ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (έκτο τμήμα)

της 12ης Μαΐου 2016*

«Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης — Αίτηση καταχωρίσεως εικονιστικού σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Mark1 — Απόλυτος λόγος απαραδέκτου — Έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα — Άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009»

Στην υπόθεση T-32/15,

GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, με έδρα το Kloster Lehnin (Γερμανία), εκπροσωπούμενη από τους I. Memmler και S. Schulz, δικηγόρους,

προσφεύγουσα,

κατά

Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO), εκπροσωπούμενου από την D. Walicka,

καθού,

με αντικείμενο προσφυγή κατά της αποφάσεως του πρώτου τμήματος προσφυγών του EUIPO της 29ης Οκτωβρίου 2014 (υπόθεση R 647/2014-1), σχετικά με αίτηση καταχωρίσεως του εικονιστικού σημείου Mark1 ως σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (έκτο τμήμα),

συγκείμενο από τους S. Frimodt Nielsen, πρόεδρο, F. Dehousse και A. M. Collins (εισηγητή), δικαστές,

γραμματέας: A. Lamote, υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη το δικόγραφο της προσφυγής που κατατέθηκε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 22 Ιανουαρίου 2015,

έχοντας υπόψη το υπόμνημα αντικρούσεως που κατατέθηκε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 31 Μαρτίου 2015,

κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 28ης Ιανουαρίου 2016, στην οποία το EUIPO δεν παρέστη,

εκδίδει την ακόλουθη

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

Απόφαση

Ιστορικό της διαφοράς

1 Στις 8 Αυγούστου 2013, η προσφεύγουσα GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH υπέβαλε αίτηση καταχωρίσεως σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO), δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 2009, L 78, σ. 1).

2 Στις 8 Αυγούστου 2013, η προσφεύγουσα GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH υπέβαλε αίτηση καταχωρίσεως σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO), δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 2009, L 78, σ. 1).



3 Το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση συνίσταται στο κατωτέρω εικονιστικό σημείο: 4 Τα προϊόντα για τα οποία ζητήθηκε η καταχώριση υπάγονται στις κλάσεις 9 και 34, κατά την έννοια του Διακανονισμού της Νίκαιας, της 15ης Ιουνίου 1957, για τη διεθνή ταξινόμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση των σημάτων, όπως έχει αναθεωρηθεί και τροποποιηθεί, και αντιστοιχούν, για καθεμία από τις κλάσεις αυτές, στην ακόλουθη περιγραφή:

— κλάση 9: «Μπαταρίες για ηλεκτρικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά τσιγάρα, ηλεκτρικά πούρα, ηλεκτρονικά πούρα, ηλεκτρικά πουράκια, ηλεκτρονικά πουράκια, ηλεκτρικές πίπες, ηλεκτρονικές πίπες και υγραντήρες για τον καπνό, τα προϊόντα καπνού και τα υποκατάστατα καπνού· συσσωρευτές για ηλεκτρικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά τσιγάρα, ηλεκτρικά πούρα, ηλεκτρονικά πούρα, ηλεκτρικά πουράκια, ηλεκτρονικά πουράκια, ηλεκτρικές πίπες, ηλεκτρονικές πίπες και υγραντήρες για τον καπνό, τα προϊόντα καπνού και τα υποκατάστατα καπνού· συσκευές για τη φόρτιση ηλεκτρικών συσσωρευτών, προσαρμογείς αυτοκινήτου· καλώδια για ηλεκτρικά τσιγάρα, για ηλεκτρονικά τσιγάρα, για ηλεκτρικά πούρα, για ηλεκτρονικά πούρα, για ηλεκτρικά πουράκια, για ηλεκτρονικά πουράκια, για ηλεκτρονικές πίπες, ηλεκτρονικές πίπες και υγραντήρες για τον καπνό, τα προϊόντα καπνού και τα υποκατάστατα καπνού· ηλεκτρονικά και ηλεκτρικά εξαρτήματα για ηλεκτρικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά τσιγάρα, ηλεκτρικά πούρα, ηλεκτρονικά πούρα, ηλεκτρικά πουράκια, ηλεκτρονικά πουράκια, ηλεκτρικές πίπες, ηλεκτρονικές πίπες και υγραντήρες για τον καπνό, τα προϊόντα καπνού και τα υποκατάστατα καπνού»·

— κλάση 34: «Φύλλα καπνού· προϊόντα καπνού που περιλαμβάνονται στην κλάση 34, ειδικότερα δε πλακέτες νικοτίνης σε βάση καπνού για χρήση από το στόμα, πούρα, τσιγάρα, πουράκια, λεπτοκομμένος καπνός, καπνός πίπας, ταμπάκο, υποκατάστατα καπνού, πούρα και τσιγάρα που

