορική της αξία το οποίο, χωρίς να είναι ακριβές, προέρχεται από μια ενημέρωση διαφημιστικού χαρακτήρα, την οποία το σχετικό κοινό θα αντιληφθεί πρωτίστως υπ' αυτή την έννοια και όχι ως ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των υπηρεσιών [βλ., σχετικώς, προαναφερθείσα απόφαση REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS, σκέψεις 29 και 30]. Εξάλλου, και μόνη η απουσία πληροφοριακών στοιχείων, στο σημειολογικό περιεχόμενο του λεκτικού σημείου «best buy», αναφορικά με τη φύση των σχετικών υπηρεσιών, δεν επαρκεί προκειμένου να προσδοθεί διακριτικός χαρακτήρας στο σημείο αυτό.

31 Εξάλλου, η προσφεύγουσα, η οποία περιορίστηκε να τονίσει ότι ο όρος «buy» είναι ανακριβής και απροσδιόριστος, δεν διευκρίνισε ποια σημασία του συγκεκριμένου λεκτικού σημείου, πέραν αυτής που υποδηλώνει την πλεονεκτική σχέση μεταξύ τιμής και εμπορικής αξίας των υπηρεσιών, θα μπορούσε να αντιληφθεί το σχετικό κοινό. Δεν αναφέρθηκε, επίσης, στο ζήτημα αν το λεκτικό αυτό σημείο μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και διαφορετικά, πέραν του διαφημιστικού πλαισίου. Αντιθέτως προς τους ισχυρισμούς της προσφεύγουσας, η σημασία του συγκεκριμένου λεκτικού σημείου μπορεί να συνδυαστεί τόσο προς μια συγκεκριμένη υπηρεσία, αυτή καθεαυτή, όσο και με τη διανομή προϊόντων ή υπηρεσιών που επιδιώκει να προωθήσει η εν λόγω υπηρεσία.

32 Επίσης, το γεγονός ότι τα δύο συστατικά στοιχεία του λεκτικού σημείου «best buy» παρατίθενται το ένα δίπλα στο άλλο δεν αρκεί, διά της απλής παραλείψεως ενός άρθρου στη σύνταξή του («a best buy» ή «the best buy»), ούτε να του προσδώσει τον χαρακτήρα λεξιλογικού εφευρήματος δυνάμενου να του παράσχει διακριτικό χαρακτήρα ούτε να του προσδώσει πρωτότυπο χαρακτήρα, ο οποίος, εν πάση περιπτώσει, δεν αποτελεί κριτήριο εκτιμήσεως της διακριτικής ικανότητας ενός σημείου [βλ., υπ' αυτή την έννοια, απόφαση του Πρωτοδικείου της 5ης Απριλίου 2001, T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft κατά ΓΕΕΑ (EASYBANK), Συλλογή 2001, σ. II-1259, σκέψη 40].

33 Όσον αφορά τον τρόπο που το σχετικό κοινό αντιλαμβάνεται τη μορφή και το χρώμα της καρτέλας, επιβάλλεται να τονιστεί ότι, όπως υπογράμμισε το τμήμα προσφυγών στο σημείο 19 της προσβαλλομένης αποφάσεως, οι έγχρωμες καρτέλες τιμών χρησιμοποιούνται συχνά στο εμπόριο για παντός τύπου προϊόντα και υπηρεσίες. Συνεπώς, είναι αλυσιτελής ο ισχυρισμός της προσφεύγουσας ότι θα δημιουργούσε εντύπωση στο κοινό μια τέτοια καρτέλα.

34 Όσον αφορά το στοιχείο «®», πρέπει να τονιστεί ότι η ύπαρξη τέτοιου είδους στοιχείων, δίπλα σε άλλα στοιχεία, δεν αρκεί ώστε να προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα σε ένα σήμα συνολικώς εξεταζόμενο.

35 Εφόσον το αιτούμενο σήμα αποτελείται από το άθροισμα των στοιχείων που αναλύθηκαν ανωτέρω, επιβάλλεται να εκτιμηθεί ο διακριτικός χαρακτήρας του εν λόγω σήματος, συνολικώς εξεταζόμενου.

36 Ενόψει των στοιχείων που υπογραμμίστηκαν ανωτέρω, προκύπτει ότι, συνολικώς, το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση δεν αποτελείται παρά από στοιχεία τα οποία χωριστά εξεταζόμενα στερούνται διακριτικού χαρακτήρα όσον αφορά την εμπορία των σχετικών υπηρεσιών. Εξάλλου, δεν υφίσταται αμοιβαία σχέση μεταξύ των διαφόρων αυτών στοιχείων ικανή να προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα στο σύνολο.

