ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
MANUEL CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
της 25ης Ιανουαρίου 2017 [1]

Υπόθεση C-437/15 P

Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO)
κατά
Deluxe Laboratories, Inc.,

Deluxe Entertainment Services Group Inc.

«Αίτηση αναιρέσεως — Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης — Εικονιστικό σήμα που περιέχει το λεκτικό στοιχείο “deluxe” — Απόρριψη της αιτήσεως καταχωρίσεως από τον εξεταστή»

1. Η εταιρία Deluxe Entertainment Services Group Inc. (στο εξής: Deluxe Inc.) [2] επιδίωξε να καταχωρίσει ως σήμα της Ένωσης [3] το λεκτικό σύμπλεγμα «deluxe» αναπαριστάμενο επί εικονιστικού στοιχείου, για τον προσδιορισμό ενός μεγάλου αριθμού (πλέον των ενενήντα) προϊόντων και υπηρεσιών. Η αίτησή της απερρίφθη από τον εξεταστή και το τμήμα προσφυγών του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO), διότι το σήμα του οποίου εζητείτο η καταχώριση στερείτο διακριτικού χαρακτήρα σε σχέση με το σύνολο των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών.

2. Το Γενικό Δικαστήριο, ενώπιον του οποίου η Deluxe Inc. προσέβαλε την απόφαση του τμήματος προσφυγών, την ακύρωσε με την απόφαση της 4ης Ιουνίου 2015 (στο εξής: αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση) [4], διαπιστώνοντας σφάλμα αιτιολογίας, καθώς –κατά το Γενικό Δικαστήριο– το τμήμα προσφυγών δεν είχε προβεί στην απαιτούμενη εξέταση του διακριτικού χαρακτήρα του σήματος ως προς το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών ή, τουλάχιστον, σε σχέση με τις κατηγορίες στις οποίες υπάγονται τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες.

3. Το EUIPO αμφισβητεί αναιρετικώς την ορθότητα της αποφάσεως του Γενικού Δικαστηρίου, ισχυριζόμενο, κατ’ ουσίαν, ότι η αιτιολογία της ακυρωθείσας αποφάσεως ήταν ορθή.

1 — Γλώσσα του πρωτοτύπου: η ισπανική.

2 — Διάδοχος της εταιρίας Deluxe Laboratories, Inc.

3 — Η έκφραση «σήμα της Ένωσης» είναι σύμφωνη με το άρθρο 1, παράγραφος 2, του κανονισμού (ΕΕ) 2015/2424 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2015, για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου για το κοινοτικό σήμα και του κανονισμού (ΕΚ) 2868/95 της Επιτροπής περί της εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου για το κοινοτικό σήμα, και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) 2869/95 της Επιτροπής σχετικά με τα πληρωτέα προς το Γραφείο Εναρμόνισης στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς τέλη (εμπορικά σήματα, σχέδια και υποδείγματα) (ΕΕ 2015, L 341, σ. 21). Χρησιμοποιώ αδιακρίτως τους όρους «σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης» ή «σήμα της Ένωσης».

4 — Υπόθεση Deluxe Laboratories κατά ΓΕΕΑ (deluxe) (Τ-222/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T.2015:364).

4. Η αίτηση αναιρέσεως εγείρει ζητήματα ποικίλης φύσεως που αφορούν τόσο τον διακριτικό χαρακτήρα του σημείου «deluxe», διαποτισμένου από ορισμένη διαφημιστική [5] ή επαινετική [6] χροιά σε σχέση με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που επιδιώκει να προστατεύσει –ή τουλάχιστον μερικά από αυτά–, όσο και τη δυνατότητα του EUIPO, όταν συντρέχει απόλυτος λόγος απαραδέκτου, να μην προβαίνει σε εμπεριστατωμένη ανάλυση της σχέσεως μεταξύ του σήματος του οποίου ζητείται η καταχώριση και των αγαθών ή υπηρεσιών αυτών.

5. Το EUIPO προβάλλει, με την αίτησή του αναιρέσεως, παράβαση μόνον του άρθρου 75 του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 [7], σε συνδυασμό με το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του ιδίου νομοθετικού κειμένου. Δεν θίγει, επομένως, με την αίτησή του αυτή, τα προβλήματα που θα μπορούσαν να τεθούν σε σχέση με τον απόλυτο λόγο απαραδέκτου σήματος που περιλαμβάνεται στο στοιχείο γ′ του ιδίου άρθρου και παραγράφου, ζήτημα επί του οποίου θα επανέλθω.

I. Νομοθετικό πλαίσιο

Κανονισμός 207/2009

6. Κατά το άρθρο 4 του κανονισμού:

«Μπορεί να αποτελέσει […] σήμα [της Ένωσης] οποιοδήποτε σημείο επιδεκτικό γραφικής παράστασης […] υπό την προϋπόθεση ότι τα σημεία αυτά είναι ικανά, από τη φύση τους, να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων».

7. Υπό τον τίτλο «Απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου», το άρθρο 7 ορίζει τα εξής:

«1. Δεν γίνονται δεκτά για καταχώριση:

α) τα σημεία που δεν πληρούν τους όρους του άρθρου 4·

β) τα σήματα που στερούνται διακριτικού χαρακτήρα·

γ) τα σήματα που αποτελούνται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν, στο εμπόριο, προς δήλωση του είδους, της ποιότητας, της ποσότητας, του προορισμού, της αξίας, της γεωγραφικής προέλευσης ή του χρόνου παραγωγής του προϊόντος ή της παροχής της υπηρεσίας ή άλλων χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας·

[…]

2. Η παράγραφος 1 εφαρμόζεται ακόμη και αν οι λόγοι απαραδέκτου υφίστανται μόνο σε τμήμα της Ένωσης.