περιέχουν υποκατάστατα καπνού (όχι για ιατρική χρήση)· είδη για καπνιστές, ιδίως κουτιά καπνού, ταμπακιέρες, επιστόμια τσιγάρων, σταχτοδοχεία (τα προαναφερθέντα είδη όχι από πολύτιμα μέταλλα ή επιστρωμένα με αυτά), τσιγαρόχαρτο, πίπες καπνίσματος, φίλτρα τσιγάρων, πίπες, συσκευές τσέπης για περιτύλιξη τσιγάρων, αναπτήρες, τα οποία περιλαμβάνονται στην κλάση 34, σπίρτα· κουτιά τσιγάρων από πολύτιμα μέταλλα· θήκες για τσιγάρα από πολύτιμα μέταλλα· επιστόμια τσιγάρων από πολύτιμα μέταλλα· ταμπακιέρες και κουτιά για πούρα από πολύτιμα μέταλλα και από ξύλο· κασέλες για πούρα από πολύτιμα μέταλλα· πίπες καπνίσματος από πολύτιμα μέταλλα· ηλεκτρικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά τσιγάρα, ηλεκτρικά πούρα, ηλεκτρονικά πούρα, ηλεκτρικά πουράκια, ηλεκτρονικά πουράκια, ηλεκτρικές πίπες και ηλεκτρονικές πίπες· υγρά, αμπούλες και δοχεία για ηλεκτρικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά τσιγάρα, ηλεκτρονικά πούρα, ηλεκτρονικά πουράκια και ηλεκτρικές πίπες· ανταλλακτικό υγρό για χρήση σε συσκευές ηλεκτρονικού καπνίσματος και για ηλεκτρονικά τσιγάρα· ανταλλακτικά για ηλεκτρονικά τσιγάρα και ηλεκτρονικές συσκευές καπνίσματος· διαχύτες, αρωματικά σπρέι για ηλεκτρονικά τσιγάρα και ηλεκτρονικές συσκευές καπνίσματος· ψεκαστήρες για καπνό, προϊόντα καπνού και υποκατάστατα καπνού· εξαρτήματα ηλεκτρονικών τσιγάρων και ηλεκτρονικές συσκευές καπνίσματος και σπρέι για καπνό, προϊόντα καπνού και υποκατάστατα καπνού· τσάντες κάθε χρήσεως και δοχεία, ειδικώς για τα ανωτέρω προϊόντα· εξαρτήματα και ανταλλακτικά για τα προαναφερθέντα προϊόντα».

5 Με απόφαση της 8ης Ιανουαρίου 2014, ο εξεταστής απέρριψε την αίτηση καταχωρίσεως όσον αφορά το σύνολο των οικείων προϊόντων, για τον λόγο ότι το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση στερείτο διακριτικού χαρακτήρα κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009.

6 Στις 3 Μαρτίου 2014, η προσφεύγουσα άσκησε προσφυγή κατά της αποφάσεως αυτής ενώπιον του EUIPO.

7 Με απόφαση της 29ης Οκτωβρίου 2014 (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση), το πρώτο τμήμα προσφυγών του EUIPO απέρριψε την εν λόγω προσφυγή.

8 Το τμήμα προσφυγών έκρινε ότι το ενδιαφερόμενο κοινό αποτελείται τόσο από τον μέσο καταναλωτή που ανήκει στο ευρύ κοινό όσο και από τον μέσο καταναλωτή που ανήκει σε εξειδικευμένο κοινό. Επισήμανε ότι το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση είναι εικονιστικό σήμα αποτελούμενο από τη λέξη «mark» και τον αριθμό 1. Επίσης, επισήμανε ότι ο αριθμός 1 παραπέμπει, κατά κανόνα, στον πρώτο ή στον καλύτερο στην κατάταξη και ότι η λέξη «mark» είναι αγγλική, συνώνυμη της λέξεως «trademark», ήτοι σημαίνει «εμπορικό σήμα». Επομένως, κατά το τμήμα προσφυγών, το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση συνιστά μνεία του ότι τα επίμαχα προϊόντα βρίσκονται στην πρώτη θέση στην κατάταξη ανάμεσα στις μάρκες τσιγάρων. Η διαμόρφωση των γραφικών και των χρωμάτων, ήτοι μαύρο για τη λέξη «mark» και κόκκινο για τον αριθμό 1, δεν ήταν αρκετή, κατά το τμήμα προσφυγών, για να προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα στο σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση. Συγκεκριμένα, κατά το τμήμα προσφυγών, το κόκκινο χρώμα υποδηλώνει ότι το προϊόν είναι το «νούμερο 1». Επιπλέον, η γραμματοσειρά δεν είναι ασυνήθης. Κατά συνέπεια, το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση λειτουργούσε μόνο διαφημιστικώς και δεν καθιστούσε δυνατόν να συναχθεί η προέλευση των προϊόντων. Για τον λόγο αυτόν, το τμήμα προσφυγών έκρινε ότι δεν μπορούσε να καταχωρισθεί ως σήμα.

