SENTENZA TAL-QORTI ĠENERALI (Is-Sitt Awla)

12 ta' Mejju 2016 *

"Trade mark tal-Unjoni Ewropea — Applikazzjoni għat-trade mark tal-Unjoni Ewropea figurattiva Mark1 — Raġuni assoluta għal rifjut — Assenza ta' karattru distintiv — Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament (KE) Nru 207/2009"

Fil-Kawża T-32/15,

GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, stabbilita f'Kloster Lehnin (il-Ġermanja), irrappreżentata minn I. Memmler u S. Schulz, avukati,

rikorrenti,

vs

L-Uffiċċju tal-Proprjetà Intellettwali tal-Unjoni Ewropea (EUIPO), irrappreżentat minn D. Walicka, bħala aġent,

konvenut,

li għandha bħala suġġett rikors ippreżentat kontra d-deċiżjoni tal-Ewwel Bord tal-Appell tal-EUIPO, tad-29 ta' Ottubru 2014 (Każ R 647/2014-1), dwar applikazzjoni għar-reġistrazzjoni tas-sinjal figurattiv Mark1 bħala trade mark tal-Unjoni Ewropea.

IL-QORTI ĠENERALI (Is-Sitt Awla),

komposta minn S. Frimodt Nielsen, President, F. Dehousse u A. M. Collins (Relatur), Imħallfin,

Reġistratur: A. Lamote, Amministratur,

wara li rat ir-rikors ippreżentat fir-Reġistru tal-Qorti Ġenerali fit-22 ta' Jannar 2015,

wara li rat ir-risposta ppreżentata fir-Reġistru tal-Qorti Ġenerali fil-31 ta' Marzu 2015,

wara s-seduta tat-28 ta' Jannar 2016, li l-EUIPO ma pparteċipax għaliha,

tagħti l-preżenti

* Lingwa tal-kawża: il-Ġermaniż.

Sentenza

Il-fatti li wasslu għall-kawża

1 Fit-8 ta' Awwissu 2013, GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, ir-rikorrenti, ippreżentat applikazzjoni għal reġistrazzjoni ta' trade mark tal-Unjoni Ewropea lill-Uffiċċju tal-Proprjetà Intellettwali tal-Unjoni Ewropea (EUIPO), skont ir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 207/2009, tas-26 ta' Frar 2009, dwar it-trade mark tal-Unjoni Ewropea (ĠU 2009, L 78, p. 1).

2 It-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni hija s-sinjal figurattiv riprodott hawn taħt:



3 Il-prodotti li għalihom ġiet ippreżentata l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni jaqgħu fil-klassijiet 9 u 34 skont il-Ftehim ta' Nice dwar il-klassifikazzjoni internazzjonali ta' prodotti u servizzi għall-finijiet tar-reġistrazzjoni ta' trade marks, tal-15 ta' Ġunju 1957, kif rivedut u emendat, u jikkorrispondu, għal kull waħda minn dawn il-klassijiet, għad-deskrizzjoni sussegwenti:

— Klassi 9: "Batteriji għal sigaretti tal-elettriku, sigaretti elettroniċi, sigarri tal-elettriku, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar tal-elettriku, sigarri żgħar elettroniċi, pipi tal-elettriku, pipi elettroniċi u apparat intiż għat-tifwir għat-tabakk, għall-prodotti tat-tabakk u għas-sostituti tat-tabakk; akkumulaturi għal sigaretti tal-elettriku, sigaretti elettroniċi, sigarri tal-elettriku, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar tal-elettriku, sigarri żgħar elettroniċi, pipi tal-elettriku, pipi elettroniċi u apparat intiż għat-tifwir għat-tabakk, għall-prodotti tat-tabakk u għas-sostituti tat-tabakk; apparat għall-iċċarġjar tal-akkumulaturi tal-elettriku, adapters tal-karozzi, kejbils għal sigaretti tal-elettriku, sigaretti elettroniċi, sigarri tal-elettriku, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar tal-elettriku, sigarri żgħar elettroniċi, pipi tal-elettriku, pipi elettroniċi u apparat intiż għat-tifwir għat-tabakk, għall-prodotti tat-tabakk u għas-sostituti tat-tabakk; partijiet elettroniċi u elettriċi għal sigaretti tal-elettriku, sigaretti elettroniċi, sigarri tal-elettriku, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar tal-elettriku, sigarri żgħar elettroniċi, pipi tal-elettriku, pipi elettroniċi u apparat intiż għat-tifwir għat-tabakk, għall-prodotti tat-tabakk u għas-sostituti tat-tabakk";