37 Πράγματι, η μορφή της καρτέλας δεν είναι ικανή να επηρεάσει τη σημασία των κύριων λεκτικών στοιχείων. Επίσης, αντί να προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα, το εικονιστικό αυτό στοιχείο ενισχύει τον διαφημιστικό χαρακτήρα των λεκτικών στοιχείων στην αντίληψη του σχετικού κοινού.

38 Συνεπώς, το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση στερείται διακριτικού χαρακτήρα όσον αφορά τις υπηρεσίες για τις οποίες πρόκειται.

39 Όσον αφορά τις προγενέστερες καταχωρίσεις στη Γερμανία και στη Γαλλία, η προσφεύγουσα δεν μπόρεσε κατά την προφορική διαδικασία να προσδιορίσει την έκτασή τους. Επιβάλλεται σχετικώς να τονιστεί ότι οι καταχωρίσεις αυτές δεν αφορούν ούτε ένα σημείο αυστηρώς ταυτόσημο με το συγκεκριμένο σημείο ούτε ομοειδή προϊόντα ή υπηρεσίες.

40 Εξάλλου, όπως ορθώς υπογράμμισε το Γραφείο, δεν μπορεί να κριθεί εν προκειμένω ως λυσιτελής η επίκληση εθνικών καταχωρίσεων σε μη αγγλόφωνα κράτη μέλη, στα οποία το σημείο αυτό μπορεί να είναι διακριτικό, χωρίς όμως να έχει αυτόν τον χαρακτήρα σε ολόκληρη την Κοινότητα.

41 Τέλος, πρέπει να τονιστεί ότι, σύμφωνα με πάγια νομολογία, το κοινοτικό καθεστώς σημάτων είναι αυτοτελές σύστημα και ότι η νομιμότητα των αποφάσεων των τμημάτων προσφυγών εκτιμάται αποκλειστικώς με βάση τον κανονισμό 40/94 [αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 5ης Δεκεμβρίου 2000, Τ-32/00, Messe München κατά ΓΕΕΑ (electronica), Συλλογή 2000, σ. II-3829, σκέψη 47, και της 27ης Φεβρουαρίου 2002, Τ-106/00, Streamserve κατά ΓΕΕΑ (STREAMSERVE), Συλλογή 2002, σ. II-723, σκέψη 66].

42 Συνεπώς, είναι αλυσιτελή τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας που αφορούν αποκλειστικώς την ύπαρξη καταχωρίσεων στη Γερμανία και στη Γαλλία.

43 Ενόψει όλων των ανωτέρω σκέψεων, το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση κρίνεται ως στερούμενο διακριτικού χαρακτήρα εντός ουσιαστικού τμήματος της Κοινότητας. Συνεπώς, ο λόγος που αντλείται από την παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94 πρέπει να απορριφθεί.

44 Παρέλκει επίσης να εξεταστεί ο λόγος που αντλείται από την παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94. Πράγματι, σύμφωνα με πάγια νομολογία, αρκεί να έχει εφαρμογή ένας από τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου ώστε το σημείο να μην μπορεί να καταχωριστεί ως κοινοτικό σήμα [αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 8ης Ιουλίου 1999, T-163/98, Procter & Gamble κατά ΓΕΕΑ (Baby-dry), Συλλογή 1999, σ. II-2383, σκέψη 29, και της 12ης Ιανουαρίου 2000, T-19/99, DKV κατά ΓΕΕΑ (COMPANYLINE), Συλλογή 2000, σ. II-1, σκέψη 30].

45 Συνεπώς, η προσφυγή πρέπει να απορριφθεί.

Επί των δικαστικών εξόδων

46 Κατά το άρθρο 87, παράγραφος 2, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα, εφόσον υπάρχει σχετικό αίτημα του νικήσαντος διαδίκου. Δεδομένου ότι η προσφεύγουσα ηττήθηκε, πρέπει να καταδικαστεί στα δικαστικά της έξοδα, καθώς και στα έξοδα του Γραφείου, σύμφωνα με το σχετικό αίτημά του.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ (δεύτερο τμήμα)

αποφασίζει:

1) Απορρίπτει την προσφυγή.

2) Καταδικάζει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα.

Forwood Pirrung Meij

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 3 Ιουλίου 2003.

Ο Γραμματέας

H. Jung

Ο Πρόεδρος

N. J. Forwood