Αιτήματα των διαδίκων

9 Η προσφεύγουσα ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:

— να ακυρώσει την προσβαλλόμενη απόφαση,

— να καταδικάσει το EUIPO στα δικαστικά έξοδα.

10 Το EUIPO ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:

— να απορρίψει την προσφυγή ως αβάσιμη,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα.

Σκεπτικό

11 Προς στήριξη της προσφυγής της, η προσφεύγουσα προβάλλει έναν και μόνο λόγο ακυρώσεως, αντλούμενο από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009.

12 Πρώτον, η προσφεύγουσα προβάλλει ότι η λέξη «mark» δεν είναι περιγραφική. Υποστηρίζει ότι, υπό τη σημασία της ως σήματος ή ως συνωνύμου της αγγλικής λέξεως «trademark», είναι πολύ ευφάνταστο να μη δίδεται όνομα σε ένα προϊόν, αλλά να χαρακτηρίζεται απλώς ως σήμα. Εξάλλου, η λέξη μπορεί επίσης να έχει την έννοια της σημάνσεως ή του σημαδιού στα γερμανικά, ή να αποτελεί συντομογραφία του πρώην γερμανικού νομίσματος. Επιπροσθέτως, η λέξη «mark» παραπέμπει, κατά την προσφεύγουσα, σε πολύ γνωστό αγγλικό όνομα, του οποίου και παραθέτει ορισμένα διάσημα παραδείγματα. Για τους λόγους αυτούς, κατά την προσφεύγουσα, η συγκεκριμένη λέξη έχει διακριτικό χαρακτήρα.

13 Η προσφεύγουσα επισημαίνει επίσης ότι το EUIPO καταχώρισε στο παρελθόν τη λέξη «mark» ως σήμα, συνδέοντάς την ενίοτε με αριθμούς.

14 Δεύτερον, η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι ο αριθμός 1 εκλαμβάνεται ως διαφημιστική ένδειξη μόνον όταν συνδέεται με συγκεκριμένο αντικείμενο και τη λέξη «αριθμός». Εν προκειμένω, από την οπτική γωνία του μέσου καταναλωτή, ο απλός συσχετισμός της λέξεως «mark» και του αριθμού 1 δεν έχει, κατά την προσφεύγουσα, τέτοια σημασία.

15 Η προσφεύγουσα επισημαίνει ότι το EUIPO καταχώρισε επίσης σήματα τα οποία περιλαμβάνουν τον αριθμό 1, όπως το σήμα Bank One για τραπεζικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Επιπλέον, η προσφεύγουσα αναφέρεται σε απόφαση του Bundespatentgericht (Ομοσπονδιακό δικαστήριο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, Γερμανία).

16 Εξάλλου, η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι η λέξη «mark» δύναται να τύχει προστασίας. Κατά συνέπεια, ουδόλως δικαιολογείται, κατά την προσφεύγουσα, η προσθήκη απλώς του αριθμού 1 να αποστερεί έναν όρο από τον διακριτικό χαρακτήρα του.

17 Παρά το γεγονός ότι το σύνθημα διαφημιστικού μηνύματος για τα τσιγάρα της μάρκας Mark Adams No1 είναι «η νούμερο 1 μάρκα», η προσφεύγουσα διατείνεται ότι ο καταναλωτής δεν εκλαμβάνει αυτό το σύνθημα υπό την έννοια της κατατάξεως, ήτοι ότι πρόκειται για τη μάρκα με τις μεγαλύτερες πωλήσεις. Αντιθέτως, κατ' αυτήν, ο μέσος καταναλωτής γνωρίζει ότι τα τσιγάρα αυτής της μάρκας δεν καταλαμβάνουν την πρώτη θέση των πωλήσεων στην αγορά.

18 Εν πάση περιπτώσει, ακόμα και αν το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση ερμηνευόταν ως διαφημιστικό σύνθημα, τούτο δεν θα συνιστούσε, κατά τη νομολογία, επαρκή λόγο για να μην του αναγνωριστεί διακριτικός χαρακτήρας. Η προσφεύγουσα προβάλλει ότι τα διαφημιστικά συνθήματα στερούνται διακριτικού χαρακτήρα μόνον όταν η χρήση τους για τα οικεία προϊόντα και υπηρεσίες είναι συνήθης και δεν δύνανται να αποτελέσουν ένδειξη προελεύσεως. Τούτο δεν ισχύει εν προκειμένω.

19 Τρίτον, η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι η γραφική σχεδίαση του σήματος του οποίου ζητείται η καταχώριση συμβάλλει στην ενίσχυση του διακριτικού του χαρακτήρα. Κατ' αυτήν, η σχετικώς απλή γραφική απεικόνιση του σημείου του οποίου ζητείται η καταχώριση καθιστά δυνατό για τον

καταναλωτή να το συγκρατήσει εύκολα στη μνήμη του ώστε να ταυτοποιεί την προέλευση των προϊόντων. Εξάλλου, το γεγονός ότι η λέξη «mark» είναι γραμμένη με μικρούς χαρακτήρες μαύρου χρώματος και ότι ο αριθμός 1 τονίζεται από τη γραφή με διπλάσιου μεγέθους χαρακτήρες κόκκινου χρώματος αποσκοπεί, κατά την προσφεύγουσα, στο να διαχωρίσει το σημείο σε δύο οπτικώς διακριτά στοιχεία.