[…]»

5 — Υφίσταται πλούσια νομολογία του Δικαστηρίου σε σχέση με σήματα που περιέχουν διαφημιστικά συνθήματα. Βλ., μεταξύ άλλων, αποφάσεις της 21ης Οκτωβρίου 2004, ΓΕΕΑ κατά Erpo Möbelwerk (C-64/02 P, EU:C:2004:645, σκέψη 35), και της 21ης Ιανουαρίου 2010, Audi κατά ΓΕΕΑ (C-398/08 P, EU:C:2010:29, σκέψη 45).

6 — Από τη νομολογία περί σημείων με επαινετικό περιεχόμενο, βλ. απόφαση της 13ης Ιανουαρίου 2011, Media-Saturn-Holding κατά ΓΕΕΑ (C-92/10 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2011:15, σκέψη 51), και διάταξη της 11ης Δεκεμβρίου 2014, FTI Touristik κατά ΓΕΕΑ (C-253/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2014:2445, στο εξής: διάταξη BigXtra, σκέψη 35).

7 — Κανονισμός του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 2009, L 78, σ. 1). Ο κανονισμός 2015/2424 δεν έχει κατά χρόνον εφαρμογή.

8. Το άρθρο 75, επιγραφόμενο «Αιτιολόγηση των αποφάσεων», ορίζει:

«Οι αποφάσεις του Γραφείου αιτιολογούνται. Μπορούν να στηρίζονται μόνο στους λόγους επί των οποίων οι διάδικοι είχαν τη δυνατότητα να λάβουν θέση.»

II. Ιστορικό της διαφοράς

1. *Πραγματικά περιστατικά*

9. Στις 10 Οκτωβρίου 2012, η Deluxe Inc. υπέβαλε αίτηση καταχωρίσεως κοινοτικού σήματος, σύμφωνα με τον κανονισμό 207/2009, για το ακόλουθο εικονιστικό σημείο:



10. Η εν λόγω αίτηση[8] ανέφερε τα ακόλουθα προϊόντα και υπηρεσίες, εμπίπτοντα στις κλάσεις 9, 35, 37, 39 έως 42 και 45 του Διακανονισμού της Νίκαιας[9], ήτοι[10]:

— κλάση 9: «Κινηματογραφικά φιλμ και τηλεταινίες μουσικών βίντεο, δράσης/περιπέτειας, κωμωδίας, δράματος, τρόμου, οικογενειακές, παιδικές, κινουμένων σχεδίων, αθλητικές, ντοκιμαντέρ, διαφημιστικές, επιστημονικής φαντασίας, ιστορικές, εκπαιδευτικές, ζωντανής δράσεως, παραγόμενες με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή, κινουμένων σχεδίων, δισδιάστατες, τρισδιάστατες, τρέιλερ, με κοινωφελείς ανακοινώσεις, μυθιστορηματικού περιεχομένου, μη μυθιστορηματικού περιεχομένου, πραγματικότητας και θρίλερ· ψηφιακά μέσα, συγκεκριμένα, ψηφιακοί βιντεοδίσκοι, ψηφιακοί βιντεοδίσκοι υψηλής ευκρίνειας, οπτικοί δίσκοι μουσικών βίντεο, δράσεως/περιπέτειας, κωμωδίας, δράματος, τρόμου, οικογενειακών, παιδικών, κινουμένων σχεδίων, αθλητικών, ντοκιμαντέρ, διαφημιστικών μηνυμάτων, επιστημονικής φαντασίας, ιστορίας, εκπαιδεύσεως, ζωντανής δράσεως, παραγόμενοι με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή, κινουμένων σχεδίων, δισδιάστατοι, τρισδιάστατοι, τρέιλερ, με κοινωφελείς ανακοινώσεις,

8 — Δημοσιεύθηκε στο *Δελτίο κοινοτικών σημάτων* αριθ. 2009/044, της 16ης Νοεμβρίου 2009.

9 — Για τη διεθνή ταξινόμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση σημάτων, της 15ης Ιουνίου 1957, όπως έχει αναθεωρηθεί και τροποποιηθεί.

10 — Στο κείμενο της αποφάσεως, το οποίο συντάχθηκε στη γλώσσα της διαδικασίας (την ισπανική), καθώς και στην κατατεθείσα ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου προσφυγή, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες περιγράφονται στην αγγλική γλώσσα. Επομένως, η παρούσα μετάφραση δεν είναι επίσημη.

μυθιστορηματικού περιεχομένου, μη μυθιστορηματικού περιεχομένου, πραγματικότητας και θρίλερ· και ηχογραφήσεις και τηλεφορτώσιμα βίντεο κινηματογραφικών φιλμ, τηλεοπτικά προγράμματα και προγράμματα βίντεο».