— Klassi 34: "Weraq tat-tabakk; prodotti tat-tabakk, inklużi fil-klassi 34, b'mod partikolari biċċiet ta' nikotina abbażi ta' tabakk għal użu orali, sigarri, sigaretti, sigarri żgħar, tabakk fin, tabakk għall-pipi, tabakk tal-imnieħer, sostituti tat-tabakk, sigarri u sigaretti li fihom sostituti tat-tabakk (mhux għal użu mediku jew mediċinali); oġġetti għal min ipejjep, b'mod partikolari kaxxi għat-tabakk, kaxxetti għas-sigaretti, bokkini tas-sigaretti, axtrejs (il-prodotti kollha imsemmija iktar 'il fuq mhux magħmula minn metall prezjuż jew indurati), karta tas-sigaretti, tubi tas-sigaretti, filtri

għas-sigaretti, pipi, appart tal-but għall-brim tas-sigaretti, lajters, inklużi fil-klassi 34; sulfarini; kaxxi għas-sigaretti, magħmula minn metall prezjuż; kaxxetti għas-sigaretti magħmula minn metall prezjuż; bokkini tas-sigaretti magħmula minn metall prezjuż; kaxxetti u kaxxi għas-sigarri magħmula minn metall prezjuż u mill-injam; kontenituri għas-sigarri magħmula minn metall prezjuż, bokkini tas-sigarri magħmula minn metall prezjuż; sigaretti tal-elettriku, sigaretti elettroniċi, sigarri tal-elettriku, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar tal-elettriku, sigarri żgħar elettroniċi, pipi tal-elettriku, pipi elettroniċi; likwidi, kunjetti u skratać għal sigaretti tal-elettriku; sigaretti elettroniċi, sigarri elettroniċi, sigarri żgħar elettroniċi u pipi tal-elettriku; likwidi tal-iċċarġjar għal użu fl-apparat għat-tipjip elettroniku u fis-sigaretti elettroniċi; skratać tal-iċċarġjar għal sigaretti elettroniċi u tgħammir elettroniku għal min ipejjep; apparati għad-diffużjoni, fawwara ta' aromi għal sigaretti elettroniċi u tgħammir elettroniku għal min ipejjep; atomizzaturi għat-tabakk, prodotti tat-tabakk u sostituti tat-tabakk; partijiet, elementi ta' sigaretti elettroniċi u tgħammir elettroniku għal minn ipejjep u atomizzaturi għat-tabakk, prodotti tat-tabakk u sostituti tat-tabakk; basktijiet li jżommu kollox u kontenituri, b'mod partikolari għall-prodotti msemmija iktar 'il fuq; partijiet u partijiet ta' sostituzzjoni għall-prodotti ċċitati iktar 'il fuq".

4 Permezz ta' deċiżjoni tat-8 ta' Jannar 2014, l-eżaminatur ċaħad l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni għall-prodotti kollha inkwistjoni għar-raġuni li t-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni ma kinitx ta' karattru distintiv fis-sens tal-Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament Nru°207/2009.

5 Fit-3 ta' Marzu 2014, ir-rikorrenti ppreżentat appell quddiem l-EUIPO kontra din id-deċiżjoni.

6 Permezz ta' deċiżjoni tad-29 ta' Ottubru 2014 (iktar 'il quddiem id-"deċiżjoni kkontestata"), l-Ewwel Bord tal-Appell tal-EUIPO ċaħad dan l-appell

7 Il-Bord tal-Appell ikkunsidra li l-pubbliku rilevanti kien kompost kemm mill-konsumatur medju li jagħmel parti mill-pubbliku ġenerali kif ukoll minn dak li jagħmel parti minn pubbliku speċjalizzat. Huwa rrileva li s-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni kien trade mark figurattiva li kienet magħmula mill-kelma "mark" u miċ-ċifra "1". Huwa indika li ċ-ċifra 1 kienet bħal regola ġenerali tirreferi għall-ewwel jew għall-aħjar minn klassifikazzjoni u li l-kelma "mark" kienet kelma Ingliża, sinonima ta' "trademark". Għaldaqstant, skont il-Bord tal-Appell, is-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni kien riferiment għall-fatt li l-prodotti inkwistjoni kienu jinstabu fl-ewwel pożizzjoni tal-klassifikazzjoni tat-trade marks tas-sigaretti. Il-konfigurazzjoni tal-grafika u tal-kuluri, jiġifieri l-iswed għall-kelma "mark" u l-aħmar għaċ-ċifra 1, ma hijiex biżżejjed sabiex tagħti karattru distintiv lis-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni. Fil-fatt, il-kulur aħmar kien jissuġġerixxi li l-prodott huwa n-"numru 1". Barra minn hekk, il-font tal-ittri ma huwiex mhux komuni. Għaldaqstant, is-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni kellu biss funzjoni ta' reklamar u ma kienx jippermetti li tiġi dedotta l-oriġini tal-prodotti. Għal din ir-raġuni, il-Bord tal-Appell ikkonkluda li dan ma setax jiġi rreġistrat.