20 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση έχει διακριτικό χαρακτήρα για τα αγαθά των κλάσεων 9 και 34.

21 Το EUIPO απορρίπτει τα ως άνω επιχειρήματα ως αβάσιμα.

22 Μεταξύ άλλων, το EUIPO προβάλλει ότι σημείο το οποίο περιλαμβάνει στοιχείο άμεσα εγκωμιαστικό είναι διακριτικό μόνον εάν μπορεί επίσης να εκληφθεί ως ένδειξη προελεύσεως, κάτι που δεν ισχύει εν προκειμένω, για τους λόγους που εκτίθενται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Προσθέτει δε ότι το γεγονός ότι το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση μπορεί, ενδεχομένως, να έχει κι άλλες σημασίες από αυτήν που εξελήφθη ως βασική στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν αποτελεί στοιχείο καθοριστικής σημασίας. Συγκεκριμένα, ορισμένη ασάφεια δεν δύναται αφεαυτής να προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα, καθόσον μία από τις σημασίες είναι ικανή να δικαιολογήσει απόρριψη της αιτήσεως καταχωρίσεως.

23 Επιπροσθέτως, το EUIPO υποστηρίζει ότι η γραφική απεικόνιση του σημείου δεν αποδεικνύει στην προκειμένη περίπτωση τον διακριτικό χαρακτήρα. Κατά τη νομολογία, το καθοριστικής σημασίας ζήτημα έγκειται στο αν τα εικονιστικά στοιχεία μεταβάλλουν, από την οπτική γωνία του μέσου καταναλωτή, τη σημασία του σήματος για τα επίμαχα προϊόντα. Το EUIPO θεωρεί ότι η υπό κρίση υπόθεση είναι παρεμφερής άλλων στις οποίες η νομολογία αποφάνθηκε ότι η διάταξη των γραφικών στοιχείων δεν μπορούσε να επηρεάσει την εκτίμηση του λεκτικού στοιχείου.

24 Τέλος, οι προηγούμενες καταχωρίσεις οι οποίες περιελάμβαναν τη λέξη «mark» συνδεόμενη με αριθμό δεν είναι παρεμφερείς της υπό κρίση υποθέσεως, διότι η απόρριψη της αιτήσεως καταχωρίσεως αιτιολογείται βάσει της σημασίας του αριθμού 1. Επιπροσθέτως, η νομιμότητα των αποφάσεων του τμήματος προσφυγών πρέπει να εκτιμάται αποκλειστικώς και μόνο βάσει του κανονισμού 207/2009 και όχι βάσει της ακολουθούμενης από το EUIPO πρακτικής κατά τη λήψη αποφάσεων.

25 Κατά το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009, δεν γίνονται δεκτά για καταχώριση «τα σήματα που στερούνται διακριτικού χαρακτήρα». Εξάλλου, το άρθρο 7, παράγραφος 2, του εν λόγω κανονισμού ορίζει ότι «η παράγραφος 1 εφαρμόζεται ακόμη και αν οι λόγοι απαραδέκτου υφίστανται μόνο σε τμήμα της [Ευρωπαϊκής Ένωσης]».

26 Η ιδέα στην οποία στηρίζεται το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009 συνδέεται προς τη βασική λειτουργία του σήματος, η οποία είναι να διασφαλίζει για τον καταναλωτή ή τον τελικό χρήστη την ταυτότητα της προελεύσεως του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσδιορίζει [απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2011, BSH κατά ΓΕΕΑ (executive edition), T-310/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:16, σκέψη 22].

27 Ο απόλυτος λόγος απαραδέκτου που προβλέπεται στο άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009 έχει, επομένως, ως σκοπό να διασφαλίσει ότι ο ως άνω καταναλωτής ή τελικός καταναλωτής μπορεί να διακρίνει χωρίς κίνδυνο συγχύσεως το εν λόγω προϊόν ή υπηρεσία από εκείνα που έχουν διαφορετική προέλευση. Επομένως, διαθέτει διακριτικό χαρακτήρα, κατά την έννοια της διατάξεως αυτής, το σήμα το οποίο καθιστά δυνατό τον προσδιορισμό της υπηρεσίας ή του προϊόντος για το οποίο ζητείται η καταχώριση ως προερχόμενου από συγκεκριμένη επιχείρηση και, ως εκ τούτου, καθιστά δυνατή τη διάκριση της υπηρεσίας αυτής ή του προϊόντος αυτού από τις υπηρεσίες και τα προϊόντα άλλων επιχειρήσεων (απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2011, executive edition, T-310/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:16, σκέψη 22).