— κλάση 35: «Μηχανογραφικός έλεγχος, παρακολούθηση και εντοπισμός αποθεμάτων πακέτων υπό διαβίβαση· διαφήμιση και εμπορία (μάρκετινγκ) κινηματογραφικών φιλμ, τηλεοπτικών προγραμμάτων και διαφημιστικών μηνυμάτων· προετοιμασία οπτικοακουστικών παρουσιάσεων σε σχέση με τη μουσική, τα κινηματογραφικά φιλμ, τα τηλεοπτικά προγράμματα και τα διαφημιστικά μηνύματα· προετοιμασία οπτικοακουστικών παρουσιάσεων για διαφημιστικές χρήσεις· υπηρεσίες συρραφής (μοντάζ) μετά την παραγωγή διαφημιστικών μηνυμάτων βίντεο και ήχου· εμπορία προϊόντων· διαχείριση υπηρεσιών, συγκεκριμένα, υπεργολαβία στον τομέα της μετάφρασης στο πλαίσιο της διαβίβασης πληροφοριών για λεζάντες κειμένων και υπότιτλους για οπτικοακουστικά έργα· εμπορική διαχείριση περιουσιακών στοιχείων με τη μορφή τηλεοπτικών προγραμμάτων, κινηματογραφικών φιλμ και διαφημιστικών μηνυμάτων, και οπτικοακουστικών μέσων εμπορικού, βιομηχανικού και επιχειρηματικού περιεχομένου· διοργάνωση και διεξαγωγή εμπορικών εκθέσεων για εμπορικούς ή διαφημιστικούς σκοπούς στους τομείς της ψυχαγωγίας, της τηλεόρασης, του λογισμικού και των βιντεοπαιχνιδιών· υπηρεσίες οργανώσεως, συγκεκριμένα, ευρετηρίαση ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικές ταινίες, περιεχόμενο βίντεο, ήχου, εικόνας και εγγράφων για εταιρίες μεταπαραγωγής· υπηρεσίες παρουσιάσεως ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικές ταινίες, περιεχόμενο βίντεο, ήχου, εικόνας και εγγράφων για εταιρίες μεταπαραγωγής· διαχείριση αποθεμάτων, συγκεκριμένα, εντοπισμός ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικές ταινίες, περιεχόμενο βίντεο, ήχου, εικόνας και εγγράφων για εταιρίες μεταπαραγωγής· υπηρεσίες διαχειρίσεως επιχειρήσεων, συγκεκριμένα, διαχείριση στοιχείων ψηφιακής και διανοητικής ιδιοκτησίας».

— κλάση 37: «Υπηρεσίες αποκαταστάσεως φιλμ, ταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων, συγκεκριμένα, καθαρισμός φιλμ, ταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων».

— Κλάση 39: «Εναπόθεση και μεταφορά καμερών, κινηματογραφικού υλικού, βίντεο ψηφιακών μέσων, μέσων επεξεργασίας δεδομένων και συμπληρωμάτων αυτών· αποθήκευση και φύλαξη κινηματογραφικού υλικού, ψηφιακών μέσων και μέσων βίντεο, προωθητικού υλικού σε σχέση με κινηματογραφικά φιλμ, τηλεοπτικά προγράμματα και διαφημιστικά μηνύματα, συγκεκριμένα, ενδύματα, αφίσες, αποσπάσματα ταινιών, τηλεοπτικών προγραμμάτων και διαφημιστικών μηνυμάτων· ηλεκτρονική αποθήκευση ψηφιακών εικόνων και βίντεο, εγγραφών κινηματογράφου και ψηφιακού ήχου· αποθήκευση φιλμ, τηλεοπτικών προγραμμάτων, διαφημιστικών μηνυμάτων, ψηφιακών κινηματογραφικών φιλμ, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών και επιγραμμικών μέσων· αποθήκευση αρχικών κύριων βιντεοδίσκων, ταινιών ήχου και σύμπυκνων δίσκων απλής ανάγνωσης με μουσική και εικόνες· διαχείριση μέσων, συγκεκριμένα, μετακίνηση, αρχειοθέτηση, και μεταφορά ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικό περιεχόμενο, περιεχόμενο βίντεο, ήχου, φωτογραφικό και τεκμηριακό περιεχόμενο για τον τομέα της μεταπαραγωγής· συσκευασία εμπορευμάτων για τη μεταφορά τους· παράδοση προϊόντων με φορτηγό· αποθήκευση εμπορευμάτων και υπηρεσίες αποθήκευσης· συσκευασία εμπορευμάτων για λογαριασμό τρίτων, συγκεκριμένα, μουσικής, βίντεο, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων· υπηρεσίες συσκευασίας κατά παραγγελία για ηχογραφήσεις, βιντεοεγγραφές και εγγραφές δεδομένων».

— Κλάση 40: «Αναπαραγωγή και αντιγραφή κινηματογραφικών φιλμ, τηλεοπτικών προγραμμάτων, διαφημιστικών μηνυμάτων και προγραμμάτων βίντεο σε φιλμ, βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· κατασκευή μήτρας και

αναπαραγωγή θετικών και αρνητικών κινηματογραφικών φιλμ σε βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· κοπή αρνητικών· εκμίσθωση μηχανών και συσκευών εκτύπωσης για την εμφάνιση και εκτύπωση στον κλάδο της φωτογραφίας, του κινηματογράφου και της τηλεόρασης· ενίσχυση χρώματος σε μαυρόασπρο κινηματογραφικό φιλμ· υποτιτλισμός φιλμ και βίντεο· υπηρεσίες ψηφιακής διόρθωσης βίντεο και μεταφορά ψηφιακών βίντεο, συγκεκριμένα, χρωματική διόρθωση και μετατροπή κινηματογραφικών και τηλεοπτικών φιλμ και διαφημιστικών μηνυμάτων σε φιλμ βίντεο· αντιγραφή κινηματογραφικών και άλλων μέσων βίντεο, συγκεκριμένα, ανακατασκευή πρωτοτύπου φιλμ από μία μορφή σε μια άλλη· και κατά παραγγελία κατασκευή ψηφιακών δίσκων· αντιγραφή βιντεοταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων σε όλους τους επαγγελματικούς μορφοτύπους· υπηρεσίες βίντεο, συγκεκριμένα, κατασκευή μήτρας και αντιγραφή επαγγελματικών βιντεοταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων· υπηρεσίες εμφάνισης φιλμ· υπηρεσίες μεταφοράς φιλμ σε βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα, και, ιδίως, μετατροπή κινηματογραφικών και τηλεοπτικών φιλμ και διαφημιστικών μηνυμάτων σε βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· υπηρεσίες συντήρησης και διατήρησης κινηματογραφικών φιλμ και άλλων μέσων βίντεο, παραδείγματος χάριν, ψηφιακή συντήρηση και αποκατάσταση φιλμ· υπηρεσίες εκτύπωσης για εγγραφές ήχου, βίντεο και δεδομένων· επεξεργασία και εκτύπωση κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ· ψηφιακή μετατροπή κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ από δύο διαστάσεις σε τρεις· λειτουργία εργαστηρίων επεξεργασίας κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ· μορφοποίηση και μετατροπή ψηφιακών μέσων και δεδομένων· ψηφιακή μετατροπή κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ σε βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα ψηφιακά και επιγραμμικά μέσα· υπηρεσίες ψηφιακής μεταφοράς φιλμ σε ταινίες, συγκεκριμένα, μεταφορά φιλμ σε ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα».