It-talbiet tal-partijiet

8 Ir-rikorrenti titlob li l-Qorti Ġenerali jogħġobha:

— tannulla d-deċiżjoni kkontestata;

— tikkundanna lill-EUIPO għall-ispejjeż.

9 L-EUIPO jitlob lill-Qorti Ġenerali jogħġobha:

— tiċħad ir-rikors bħala infondat;

— tikkundanna lir-rikorrenti għall-ispejjeż.

Id-dritt

10 Insostenn tar-rikors, ir-rikorrenti tinvoka motiv wieħed, ibbażat fuq ksur tal-Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009.

11 L-ewwel nett, ir-rikorrenti ssostni li l-kelma "mark" ma hijiex deskrittiva. Hija ssostni li, fit-tifsira tagħha bħala trade mark jew bħala sinonimu tal-kelma Ingliża "trademark", huwa immaġinattiv ħafna li prodott ma jingħatax isem, iżda li dan jiġi sempliċement ikklassifikat bħala trade mark. Barra minn hekk, il-kelma tista' tinftiehem ukoll fis-sens ta' marka jew ta' strippa bil-Ġermaniż, jew bħala l-abbrevjazzjoni tal-munita antika Ġermaniża. Barra minn hekk, il-kelma "mark" tirreferi għal isem magħruf ħafna bl-Ingliż, li fir-rigward tiegħu r-rikorrenti tiċċita numru ta' eżempji famużi. Għal dawn ir-raġunijiet, skont ir-rikorrenti, din il-kelma hija ta' karattru distintiv.

12 Barra minn hekk, ir-rikorrenti tirrileva li, fil-passat, l-EUIPO rreġistra l-kelma "mark", filwaqt li xi drabi assoċjaha ma' ċifri, bħala trade mark.

13 It-tieni nett, ir-rikorrenti ssostni li ċ-ċifra 1 hija pperċepita bħala indikazzjoni ta' natura ta' reklamar biss meta tkun assoċjata ma' artiklu definit u mal-kelma "numru". F'dan il-każ, mil-lat tal-konsumatur medju, is-sempliċi assoċjazzjoni tal-kelma "mark" u taċ-ċifra 1 ma għandhiex tali tifsira.

14 Ir-rikorrenti tirrileva li l-EUIPO rreġistra wkoll trade marks li fihom iċ-ċifra 1, bħat-trade mark Bank One għas-servizzi bankarji u finanzjarji. Barra minn hekk, hija tirreferi għal deċiżjoni tal-Bundespatentgericht (qorti federali tal-privattivi, il-Ġermanja).

15 Barra minn hekk, ir-rikorrenti ssostni li l-kelma "mark" tista' tiġi protetta. Għaldaqstant, xejn ma jiġġustifika li s-sempliċi żieda taċ-ċifra 1 tista' tittrasforma din il-kelma f'terminu li ma huwiex ta' karattru distintiv.

16 Minkejja l-fatt li l-islogan ta' reklam għas-sigaretti tat-trade mark Mark Adams No 1 huwa "It-trade mark Nru 1", ir-rikorrenti tafferma li l-konsumatur ma jarax dan l-islogan fis-sens ta' klassifikazzjoni, jiġifieri li din hija t-trade mark l-iktar mibjugħa. Għall-kuntrarju, skont ir-rikorrenti, il-konsumatur medju jaf li s-sigaretti ta' din it-trade mark ma humiex qegħdin fl-ewwel pożizzjoni ta' bejgħ fis-suq.

17 F'kull każ, anki jekk it-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni kellha tiġi interpretata bħala slogan ta' reklamar, dan ma jikkostitwixxix raġuni suffiċjenti sabiex din tiċċaħħad minn kull karattru distintiv, skont il-ġurisprudenza. Ir-rikorrenti ssostni li l-islogans ta' reklamar ma humiex ta' karattru distintiv biss meta dawn jintużaw komunament għall-beni u għas-servizzi inkwistjoni u meta dawn ma jkunux jistgħu jservu ta' indikazzjoni ta' oriġini. Madankollu, dan ma huwiex il-każ f'din il-kawża.

18 It-tielet nett, ir-rikorrenti tafferma li d-disinn grafiku tat-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni jikkontribwixxi għat-tisħiħ tal-karattru distintiv tagħha. Skont l-istess rikorrenti, il-konfigurazzjoni grafika relattivament sempliċi tas-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni tippermetti lill-konsumatur jiftakkru faċilment sabiex jidentifika l-oriġini tal-prodotti. Barra minn hekk, il-fatt li l-kelma "mark" hija miktuba b'ittri żgħar suwed u ċ-ċifra 1 hija enfasizzata permezz ta' kitba darbtejn ikbar bl-aħmar iservi sabiex dan is-sinjal jiġi maqsum f'żewġ elementi viżwalment distinti.