28 Προς τούτο, δεν απαιτείται να διαβιβάζει το σήμα ακριβή πληροφορία ως προς την ταυτότητα του κατασκευαστή του προϊόντος ή του παρέχοντος την υπηρεσία. Αρκεί το σήμα να καθιστά δυνατό για το ενδιαφερόμενο κοινό να διακρίνει το προϊόν ή την υπηρεσία που προσδιορίζει από εκείνα που έχουν διαφορετική εμπορική προέλευση (απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2011, executive edition, T-310/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:16, σκέψη 22).

29 Στερούνται διακριτικού χαρακτήρα, κατά την έννοια της ως άνω διατάξεως, τα σημεία τα οποία αδυνατούν να επιτελέσουν τη βασική λειτουργία του σήματος, ήτοι να προσδιορίσουν την προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας, προκειμένου να παράσχουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή που αποκτά το προσδιοριζόμενο από το σήμα προϊόν ή υπηρεσία να προβεί, σε περίπτωση μεταγενέστερης αγοράς, στην ίδια επιλογή, αν η εμπειρία αποβεί θετική, ή σε διαφορετική επιλογή, αν η εμπειρία αποβεί αρνητική [απόφαση της 31ης Μαρτίου 2004, Fieldturf κατά ΓΕΕΑ (LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, EU:T:2004:96, σκέψη 23].

30 Ο διακριτικός χαρακτήρας πρέπει να εκτιμάται σε σχέση, αφενός, με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία ζητείται η καταχώριση και, αφετέρου, με τον τρόπο με τον οποίο το ενδιαφερόμενο κοινό, το οποίο έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικό και ενημερωμένο, αντιλαμβάνεται το σήμα αυτό (αποφάσεις της 31ης Μαρτίου 2004, LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS, T-216/02, EU:T:2004:96, σκέψη 26, και της 21ης Ιανουαρίου 2011, executive edition, T-310/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:16, σκέψη 24).

31 Όσον αφορά σήματα αποτελούμενα από στοιχεία που χρησιμοποιούνται επίσης ως διαφημιστικά συνθήματα, ενδείξεις ποιότητας ή φραστικές προτροπές αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσδιορίζουν τα σήματα αυτά, η καταχώρισή τους δεν αποκλείεται λόγω τέτοιας χρήσεως. Όσον αφορά την εκτίμηση του διακριτικού χαρακτήρα τέτοιων σημάτων, στην περίπτωσή τους δεν πρέπει να εφαρμόζονται αυστηρότερα κριτήρια απ' ό,τι σε άλλα σημεία [αποφάσεις της 21ης Ιανουαρίου 2011, executive edition, T-310/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:16, σκέψη 25, και της 12ης Φεβρουαρίου 2014, Oetker Nahrungsmittel κατά ΓΕΕΑ (La qualité est la meilleure des recettes), T-570/11, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:72, σκέψη 22].

32 Έχει κριθεί ότι δεν απαιτείται το διαφημιστικό σύνθημα να έχει ευρηματικό χαρακτήρα, ενδεχομένως δε και εννοιολογική ένταση που θα είχε ως συνέπεια την πρόκληση εκπλήξεως, με αποτέλεσμα να καθίσταται ευμνημόνευτο, προκειμένου να γίνει δεκτό ότι διαθέτει διακριτικό χαρακτήρα (αποφάσεις της 12ης Φεβρουαρίου 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:72, σκέψη 25, και της 29ης Ιανουαρίου 2015, Blackrock κατά ΓΕΕΑ (INVESTING FOR A NEW WORLD), T-59/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:56, σκέψη 22].

33 Επιπροσθέτως, το γεγονός και μόνον ότι το ενδιαφερόμενο κοινό εκλαμβάνει ένα σήμα ως σύνθημα με σκοπό την εμπορική προώθηση και ότι αυτό, λαμβανομένου υπόψη του εγκωμιαστικού χαρακτήρα του, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από άλλες επιχειρήσεις δεν αρκεί αφεαυτού για να γίνει δεκτό ότι το σήμα αυτό στερείται διακριτικού χαρακτήρα (απόφαση της 12ης Φεβρουαρίου 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:72, σκέψη 26).

34 Εντούτοις, το εγκωμιαστικό σημασιολογικό περιεχόμενο λεκτικού σήματος δεν αποκλείει το ενδεχόμενο το σήμα αυτό να αποτελεί για τους καταναλωτές εγγύηση για την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσδιορίζει. Επομένως, το ενδιαφερόμενο κοινό μπορεί να εκλάβει ένα τέτοιο σήμα τόσο ως σύνθημα με σκοπό την εμπορική προώθηση όσο και ως ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, καθόσον το κοινό αυτό εκλαμβάνει το σήμα ως ένδειξη της προελεύσεως αυτής, το γεγονός ότι ταυτόχρονα, ενδεχομένως και πρωτίστως, το σήμα εκλαμβάνεται ως σύνθημα με σκοπό την εμπορική προώθηση στερείται σημασίας όσον αφορά τον διακριτικό χαρακτήρα του (αποφάσεις της 21ης Ιανουαρίου 2010, Audi κατά ΓΕΕΑ, C-398/08 P, EU:C:2010:29, σκέψη 45, της 12ης Φεβρουαρίου 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:72, σκέψη 27, και της 29ης Ιανουαρίου 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:56, σκέψη 24).