— Κλάση 41: «Υπηρεσίες εργαστηρίου και μεταπαραγωγής κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ, ψηφιακών βίντεο και βιντεοταινιών, συγκεκριμένα, υψηλής ανάλυσης σάρωση φιλμ, ψηφιακός χρονισμός χρωμάτων, εγγραφή λέιζερ φιλμ από ψηφιακά βίντεο και εικόνες υψηλής ευκρίνειας σε φιλμ· υπηρεσίες δημιουργίας ψηφιακών αντιγράφων και αντιγράφων βίντεο για κινηματογραφικά, τηλεοπτικά και διαφημιστικά φιλμ· υπηρεσίες δημιουργίας ψηφιακών εικόνων· ψηφιακός και ηλεκτρονικός χειρισμός εικόνων για κινηματογραφικά, τηλεοπτικά και διαφημιστικά φιλμ· εγγραφή ψηφιακών εικόνων σε φιλμ· παραγωγή μέσων βίντεο και ήχου, συγκεκριμένα, παραγωγή βιντεοκασετών και ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων για λογαριασμό τρίτων· παραγωγή οπτικών και ψηφιακών ειδικών εφέ για λογαριασμό τρίτων, για τηλεόραση, κινηματογραφικά φιλμ, διαφημιστικά μηνύματα, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα, συγκεκριμένα, ψηφιακό κινηματογράφο· ηχογράφηση και παραγωγή ήχου· υπηρεσίες συρραφής (μοντάζ) φιλμ· ηλεκτρονική παραγωγή κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ μέσω βιντεοταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων· παραγωγή οπτικών ειδικών εφέ για βιντεοταινίες, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· παραγωγή και διανομή κινηματογραφικών, τηλεοπτικών

και διαφημιστικών φιλμ· παροχή υπηρεσιών φωνητικής επένδυσης (voice-over) για βιντεοταινίες, δίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· υπηρεσίες παροχής συμβουλών σε σχέση με την παραγωγή και διανομή κινηματογραφικών φιλμ· παραγωγή αρχικών κύριων βιντεοδίσκων, ταινιών ήχου και σύμπυκνων δίσκων απλής ανάγνωσης με μουσική και εικόνες· διοργάνωση για διανομή ή ταυτόχρονη διάθεση κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ· υπηρεσίες διανομής φιλμ, ταινιών, ψηφιακών βιντεοδίσκων, ψηφιακών βιντεοδίσκων υψηλής ευκρίνειας, οπτικών δίσκων και άλλων εγγεγραμμένων, ψηφιακών, τηλεφορτώσιμων και επιγραμμικών μέσων· υπηρεσίες επεξεργασίας ήχου (ντάμπινγκ) και συρραφής (μοντάζ) ταινιών· βίντεο και μουσική επένδυση για κινηματογράφο, τηλεόραση και διαφημίσεις».

— Κλάση 42: «Σχεδιασμός και ανάπτυξη λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών· έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων· φιλοξενία ιστοχώρων (web sites) για λογαριασμό τρίτων· σχεδιασμός ιστοθέσεων για λογαριασμό τρίτων· ψηφιακή υδατογράφηση· υπηρεσίες γραφικού σχεδίου για έντυπα μέσα στον τομέα της ψυχαγωγίας· σχεδιασμός περιεχομένων ψηφιακών βιντεοδίσκων για λογαριασμό τρίτων· σχεδιασμός συσκευασιών δίσκων μουσικής, βίντεο, ψηφιακών βιντεοδίσκων και ψηφιακών μέσων για λογαριασμό τρίτων· υπηρεσίες ποιοτικού ελέγχου για λογαριασμό τρίτων για την αναπαραγωγή, αντιγραφή και διανομή ψηφιακών φιλμ και βίντεο· υπηρεσίες δημιουργίας περιεχομένου, συγκεκριμένα, σύνταξη και ανάπτυξη αλληλεπιδραστικού λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών και άλλου περιεχομένου πολυμέσων· σχεδιασμός και ανάπτυξη προϊόντων πολυμέσων, συγκεκριμένα, σχεδιασμός περιεχομένων ψηφιακών βιντεοδίσκων για λογαριασμό τρίτων· ανάκτηση ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικό περιεχόμενο, βίντεο, ήχο, φωτογραφίες και ντοκιμαντέρ, για τη βιομηχανία της μεταπαραγωγής· μετατροπή δεδομένων ή εγγράφων από υλικά σε ηλεκτρονικά μέσα· υπηρεσίες δημιουργίας για ψηφιακούς βιντεοδίσκους, ψηφιακούς βιντεοδίσκους υψηλής ευκρίνειας, οπτικούς δίσκους και άλλα εγγεγραμμένα, ψηφιακά, τηλεφορτώσιμα και επιγραμμικά μέσα· ψηφιακή συμπίεση δεδομένων· ψηφιακή συμπίεση δεδομένων ήχου και βίντεο· ψηφιακή συμπίεση δεδομένων φιλμ και βίντεο· υπηρεσίες συμπίεσης εγγεγραμμένων και ψηφιακών δεδομένων».