19 Fid-dawl ta' dan li ntqal, ir-rikorrenti ssostni li s-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni huwa ta' karattru distintiv għall-oġġetti fil-klassijiet 9 u 34.

20 L-EUIPO jiċħad dawn l-argumenti bħala mhux fondati.

21 L-EUIPO jsostni b'mod partikolari li sinjal li jinkludi affermazzjoni direttament ta' tfaħħir huwa distintiv biss jekk dan jista' wkoll jiġi pperċepit bħal indikazzjoni tal-oriġini, fatt li ma huwiex il-każ f'dan il-każ inkwistjoni, għar-raġunijiet indikati fid-deċiżjoni kkontestata. Huwa jżid li l-fatt li s-sinjal li għalih saret l-applikazzjoni jista' eventwalment ikollu tifsiriet oħra għajr dik meħuda bħala bażi fid-deċiżjoni kkontestata ma huwiex deċiżiv. Fil-fatt, ambigwità ma tistax fiha nnifisha tagħti karattru distintiv, meta waħda mit-tifsiriet tkun ta' natura li timmotiva rifjut ta' reġistrazzjoni.

22 Barra minn hekk, l-EUIPO jsostni li l-konfigurazzjoni grafika tas-sinjal ma tistabbilixxix f'dan il-każ il-karattru distintiv. Skont il-ġurisprudenza, il-kwistjoni deċiżiva hija jekk l-elementi figurattivi jbiddlux, mill-perspettiva tal-konsumatur medju, it-tifsira tat-trade mark għall-prodotti inkwistjoni. L-EUIPO jqis li l-każ inkwistjoni huwa komparabbli ma' każijiet oħra li fihom il-ġurisprudenza kkonkludiet li l-konfigurazzjoni grafika ma setgħetx taffettwa l-evalwazzjoni tal-element verbali.

23 Fl-aħħar, ir-reġistrazzjonijiet preċedenti li jinkludu l-kelma "mark" assoċjata ma' ċifra ma humiex komparabbli, għaliex iċ-ċaħda hija mmotivata mit-tifsira taċ-ċifra 1. Barra minn hekk, il-legalità tad-deċiżjonijiet tal-Bord tal-Appell għandha tiġi evalwata biss abbażi tar-Regolament Nru 207/2009, u mhux abbażi ta' prassi deċiżjonali preċedenti.

24 Skont l-Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009, ir-reġistrazzjoni għandha tiġi rrifjutata għal "trade marks li mhumiex ta' karattru distintiv". Barra minn hekk l-Artikolu 7(2) tal-istess regolament jgħid li "il-paragrafu 1 għandu japplika minkejja li r-raġunijiet li jwasslu biex trade mark ma tiġix reġistrata japplikaw biss f'parti tal-[Unjoni Ewropea]".

25 L-idea li fuqha huwa bbażat l-Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009 hija relatata mal-funzjoni essenzjali tat-trade mark, li hija li tiggarantixxi lill-konsumatur jew lill-utent finali l-identità ta' oriġini tal-prodott jew tas-servizz kopert mit-trade mark [sentenza tal-21 ta' Jannar 2011, BSH vs UASI (executive edition), T-310/08, mhux ippubblikata, EU:T:2011:16, punt 22].

26 Ir-raġuni assoluta għal rifjut ta' reġistrazzjoni prevista fl-Artikolu 7(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009 hija għaldaqstant intiża sabiex tiżgura li dan il-konsumatur jew dan l-utent finali jkun jista' jiddistingwi mingħajr konfużjoni possibbli dan il-prodott jew dan is-servizz minn dawk li għandhom oriġini oħra. Għaldaqstant, għandha karattru distintiv fis-sens ta' dan l-artikolu t-trade mark li tippermetti li wieħed jidentifika l-prodott jew is-servizz li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni bħala li oriġina minn impriża partikolari u għaldaqstant, li wieħed jiddistingwi dan il-prodott jew dan is-servizz minn dawk ta' impriżi oħra (sentenza tal-21 ta' Jannar 2011, executive edition, T-310/08, mhux ippubblikata, EU:T:2011:16, punt 22).

27 Ma huwiex meħtieġ li t-trade mark tittrażmetti informazzjoni preċiża dwar l-identità tal-manifattur tal-prodott jew tal-fornitur ta' servizzi. Huwa biżżejjed li t-trade mark tippermetti lill-pubbliku kkonċernat jiddistingwi l-prodott jew is-servizz li hija tindika minn dawk li jkollhom oriġini kummerċjali oħra (sentenza tal-21 ta' Jannar 2011, executive edition, T-310/08, mhux ippubblikata, EU:T:2011:16, punt 22).