35 Άλλως ειπείν, σήμα συνιστάμενο σε διαφημιστικό σύνθημα δεν διαθέτει διακριτικό χαρακτήρα εάν το ενδιαφερόμενο κοινό το εκλαμβάνει απλώς και μόνον ως σύνθημα με διαφημιστικό σκοπό. Αντιθέτως, τέτοιο σήμα διαθέτει διακριτικό χαρακτήρα εάν, πέραν της διαφημιστικής λειτουργίας του, μπορεί να γίνει άμεσα αντιληπτό από το ενδιαφερόμενο κοινό ως ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των προσδιοριζόμενων προϊόντων και υπηρεσιών [διάταξη της 12ης Ιουνίου 2014, Delphi Technologies κατά ΓΕΕΑ, C-448/13 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2014:1746, σκέψη 36, και απόφαση της 24ης Νοεμβρίου 2015, Intervog κατά ΓΕΕΑ (meet me), T-190/15, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:874, σκέψη 20].

36 Όσον αφορά τα εικονιστικά σημεία, προκειμένου να εκτιμηθεί ο διακριτικός χαρακτήρα του επίμαχου σημείου, πρέπει να εξεταστεί εάν τα εικονιστικά στοιχεία αυτά καθιστούν δυνατό για το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση να αποκλίνει από την απλή αντίληψη των χρησιμοποιούμενων λεκτικών στοιχείων, από την οπτική γωνία του μέσου καταναλωτή που είναι ευλόγως προσεκτικός (βλ. κατ' αυτήν την έννοια απόφαση της 24ης Νοεμβρίου 2015, meet me, T-190/15, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:874, σκέψη 30).

37 Η η υπό κρίση υπόθεση πρέπει να εξεταστεί με γνώμονα τις αρχές αυτές.

38 Όσον αφορά τα προσδιοριζόμενα προϊόντα, πρόκειται για προϊόντα καπνού και για ηλεκτρονικά τσιγάρα, καθώς και συναφή προϊόντα τα οποία υπάγονται στις κλάσεις 9 και 34.

39 Όσον αφορά το ενδιαφερόμενο κοινό, το τμήμα προσφυγών εκτίμησε, χωρίς επ' αυτού να αντιλέξει η προσφεύγουσα, ότι επρόκειτο, αφενός μεν, για το ευρύ κοινό, αφετέρου δε, για εξειδικευμένο κοινό. Δεδομένου ότι το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση συνίσταται στη λέξη «mark», η οποία δύναται να γίνει κατανοητή από αγγλόφωνο κοινό, ορθώς το τμήμα προσφυγών έλαβε υπόψη το συγκεκριμένο κοινό, χωρίς να υποχρεούται να λάβει υπόψη και άλλο κοινό.

40 Όσον αφορά το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση, τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας μπορούν, κατ' ουσίαν, να συνοψισθούν με τον ακόλουθο τρόπο. Πρώτον, η λέξη «mark» είναι δυνατόν να έχει πλείονες σημασίες και, ως εκ τούτου, δεν θα μπορούσε να κριθεί ότι στερείται διακριτικού χαρακτήρα. Δεύτερον, ο αριθμός 1 δεν γίνεται καθεαυτόν αντιληπτός ως διαφημιστική ένδειξη. Ακόμα κι αν το σημείο του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση ερμηνευόταν ως διαφημιστικό σύνθημα, θα είχε διακριτικό χαρακτήρα. Τρίτον, ο διακριτικός χαρακτήρας ενισχύεται από τη γραφική σχεδίαση του σημείου.

41 Συναφώς, επισημαίνεται ότι το γεγονός ότι η λέξη «mark» είναι, ενδεχομένως, πολυσήμαντη δεν αποτελεί καθοριστικής σημασίας στοιχείο. Δεν αμφισβητείται από την προσφεύγουσα ότι μία από τις σημασίες αυτές είναι η έννοια του σήματος («μάρκας»). Το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά, στο πλαίσιο της συνολικής εκτιμήσεως του σήματος του οποίου ζητείται η καταχώριση, ότι αυτή προδήλως και βασικώς έχει εγκωμιαστικό και προωθητικό χαρακτήρα για τα οικεία προϊόντα. Πράγματι, προβάλλει κατά βάση στο ενδιαφερόμενο κοινό την ιδέα της «υπ' αριθμόν 1 μάρκας» για τα προϊόντα που αφορά η αίτηση καταχωρίσεως. Όταν συναντά το εν λόγω σήμα, το ενδιαφερόμενο κοινό δεν θα αντιλαμβάνεται σε αυτό, πέραν της διαφημιστικής πληροφορίας κατά την οποία το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση είναι το «νούμερο 1», οποιαδήποτε ένδειξη εμπορικής προελεύσεως των επίμαχων προϊόντων.