— Κλάση 45: «Υπηρεσίες παροχής συμβουλών σχετικά με την ασφάλεια προϊόντων στον τομέα των κινηματογραφικών ταινιών, της τηλεόρασης και της διαφήμισης, συγκεκριμένα, πιστοποίηση της γνησιότητας προϊόντων, ανίχνευση πειρατείας προϊόντων και εγγραφή και εντοπισμός ψηφιακών δεδομένων· εκτύπωση ασφαλείας, συγκεκριμένα, κωδικοποίηση ψηφιακών μέσων και δεδομένων για τον εντοπισμό της πηγής μη εξουσιοδοτημένων αντιγράφων και υπηρεσίες κωδικοποίησης και διακωδικοποίησης ψηφιακών μέσων και δεδομένων· κωδικοποίηση κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ για τον εντοπισμό της πηγής των μη εξουσιοδοτημένων αντιγράφων τους· υπηρεσίες προστασίας των εγγεγραμμένων περιεχομένων· διαχείριση δικαιωμάτων κατά της πειρατείας, συγκεκριμένα, υπηρεσίες ασφάλειας προϊόντων στον τομέα των κινηματογραφικών ταινιών, της τηλεόρασης και της διαφήμισης· υπηρεσίες τεχνολογίας σε σχέση με την ασφάλεια, συγκεκριμένα, εντοπισμός και ιχνηλάτηση για χρήση στην ασφάλεια και εντοπισμό κωδικοποιημένων φιλμ κατά της απάτης, πειρατείας και παραποίησης· υπηρεσίες προστασίας ηλεκτρονικού περιεχομένου· έρευνα και ανάπτυξη σε σχέση με την παράνομη τηλεφόρτωση και αποθήκευση μη εξουσιοδοτημένων αρχείων κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών ψηφιακών φιλμ».

11. Με απόφαση της 13ης Ιουνίου 2013, ο εξεταστής απέρριψε την αίτηση για το σύνολο των μνημονευομένων σε αυτήν προϊόντων και υπηρεσιών, με το σκεπτικό ότι, σύμφωνα με το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχεία β′ και γ′, του κανονισμού 207/2009, το σήμα «deluxe» στερείτο διακριτικού χαρακτήρα, πληροφορούσε δε τους καταναλωτές για την ποιότητα των επίμαχων προϊόντων και υπηρεσιών.

12. Κατόπιν προσβολής της αποφάσεως του εξεταστή ενώπιον του ΓΕΕΑ (νυν EUIPO), το δεύτερο τμήμα προσφυγών του Γραφείου αυτού την επικύρωσε με την απόφασή του της 22ας Ιανουαρίου 2014 (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση) βάσει του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009, αποδεχόμενο ταυτοχρόνως την επιχειρηματολογία του εξεταστή σε σχέση με το στοιχείο γ′ του ιδίου άρθρου.

13. Μεταξύ άλλων, το τμήμα προσφυγών έκρινε ότι, όσον αφορά το τμήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο οποίο είναι κατανοητή η αγγλική γλώσσα, το λεκτικό στοιχείο «deluxe» δεν καθιστά per se δυνατή τη διάκριση των προϊόντων και των υπηρεσιών της προσφεύγουσας από αυτά των ανταγωνιστών της, καθ' ο μέρος αποτελεί είδος κοινής διαφημιστικής ετικέτας και συνίσταται σε απλή «δήλωση ανώτερης ποιότητας». Προσέθεσε ότι ο όρος «deluxe» εμπίπτει στην κατηγορία των όρων που πρέπει να αποκλείονται από το μονοπώλιο του σήματος και ότι το εικονιστικό στοιχείο που το συνόδευε δεν ήταν αρκετό για να προσδώσει στο σήμα του οποίου εζητείτο η καταχώριση διακριτικό χαρακτήρα. Για τους ίδιους αυτούς λόγους, το τμήμα προσφυγών επικύρωσε την απόφαση του εξεταστή καθ' ο μέρος είχε κρίνει ότι το εν λόγω σήμα ενημέρωνε τους καταναλωτές σε σχέση με την ποιότητα των επίμαχων προϊόντων και υπηρεσιών. Δεν έκανε, τέλος, δεκτό τον ισχυρισμό ότι το σήμα έχει αποκτήσει διακριτικό χαρακτήρα λόγω της χρήσεώς του στην Ένωση.

2. *Αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση*

14. Η Deluxe Inc., διαφωνώντας με την απόφαση του τμήματος προσφυγών, την προσέβαλε ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου στις 10 Απριλίου 2014.

15. Με την προσφυγή της, η Deluxe Inc. προσήπτε στην προσβαλλόμενη απόφαση πέντε παραβάσεις στις οποίες στηρίζονταν ισάριθμοι λόγοι ακυρώσεως. Κατά την κρίση της, το τμήμα προσφυγών έχει παραβεί τα ακόλουθα άρθρα του κανονισμού 207/2009: 1) το άρθρο 75, το οποίο επιβάλλει στο EUIPO την υποχρέωση να αιτιολογεί τις αποφάσεις του, 2) το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο β′, σε συνδυασμό με τον διακριτικό χαρακτήρα του σημείου, 3) το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ′, σε συνδυασμό με τον περιγραφικό χαρακτήρα του σημείου, 4) το άρθρο 7, παράγραφος 3, σε συνδυασμό με την ενδεχόμενη απόκτηση διακριτικού χαρακτήρα λόγω χρήσεως, και 5) τις αρχές της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης, της προστασίας των κεκτημένων δικαιωμάτων και της νομιμότητας των κοινοτικών πράξεων.