28 Ma humiex ta' karattru distintiv, fis-sens tad-dispożizzjoni msemmija iktar 'il fuq, is-sinjali li ma humiex kapaċi jaqdu l-funzjoni essenzjali tat-trade mark, jiġifieri dik li tidentifika l-oriġini tal-prodott jew tas-servizz sabiex b'hekk il-konsumatur li jkun akkwista l-prodott jew is-servizz indikat mit-trade mark ikun jista', meta jiġi biex jerġa' jakkwistah, jagħmel l-istess għażla jekk l-esperjenza tkun waħda pożittiva jew jagħmel għażla differenti jekk din tkun waħda negattiva [sentenza tal-31 ta' Marzu 2004, Fieldturf vs UASI (LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, EU:T:2004:96, punt 23].

29 Il-karattru distintiv għandu jiġi evalwat, minn naħa, fir-rigward tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom ġiet ippreżentata l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni u, min-naħa l-oħra, fir-rigward tal-perċezzjoni li l-pubbliku rilevanti, normalment informat u raġonevolment attent u avvżat, għandu tagħhom

(sentenzi tal-31 ta' Marzu 2004, LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS, T-216/02, EU:T:2004:96, punt 26, u tal-21 ta' Jannar 2011, executive edition, T-310/08, mhux ippubblikata, EU:T:2011:16, punt 24).

30 Fir-rigward ta' trade marks komposti minn elementi li huma, barra minn hekk, użati bħala slogans ta' reklamar, indikazzjonijiet ta' kwalità jew espressjonijiet li jħajru x-xiri tal-prodotti jew tas-servizzi indikati minn dawn it-trade marks, ir-reġistrazzjoni tagħhom ma hijiex eskluża minħabba użu bħal dan. Fir-rigward tal-evalwazzjoni tal-karattru distintiv ta' tali trade marks, ma hemmx lok li fir-rigward tagħhom jiġu applikati kriterji iktar stretti minn dawk applikabbli għal sinjali oħra [sentenzi tal-21 ta' Jannar 2011, executive edition, T-310/08, mhux ippubblikata, EU:T:2011:16, punt 25, u tat-12 ta' Frar 2014, Oetker Nahrungsmittel UASI (La qualité est la meilleure des recettes), T-570/11, mhux ippubblikata, EU:T:2014:72, punt 22].

31 Ma jistax ikun meħtieġ li slogan ta' reklamar ikun immaġinattiv, jew ikollu kamp ta' tensjoni kunċettwali, bil-konsegwenza li jkollu effett ta' sorpriża u minħabba f'hekk wieħed ikun jista' jiftakar fih, sabiex tali slogan ikun ta' karattru distintiv [sentenzi tat-12 ta' Frar 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, mhux ippubblikata, EU:T:2014:72, punt 25, u tad-29 ta' Jannar 2015, Blackrock vs UASI (INVESTING FOR A NEW WORLD), T-59/14, mhux ippubblikata, EU:T:2015:56, punt 22].

32 Barra minn hekk, is-sempliċi fatt li trade mark tkun ipperċepita mill-pubbliku kkonċernat bħala formula promozzjonali u li, fid-dawl tan-natura tagħha li tfaħħar, tista' fil-prinċipju tiġi riprodotta minn impriżi oħra ma hijiex bħala tali suffiċjenti sabiex jiġi konkluż li din it-trade mark ma hijiex ta' karattru distintiv (sentenza tat-12 ta' Frar 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, mhux ippubblikata, EU:T:2014:72, punt 26).

33 Il-konnotazzjoni ta' tfaħħir ta' trade mark verbali ma teskludix li din tkun xorta waħda adatta sabiex tiggarantixxi lill-konsumaturi l-oriġini tal-prodotti jew tas-servizzi li hija tindika. Għaldaqstant, tali trade mark tista' fl-istess ħin tkun ipperċepita mill-pubbliku rilevanti bħala espressjoni promozzjonali u indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali tal-prodotti jew tas-servizzi. Minn dan jirriżulta li, sakemm dan il-pubbliku jipperċepixxi t-trade mark bħala indikazzjoni ta' din l-oriġini, il-fatt li din tkun simultanjament, jekk mhux ukoll fl-ewwel lok, mifhuma bħala espressjoni promozzjonali huwa irrilevanti għall-karattru distintiv tagħha (sentenzi tal-21 ta' Jannar 2010, Audi vs UASI, C-398/08 P, EU:C:2010:29 punt 45; tat-12 ta' Frar 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, mhux ippubblikata, EU:T:2014:72, punt 27, u tad-29 ta' Jannar 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, mhux ippubblikata, EU:T:2015:56, punt 24).