42 Η εγκωμιαστική ή διαφημιστική σημασία του σημείου του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση, η οποία γίνεται αμέσως αντιληπτή και κατανοητή ως τέτοια από το ενδιαφερόμενο κοινό, επισκιάζει κάθε ένδειξη εμπορικής προελεύσεως των οικείων προϊόντων, με αποτέλεσμα το ως άνω σήμα να μην απομνημονεύεται από το ενδιαφερόμενο κοινό ως ένδειξη προελεύσεως. Υπενθυμίζεται ότι, κατά τη νομολογία, το γεγονός ότι σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση ενδεχομένως έχει πλείονες σημασίες δεν επάγεται αφεαυτού κατ' ανάγκην ότι έχει διακριτικό χαρακτήρα, εφόσον εξαρχής εκλαμβάνεται από το ενδιαφερόμενο κοινό ως προωθητικό μήνυμα και όχι ως ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των επίμαχων προϊόντων ή υπηρεσιών [απόφαση της 8ης Οκτωβρίου 2015, Société des

produits Nestlé κατά ΓΕΕΑ (NOURISHING PERSONAL HEALTH), T-336/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:770, σκέψη 41]. Ακόμα κι αν το γεγονός ότι το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση δύναται να έχει πλείονες σημασίες συνιστά ένα από τα χαρακτηριστικά που είναι ικανά να προσδώσουν στο σημείο, καταρχήν, διακριτικό χαρακτήρα, δεν είναι το καθοριστικό στοιχείο για τη διαπίστωση του ως άνω διακριτικού χαρακτήρα (απόφαση της 29ης Ιανουαρίου 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:56, σκέψη 38).

43 Ως εκ τούτου, το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση συνίσταται σε προωθητικό σύνθημα χωρίς τον ελάχιστο απαιτούμενο διακριτικό χαρακτήρα, και δεν αποτελεί ένδειξη της εμπορικής προελεύσεως των προϊόντων. Επομένως, δεν συντρέχει λόγος αμφισβητήσεως της εκτιμήσεως του τμήματος προσφυγών, κατά την οποία το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση δεν διαθέτει, καθεαυτό, κάποιο στοιχείο που να μπορεί να του προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα.

44 Όσον αφορά τη σημασία των εικονιστικών στοιχείων, το τμήμα προσφυγών ορθώς έκρινε ότι τα γραφικά στοιχεία ήταν απλά και ουδόλως μετέβαλλαν την εκτίμηση του λεκτικού στοιχείου του σήματος του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση.

45 Συναφώς, επισημαίνεται ότι ο συνδυασμός μαύρου χρώματος για τη λέξη και κόκκινου χρώματος για τον αριθμό, η ελάχιστα διακριτικού χαρακτήρα γραμματοσειρά, καθώς και η διαφορά μεγέθους μεταξύ της λέξεως και του αριθμού είναι σε τόσο μικρό βαθμό χαρακτηριστικά που δεν προσδίδουν τον παραμικρό διακριτικό χαρακτήρα στο σύνολο του σήματος του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση. Πράγματι, τα εν λόγω στοιχεία δεν εμφανίζουν καμία πτυχή, ιδίως από απόψεως ευρηματικότητας ή τρόπου με τον οποίο συνδυάζονται, η οποία να καθιστά δυνατό για το εν λόγω σήμα να επιτελέσει τη βασική λειτουργία του όσον αφορά τα διαλαμβανόμενα στην αίτηση καταχωρίσεως προϊόντα και υπηρεσίες.

46 Τέλος, πρέπει επίσης να απορριφθεί το επιχείρημα της προσφεύγουσας ότι η προσέγγιση του τμήματος προσφυγών αντιφάσκει προς την προηγούμενη καταχώριση πλειόνων παρεμφερών σημείων ως σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή ως εθνικών σημάτων.

47 Πρέπει να επισημανθεί ότι το EUIPO οφείλει να ασκεί τις αρμοδιότητές του σύμφωνα με τις γενικές αρχές του δικαίου της Ένωσης, όπως την αρχή της ίσης μεταχειρίσεως και την αρχή της χρηστής διοικήσεως (απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ, C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 73).

48 Βάσει των δύο αυτών αρχών, το EUIPO οφείλει, στο πλαίσιο της εξετάσεως αιτήσεως για την καταχώριση σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, να λαμβάνει υπόψη τις προγενέστερες αποφάσεις επί παρεμφερών αιτήσεων και να εξετάζει με ιδιαίτερη προσοχή αν πρέπει ή όχι να αποφασίσει κατά τον ίδιο τρόπο (απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ, C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 74).