16. Το Γενικό Δικαστήριο εξέτασε, από κοινού, μόνον τους δύο πρώτους λόγους της προσφυγής[11], η ευδοκίμηση των οποίων είχε ως αποτέλεσμα να κηρυχθεί άκυρη η προσβαλλόμενη απόφαση και να καταδικαστεί το EUIPO στα δικαστικά έξοδα.

17. Με την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση, το Γενικό Δικαστήριο υπενθύμισε τη νομολογία του Δικαστηρίου, κατά την οποία, οσάκις η καταχώριση σήματος ζητείται για διάφορα προϊόντα ή υπηρεσίες, το τμήμα προσφυγών πρέπει να διαπιστώνει in concreto ότι στην περίπτωση του σήματος αυτού δεν συντρέχει κανένας από τους λόγους απαραδέκτου οι οποίοι απαριθμούνται στο άρθρο 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009, σε σχέση με κάθε ένα από τα οικεία προϊόντα ή υπηρεσίες, δύναται δε να καταλήξει σε διαφορετικό συμπέρασμα ανάλογα με το υπό κρίση προϊόν ή την υπό κρίση υπηρεσία. Συνεπώς, σε περίπτωση απορρίψεως αιτήσεως καταχωρίσεως σήματος, το τμήμα προσφυγών υποχρεούται να παραθέτει στην απόφασή του την κρίση του για κάθε ένα από τα

11 — Βλ. σκέψεις 22 έως 24 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

προϊόντα και για καθεμία από τις υπηρεσίες που αφορά η αίτηση καταχωρίσεως, ανεξαρτήτως της διατυπώσεως της οικείας αιτήσεως. Ωστόσο, όταν η καταχώριση μιας κατηγορίας ή ομάδας προϊόντων ή υπηρεσιών προσκρούει στον ίδιο λόγο απαραδέκτου, η αρμόδια αρχή δύναται να περιοριστεί σε ενιαία αιτιολογία για όλα τα οικεία προϊόντα και υπηρεσίες[12].

18. Κατά το Γενικό Δικαστήριο, το τμήμα προσφυγών είχε εξετάσει τον διακριτικό χαρακτήρα του σημείου «deluxe» χωρίς να αναφερθεί σε κάθε ένα από τα διαλαμβανόμενα στην αίτηση προϊόντα και υπηρεσίες σε σχέση με τις κλάσεις 9, 35, 37, 39 έως 42 και 45. Είχε, επομένως, προβεί σε ενιαία αιτιολογία για όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες χωρίς να αναφέρει εάν αυτά παρουσίαζαν μεταξύ τους έναν σύνδεσμο αρκούντως άμεσο και συγκεκριμένο ούτως ώστε να συνθέτουν ομοιογενή κατηγορία, κατά παράβαση της νομολογίας.

III. Διαδικασία ενώπιον του Δικαστηρίου και αιτήματα των διαδίκων

19. Η ασκηθείσα από το EUIPO αίτηση αναιρέσεως περιήλθε στη Γραμματεία του Δικαστηρίου στις 10 Αυγούστου 2015 και το υπόμνημα αντικρούσεως της Deluxe Inc. στις 25 Απριλίου 2016.

20. Το EUIPO ζητεί από το Δικαστήριο να αναιρέσει την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση και να καταδικάσει την Deluxe Inc. στα δικαστικά έξοδα.

21. Η Deluxe Inc. ζητεί από το Δικαστήριο να απορρίψει την αίτηση αναιρέσεως και να καταδικάσει το EUIPO στα έξοδα στα οποία υποβλήθηκε η ίδια σε αμφότερους τους βαθμούς δικαιοδοσίας.

22. Κατόπιν αιτήματος της Deluxe Inc., σύμφωνα με το άρθρο 76, παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας, διεξήχθη, στις 9 Νοεμβρίου 2016, επ' ακροατηρίου συζήτηση στην οποία παρέστησαν και οι δύο διάδικοι.

IV. Επιχειρήματα των διαδίκων

23. Η αίτηση αναιρέσεως στηρίζεται σε έναν μόνο λόγο, υποδιαιρούμενο σε δύο σκέλη. Με το πρώτο, το EUIPO προσάπτει στο Γενικό Δικαστήριο πλάνη περί το δίκαιο, καθ' ο μέρος περιστέλλει τη δυνατότητα του Γραφείου να προβαίνει σε ενιαία αιτιολόγηση των αποφάσεών του, περιορίζοντάς την αποκλειστικά στην περίπτωση κατά την οποία τα προϊόντα και οι υπηρεσίες αποτελούν ομοιογενείς κατηγορίες. Κατά το EUIPO, οσάκις σημείο, όπως το «deluxe», μεταδίδει με άμεσο τρόπο ένα επαινετικό μήνυμα που εκτείνεται σε όλους τους τομείς της βιομηχανίας και των υπηρεσιών, είναι δυνατή ενιαία αιτιολόγηση για την απόρριψή του. Η αιτιολογία αυτή καθιστά δυνατή τόσο την αντίκρουση των παρατεθέντων λόγων από τον αποδέκτη της αποφάσεως όσο και την άσκηση ελέγχου επί της νομιμότητάς της από το Γενικό Δικαστήριο.