34 Fi kliem ieħor, trade mark li tikkonsisti fi slogan ta' reklamar għandha titqies li ma hijiex ta' karattru distintiv jekk tista' tiġi pperċepita mill-pubbliku rilevanti biss bħala sempliċi espressjoni promozzjonali. Għall-kuntrarju, tali trade mark għandha tiġi rrikonoxxuta karattru distintiv jekk, apparti mill-funzjoni promozzjonali tagħha, hija tista' tiġi pperċepita mill-ewwel mill-pubbliku rilevanti bħala indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali tal-prodotti u tas-servizzi inkwistjoni [digriet tat-12 ta' Ġunju 2014, Delphi Technologies vs UASI, C-448/13 P, mhux ippubblikat, EU:C:2014:1746, punt 36, u sentenza tal-24 ta' Novembru 2015, Intervog vs UASI (meet me), T-190/15, mhux ippubblikata, EU:T:2015:874, punt 20].

35 Fir-rigward tas-sinjali figurattivi, għall-finijiet tal-evalwazzjoni tal-karattru distintiv tas-sinjal inkwistjoni, hemm lok li jiġi eżaminat jekk l-elementi figurattivi jippermettux lit-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni tiddevja mis-sempliċi perċezzjoni tal-elementi verbali użati, mill-perspettiva tal-konsumaturi medji raġonevolment attenti (ara, f'dan is-sens, is-sentenza tal-24 ta' Novembru 2015, meet me, T-190/15, mhux ippubblikata, EU:T:2015:874, punt 30).

36 Huwa fid-dawl ta' dawn il-prinċipji li dan il-każ għandu jiġi eżaminat.

37 Fir-rigward tal-prodotti indikati, dawn huma prodotti abbażi ta' tabakk u sigaretti elettroniċi kif ukoll prodotti relatati li jaqgħu fil-klassijiet 9 u 34.

38 Għal dak li jirrigwarda l-pubbliku rilevanti, il-Bord tal-Appell qies, mingħajr ma ġie kontradett mir-rikorrenti, li dan kien kompost, minn naħa, mill-pubbliku ġenerali u, min-naħa l-oħra, mill-pubbliku speċjalizzat. Peress li t-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni hija komposta mill-kelma "mark" li tista' tinftiehem minn pubbliku anglofonu, il-Bord tal-Appell kien korrett meta ħa dan il-pubbliku inkunsiderazzjoni, mingħajr ma huwa obbligat jieħu inkunsiderazzjoni wkoll pubbliku ieħor.

39 Fir-rigward tas-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni, l-argumenti tar-rikorrenti jistgħu, essenzjalment, jiġu miġbura fil-qosor kif ġej. L-ewwel nett, il-kelma "mark" jista' jkollha diversi tifsiriet u, għaldaqstant, ma tistax titqies li ma hijiex ta' karattru distintiv. It-tieni nett, iċ-ċifra 1 ma hijiex ipperċepita bħala indikazzjoni ta' reklamar fiha nnifisha. Anki jekk is-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni kellu jiġi interpretat bħala slogan ta' reklamar, dan ikollu karattru distintiv. It-tielet nett, il-karattru distintiv huwa msaħħaħ mid-disinn grafiku tas-sinjal.

40 F'dan ir-rigward, għandu jiġi rrilevat li l-fatt li l-kelma "mark" jista' jkollha diversi tifsiriet ma huwiex deċiżiv. Ir-rikorrenti ma tikkontestax li waħda minn dawn it-tifsiriet hija dik ta' trade mark. Il-Qorti Ġenerali tqis, fil-kuntest ta' evalwazzjoni globali tat-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni, li din manifestament u essenzjalment għandha tifsira ta' tfaħħir u ta' promozzjoni għall-prodotti kkonċernati. Fil-fatt, din essenzjalment tissuġġerixxi lill-pubbliku rilevanti l-idea ta' "trade mark numru 1" għall-prodotti indikati fl-applikazzjoni. Quddiem din it-trade mark, il-pubbliku rilevanti ma jitwassalx jipperċepixxi fiha, lil hinn mill-informazzjoni promozzjonali li t-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni hija n-"numru 1", xi indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali ta' dawn l-istess prodotti.