49 Πέραν αυτού, οι αρχές της ίσης μεταχειρίσεως και της χρηστής διοικήσεως πρέπει να συμβιβάζονται με την τήρηση της νομιμότητας (απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ, C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 75).

50 Κατά συνέπεια, το πρόσωπο που ζητεί την καταχώριση σημείου ως σήματος δεν μπορεί να επικαλείται υπέρ αυτού ενδεχόμενη παρανομία διαπραχθείσα υπέρ τρίτου προκειμένου να επιτύχει την έκδοση πανομοιότυπης αποφάσεως (απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ, C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 76).

51 Κατά τα λοιπά, για λόγους ασφάλειας δικαίου και χρηστής διοικήσεως, η εξέταση κάθε αιτήσεως καταχωρίσεως πρέπει να είναι αυστηρή και πλήρης ώστε να αποτρέπεται η αντικανονική καταχώριση σημάτων. Η εξέταση αυτή πρέπει να διενεργείται κατά περίπτωση. Συγκεκριμένα, η καταχώριση σημείου ως σήματος εξαρτάται από ειδικά κριτήρια, τα οποία έχουν εφαρμογή στο πλαίσιο των

πραγματικών περιστατικών της συγκεκριμένης περιπτώσεως και τα οποία χρησιμεύουν για να διακριβωθεί το ενδεχόμενο το οικείο σημείο να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής κάποιου από τους λόγους απαραδέκτου (βλ. απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ, C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 77).

52 Στην προκειμένη περίπτωση αποδεικνύεται ότι, αντιθέτως προς όσα ενδεχομένως ίσχυαν για ορισμένες προγενέστερες αιτήσεις καταχωρίσεως σημείων ως σημάτων, η επίμαχη αίτηση καταχωρίσεως προσκρούει σε έναν από τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009.

53 Υπό τις συνθήκες αυτές, λαμβανομένης υπόψη της ελλείψεως διακριτικού χαρακτήρα του σήματος του οποίου ζητείται η καταχώριση, η προσφεύγουσα δεν μπορεί λυσιτελώς να επικαλεστεί προγενέστερες αποφάσεις του EUIPO, όπως διαπίστωσε ορθώς και το τμήμα προσφυγών στην προσβαλλόμενη απόφαση.

54 Επιπροσθέτως, διαπιστώνεται ότι, όπως υποστηρίζει και το EUIPO, το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση δεν είναι παρεμφερές σημείων που αποτελούνται από τον συνδυασμό της λέξεως «mark» και άλλων αριθμών, όπως το 10 ή το 11, ή λατινικών αριθμών, όπως το V ή το VII. Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να απορριφθεί το επιχείρημα το οποίο αντλείται από παραβίαση της αρχής της ίσης μεταχειρίσεως, η οποία επιβάλλει να μην αντιμετωπίζονται παρόμοιες καταστάσεις κατά τρόπο διαφορετικό και διαφορετικές καταστάσεις καθ' όμοιο τρόπο, εκτός εάν τέτοια αντιμετώπιση δικαιολογείται αντικειμενικώς.

55 Όσον αφορά την απόφαση του Bundespatentgericht, την οποία επικαλείται η προσφεύγουσα, επισημαίνεται ότι δεν μπορεί, καθεαυτή, να επηρεάσει την εκτίμηση της υπό κρίση υποθέσεως. Πράγματι, το καθεστώς σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνιστά αυτοτελές σύστημα, αποτελούμενο από σύνολο κανόνων και έχον σκοπούς που προσιδιάζουν σε αυτό, η δε εφαρμογή του είναι ανεξάρτητη από κάθε εθνικό σύστημα. Ως εκ τούτου, το EUIPO και, ενδεχομένως, τα δικαιοδοτικά όργανα της Ένωσης δεν δεσμεύονται από τις αποφάσεις οι οποίες εκδίδονται στο επίπεδο των κρατών μελών [απόφαση της 15ης Μαΐου 2014, Katjes Fassin κατά ΓΕΕΑ (Yoghurt-Gums), T-366/12, EU:T:2014:256, σκέψη 28].

56 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι ο μοναδικός λόγος ακυρώσεως τον οποίο προέβαλε η προσφεύγουσα πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμος.

Επί των δικαστικών εξόδων

57 Κατά το άρθρο 134, παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας του Γενικού Δικαστηρίου, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα εφόσον υπάρχει σχετικό αίτημα. Δεδομένου ότι η προσφεύγουσα ηττήθηκε, πρέπει να φέρει τα δικαστικά έξοδά της και να καταδικαστεί στα δικαστικά έξοδα του EUIPO, σύμφωνα με το σχετικό αίτημα του τελευταίου.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (έκτο τμήμα),

αποφασίζει:

1) Απορρίπτει την προσφυγή.

2) Η GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH φέρει τα δικαστικά έξοδά της, καθώς και τα δικαστικά έξοδα στα οποία υποβλήθηκε το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO).

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 12 Μαΐου 2016.

(υπογραφές)