24. Κατά το EUIPO, ούτε η ομοιογένεια προϊόντων και υπηρεσιών αποτελεί αναγκαίο όρο: αρκεί η ύπαρξη ενός κοινού χαρακτηριστικού προκειμένου να μπορεί να γίνει δεκτή ενιαία αιτιολόγηση για το σύνολο των προϊόντων και των υπηρεσιών. Εν προκειμένω, το κοινό χαρακτηριστικό συνίσταται στο ότι κάθε ένα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, ανεξαιρέτως, δύναται να διαθέτει υψηλή, κατά το μάλλον ή ήττον, ποιότητα, κατά τρόπο ώστε η ένδειξη της ανώτερης ποιότητας, εγγενούς στον όρο «deluxe», να εκλαμβάνεται σε σχέση με το σύνολο των προϊόντων και των υπηρεσιών ως απλό εμπορικό μήνυμα.

12 — Το Γενικό Δικαστήριο παρέθεσε, μεταξύ άλλων, τη διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010, CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ (C-282/09 P, EU:C:2010:153, σκέψεις 37 και 38), και, κατ' αναλογία, την απόφαση της 15ης Φεβρουαρίου 2007, BVBA Management, Training en Consultancy (C-239/05, EU:C:2007:99, σκέψεις 32, 34 και 38).

25. Το EUIPO επικαλείται, προς στήριξη της θέσεώς του, το σκεπτικό του Δικαστηρίου στην υπόθεση BigXtra [13], στην οποία είχε αναγνωριστεί μια αρκούντως άμεση και συγκεκριμένη σχέση μεταξύ των οικείων προϊόντων και υπηρεσιών [14] (συνιστάμενη στο ότι όλα μπορούσαν να αποτελέσουν αντικείμενο εκπτώσεων ή ειδικών προσφορών), γεγονός που καθιστούσε έγκυρη την ενιαία αιτιολογία. Λαμβανομένου υπόψη του κοινού αυτού στοιχείου, το σημείο «BigXtra» θεωρήθηκε ως ένδειξη της καλής ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών αυτών, ήτοι, έγινε αντιληπτό ως διαφημιστική υπόσχεση.

26. Κατά το EUIPO, η αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση, καθ' ο μέρος το Γενικό Δικαστήριο έκρινε με αυτήν ότι η προσβαλλόμενη απόφαση πάσχει από έλλειψη αιτιολογίας [15], αποκλίνει από τη νομολογία του Δικαστηρίου. Το Γενικό Δικαστήριο, μη αναγνωρίζοντας τη σημασία του επαινετικού και διαφημιστικού χαρακτήρα του σημείου «deluxe», ο οποίος εκτείνεται στο σύνολο των επίμαχων προϊόντων και υπηρεσιών, υποπίπτει σε πλάνη περί το δίκαιο.

27. Κατά την κρίση του EUIPO, το τμήμα προσφυγών εξήγησε με επάρκεια τους λόγους για τους οποίους το σημείο «deluxe» στερείται διακριτικής ικανότητας σε σχέση με κάθε ένα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Οι λόγοι αυτοί παρείχαν στην Deluxe Inc. τη δυνατότητα [16] να αντικρούσει το ότι το σημείο του οποίου εζητείτο η καταχώριση έπρεπε, κατ' ανάγκην, να εκληφθεί ως απλή ένδειξη υπεροχής ή ως διαφημιστικό εγκώμιο της ανώτερης ποιότητάς τους.

28. Το EUIPO φρονεί ότι το να απαιτείται από το τμήμα προσφυγών να προβαίνει σε εμπεριστατωμένη ανάλυση ανά προϊόν και υπηρεσία (καθώς και ανά κατηγορία) θα οδηγούσε σε συστηματική και τυπική επανάληψη του κυρίου λόγου της απορρίψεως, ήτοι, ότι το σημείο στερείται διακριτικού χαρακτήρα για έκαστο εκ των προϊόντων ή υπηρεσιών αυτών. Η επανάληψη αυτή δεν θα προσέθετε τίποτα στον λόγο επί του οποίου στηρίχθηκε η απόρριψη της αιτήσεως καταχωρίσεως του σήματος (ήτοι, την έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα).

29. Τέλος, το EUIPO ισχυρίζεται ότι, με σειρά αποφάσεών του, το Γενικό Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει την έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα ορισμένων συνθημάτων σε σχέση με διάφορα προϊόντα ή υπηρεσίες, όταν το σημείο εκλαμβάνεται ως τρέχον διαφημιστικό μήνυμα που αφορά άμεσα και αδιακρίτως όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες [17].

30. Με το δεύτερο σκέλος του μόνου λόγου αναιρέσεως, το EUIPO τάσσεται υπέρ της ευρείας έννοιας της ομοιογένειας, για τους σκοπούς της ενιαίας αιτιολογήσεως. Κατά την άποψή του, αρκεί τα επίμαχα προϊόντα και υπηρεσίες να έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό, τούτο δε θα μπορούσε να υφίσταται και μεταξύ προϊόντων ή υπηρεσιών που ανήκουν σε τελείως διαφορετικούς τομείς, χωρίς να πρέπει, κατ' ανάγκην, να απορρέει από την ομοιότητα μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών αναλόγως της φύσεως ή του σκοπού τους. Αρνείται, όπως και το Γενικό Δικαστήριο με την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση [18], ότι πρέπει να υφίσταται συσχετισμός μεταξύ της υπάρξεως «ομοιογενούς κατηγορίας» και της περιγραφής των προϊόντων και υπηρεσιών.

13 — Διάταξη της 11ης Δεκεμβρίου 2014 (C-253/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2014:2445, σκέψεις 48 και 49).

14 — Στην εν θέματι υπόθεση, τα αγαθά και οι υπηρεσίες για τα οποία εζητείτο η προστασία του σήματος αντιστοιχούσαν στις κλάσεις 16, 35, 39, 41, 42 και 43 του Διακανονισμού της Νίκαιας.