41 Is-sens ta' tfaħħir jew ta' promozzjoni tas-sinjal li għalih ġiet ippreżentata l-applikazzjoni, immedjatament ipperċepit u mifhum bħal tali mill-pubbliku rilevanti, jitfi kull indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali tal-prodotti kkonċernati, b'mod li din it-trade mark ma tiġix immemorizzata mill-pubbliku rilevanti bħala indikazzjoni tal-oriġini. Għandu jitfakkar li, skont il-ġurisprudenza, il-fatt li trade mark li għaliha ġiet ippreżentata applikazzjoni jista' jkollha diversi tifsiriet ma jimplikax neċessarjament fih innifsu li din ikollha karattru distintiv meta din tkun ipperċepita immedjatament mill-pubbliku rilevanti bħala messaġġ promozzjonali u mhux bħala indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali tal-prodotti jew tas-servizzi inkwistjoni [sentenza tat-8 ta' Ottubru 2015, Société des produits Nestlé vs UASI (NOURISHING PERSONAL HEALTH), T-336/14, mhux ippubblikata, EU:T:2015:770, punt 41]. Anki jekk il-fatt li t-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni jista' jkollha diversi tifsiriet jikkostitwixxi waħda mill-karatteristiċi li jistgħu jagħtu lis-sinjal, bħala prinċipju, karattru distintiv, dan ma huwiex il-fattur determinanti sabiex jiġi kkonstatat dan il-karattru distintiv (sentenza tad-29 ta' Jannar 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, mhux ippubblikata, EU:T:2015:56, punt 38).

42 Minn dan jirriżulta li t-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni tikkonsisti fi slogan promozzjonali mingħajr il-karattru distintiv minimu meħtieġ, iktar milli indikazzjoni tal-oriġini kummerċjali tal-prodotti. Għaldaqstant, ma hemmx lok li tiġi kkontestata l-evalwazzjoni tal-Bord tal-Appell li din it-trade mark ma tippreżentax, bħala tali, element ta' natura li jagħtiha karattru distintiv.

43 Fir-rigward tat-tifsira tal-elementi figurattivi, il-Bord tal-Appell qies, korrettament, li l-elementi grafiċi kienu ta' natura sempliċi u bl-ebda mod ma kienu jbiddlu l-evalwazzjoni tal-element verbali tat-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni.

44 F'dan ir-rigward, għandu jiġi rrilevat li l-użu flimkien tal-kulur iswed għall-kelma u tal-kulur aħmar għaċ-ċifra, il-font ftit li xejn distintiv kif ukoll id-differenza fid-daqs bejn il-kelma u ċ-ċifra tant huma ta' natura ftit li xejn karatteristika li ma jagħtu ebda karattru distintiv lit-trade mark kollha li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni. Dawn l-elementi, fil-fatt, ma għandhom ebda aspett, b'mod partikolari f'termini ta' fantasija jew fir-rigward tal-mod li bih dawn huma użati flimkien, li jippermetti lit-trade mark twettaq il-funzjoni essenzjali tagħha f'dak li jirrigwarda l-prodotti koperti mill-applikazzjoni għal reġistrazzjoni.

45 Fl-aħħar, għandu wkoll jiġi miċħud l-argument tar-rikorrenti li l-approċċ tal-Bord tal-Appell huwa f'kontradizzjoni mar-reġistrazzjoni preċedenti, ta' diversi sinjali simili, bħala trade marks tal-Unjoni Ewropea jew nazzjonali.

46 Għandu jitfakkar li l-EUIPO huwa obbligat jeżerċita l-kompetenzi tiegħu b'mod konformi mal-prinċipji ġenerali tad-dritt tal-Unjoni, bħall-prinċipju ta' ugwaljanza fit-trattament u l-prinċipju ta' amministrazzjoni tajba (sentenza tal-10 ta' Marzu 2011, Agencja Wydawnicza Technopol vs UASI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punt 73).

47 Fid-dawl ta' dawn iż-żewġ prinċipji tal-aħħar, l-EUIPO għandu, fil-kuntest tal-evalwazzjoni ta' applikazzjoni għal reġistrazzjoni ta' trade mark tal-Unjoni Ewropea, jieħu inkunsiderazzjoni d-deċiżjonijiet diġà meħuda fil-konfront ta' applikazzjonijiet simili u jistħarreġ b'attenzjoni partikolari l-punt dwar jekk hemmx lok, jew le, li jiddeċiedi fl-istess sens (sentenza tal-10 ta' Marzu 2011, Agencja Wydawnicza Technopol vs UASI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punt 74).

48 Fid-dawl ta' dan, il-prinċipji ta' ugwaljanza fit-trattament u ta' amministrazzjoni tajba għandhom jiġu rrikonċiljati mal-osservanza tal-legalità (sentenza tal-10 ta' Marzu 2011, Agencja Wydawnicza Technopol vs UASI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punt 75).

49 Għaldaqstant, il-persuna li tippreżenta applikazzjoni għal reġistrazzjoni ta' sinjal bħala trade mark ma tistax tinvoka favuriha illegalità li setgħet saret favur ħaddieħor bl-għan li tikseb deċiżjoni identika (sentenza tal-10 ta' Marzu 2011, Agencja Wydawnicza Technopol vs UASI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punt 76).

50 Barra minn hekk, għal raġunijiet ta' ċertezza legali u, b'mod preċiż, ta' amministrazzjoni tajba, l-eżami ta' kull applikazzjoni għal reġistrazzjoni għandu jkun strett u komplet bil-għan li jiġi evitat li trade marks jiġu rreġistrati b'mod illeġittimu. Dan l-eżami għandu jitwettaq f'kull każ konkret. Fil-fatt, ir-reġistrazzjoni ta' sinjal bħala trade mark tiddependi fuq kriterji speċifiċi, applikabbli fil-kuntest taċ-ċirkustanzi fattwali tal-każ inkwistjoni, maħsuba sabiex jiġi vverifikat jekk is-sinjal inkwistjoni jaqax taħt raġuni għal rifjut (sentenza tal-10 ta' Marzu 2011, Agencja Wydawnicza Technopol vs UASI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punt 77).

51 F'dan il-każ, ġara li, bil-kontra ta' dak li seta' kien il-każ għal ċerti applikazzjonijiet preċedenti għal reġistrazzjoni ta' sinjali, din l-applikazzjoni għal reġistrazzjoni hija maqbuda minn waħda mir-raġunijiet għal rifjut imsemmija fl-Artikolu 7(1) tar-Regolament Nru 207/2009.

52 F'dawn iċ-ċirkustanzi, fid-dawl tal-assenza ta' karattru distintiv tat-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni, ir-rikorrenti ma tistax tinvoka b'mod utli deċiżjonijiet preċedenti tal-EUIPO, hekk kif ġustament ikkonstata l-Bord tal-Appell fid-deċiżjoni kkontestata.

53 Barra minn hekk, hemm lok li jiġi kkonstatat li, hekk kif isostni l-EUIPO, it-trade mark li għaliha ġiet ippreżentata l-applikazzjoni ma tistax tiġi kkomparata ma' sinjali ffurmati bl-assoċjazzjoni tal-kelma "mark" u ta' ċifri oħra, bħal 10 jew 11, jew ċifri rumani bħal V jew VII. F'dawn iċ-ċirkustanzi, hemm lok li jiġi miċħud l-argument ibbażat fuq ksur tal-prinċipju ta' ugwaljanza fit-trattament, li jeħtieġ li sitwazzjonijiet komparabbli ma jiġux ittrattati b'mod differenti u li sitwazzjonijiet differenti ma jiġux ittrattati b'mod ugwali, sakemm tali trattament ma jkunx oġġettivament iġġustifikat.

54 Fir-rigward tad-deċiżjoni tal-Bundespatentgericht (qorti federali tal-privattivi) invokata mir-rikorrenti, hemm lok li jiġi rrilevat li din ma tistax, fih nnifisha, tikkundizzjona l-evalwazzjoni ta' din il-kawża. Fil-fatt, is-sistema ta' trade marks tal-Unjoni Ewropea hija sistema awtonoma, magħmula minn grupp ta' regoli u li ssegwi għanijiet speċifiċi għaliha, u l-applikazzjoni tagħha hija indipendenti minn kull sistema nazzjonali. Għaldaqstant, l-EUIPO u, jekk ikun il-każ, il-qorti tal-Unjoni ma humiex marbuta bid-deċiżjonijiet mogħtija fl-Istati Membri [sentenza tal-15 ta' Mejju 2014, Katjes Fassin vs UASI (Yoghurt-Gums), T-366/12, mhux ippubblikata, EU:T:2014:256, punt 28].

55 Mill-kunsiderazzjonijiet preċedenti jirriżulta li l-uniku motiv imressaq mir-rikorrenti għandu jiġi miċħud bħala infondat.

Fuq l-ispejjeż

56 Skont l-Artikolu 134(1) tar-Regoli tal-Proċedura tal-Qorti Ġenerali, il-parti li titlef il-kawża għandha tbati l-ispejjeż, jekk dawn ikunu ġew mitluba. Peress li r-rikorrenti tilfet, hemm lok li hija tiġi ordnata tbati l-ispejjeż tagħha kif ukoll dawk tal-EUIPO, skont it-talbiet tal-EUIPO.

Għal dawn il-motivi,

IL-QORTI ĠENERALI (Is-Sitt Awla)

taqta' u tiddeċiedi:

1) Ir-rikors huwa miċħud.

2) GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH għandha tbati l-ispejjeż tagħha kif ukoll dawk sostnuti mill-Uffiċċju tal-Proprjetà Intellettwali tal-Unjoni Ewropea (EUIPO).

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Mogħtija f'qorti bil-miftuħ fil-Lussemburgu, fit-12 ta' Mejju 2016.

Firem