15 — Ιδίως, οι σκέψεις 23 και 24 της αποφάσεως.

16 — Τηρουμένης κατ' αυτόν τον τρόπο της υποχρεώσεως αιτιολογήσεως.

17 — Αποφάσεις του Γενικού Δικαστηρίου της 12ης Μαρτίου 2008, Suez κατά ΓΕΕΑ (Delivering the essentials of life) (T-128/07, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2008:72, σκέψη 33)· της 25ης Μαρτίου 2014, Deutsche Bank κατά ΓΕΕΑ (Leistung aus Leidenschaft) (T-539/11, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:154, σκέψη 16), και της 12ης Δεκεμβρίου 2014, Wilo κατά ΓΕΕΑ (Pioneering for You) (T-601/13, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:1067, σκέψη 37).

18 — Σκέψεις 20 και 21.

31. Κατά το EUIPO, μολονότι η νομολογία [19] απαιτεί να υφίσταται ένας αρκούντως άμεσος και συγκεκριμένος σύνδεσμος μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών για να μπορούν αυτά να συνθέτουν μια επαρκώς ομοιογενή κατηγορία (γεγονός που θα επέτρεπε ενιαία αιτιολογία), δεν αναφέρει, εντούτοις, ποια πρέπει να είναι η φύση του συνδέσμου, παρά μόνον ότι αυτός πρέπει να υφίσταται. Επισημαίνει, στο πλαίσιο αυτό, ότι δεν μπορεί εξάλλου να συναχθεί από τη νομολογία [20] ότι τα κριτήρια, τα οποία ασκούν επιρροή κατά την εκτίμηση της ομοιογένειας των προϊόντων και των υπηρεσιών, πρέπει να είναι προκαθορισμένα κατά τρόπο εξαντλητικό ή να είναι σωρευτικά.

32. Στον βαθμό κατά τον οποίον απαιτείτο, με την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση, το κριτήριο της ομοιογένειας να συνάγεται από την περιγραφή των αγαθών και των υπηρεσιών για τα οποία η Deluxe Inc. ζητούσε την προστασία του σήματος, το Γενικό Δικαστήριο παρερμήνευσε τη χρησιμοποιούμενη από τη νομολογία έννοια της «επαρκώς ομοιογενούς» κατηγορίας προϊόντων ή υπηρεσιών και, ως εκ τούτου, την έννοια του «αρκούντως άμεσου και συγκεκριμένου συνδέσμου», απαραίτητου ώστε να υφίσταται η εν λόγω κατηγορία.

33. Αντιθέτως, το διαπιστωθέν από το τμήμα προσφυγών στην υπό κρίση υπόθεση κοινό χαρακτηριστικό (ήτοι, ότι «όλα τα προϊόντα μπορούν να διαφημίζονται ως προϊόντα “ανώτερης” ποιότητας, ενώ όλες οι υπηρεσίες μπορούν να διαφημίζονται ως υπηρεσίες παρέχουσες “ανώτερη ποιότητα”») [21], ακόμη και αν δεν συνάγεται ευθέως από την περιγραφή των προϊόντων και των υπηρεσιών, υπό την έννοια ότι πρόκειται για αποκλειστικό χαρακτηριστικό που τα προσδιορίζει, συνιστά επαρκές κριτήριο ώστε να μπορεί να γίνει δεκτό ότι όλα αυτά συνθέτουν μια ομοιογενή κατηγορία ικανή να δικαιολογήσει μια ενιαία αιτιολογία. Το Γενικό Δικαστήριο δεν εξήγησε τους λόγους για τους οποίους το κοινό αυτό χαρακτηριστικό δεν συνιστά έναν αρκούντως άμεσο και συγκεκριμένο σύνδεσμο.

34. Η εταιρία Deluxe Inc. αμφισβητεί τα επιχειρήματα του EUIPO. Συγκεκριμένα, αρνείται ότι το σήμα της έχει, με γνώμονα το κρίσιμο κοινό, επαινετικό χαρακτήρα σε σχέση με τα επίμαχα προϊόντα και υπηρεσίες.

35. Όσον αφορά το πρώτο σκέλος του μόνου λόγου αναιρέσεως, η Deluxe Inc. υποστηρίζει ότι το Γραφείο στηρίζεται εσφαλμένως στη διάταξη BigXtra [22], εκδοθείσα σε υπόθεση που δεν μπορεί να θεωρηθεί παρόμοια με την υπό κρίση, δεδομένου ότι με αυτήν είχε κριθεί ότι το επίμαχο σημείο εξήρε τις *μεθόδους* πωλήσεως των προϊόντων. Αντιτάσσεται, περαιτέρω, στη δυνατότητα εφαρμογής των αποφάσεων σχετικά με τα συνθήματα [23], τις οποίες παραθέτει το EUIPO, καθ’ ο μέρος το πλαίσιό τους είναι διαφορετικό από το υπό κρίση.

36. Ως προς το δεύτερο σκέλος του λόγου αναιρέσεως, η Deluxe Inc. ισχυρίζεται ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες για τα οποία είχε αιτηθεί την καταχώριση του σημείου δεν είναι ομοιογενή και ότι, εν πάση περιπτώσει, το EUIPO ουδέποτε αιτιολόγησε την κρίση του αυτή. Η Deluxe Inc., εκτιμώντας ότι ο πυρήνας της υπό κρίση διαφοράς έγκειται στον επαινετικό χαρακτήρα του επίμαχου σημείου, παραθέτει παραδείγματα υπηρεσιών και προϊόντων για τα οποία η λέξη «deluxe» δεν έχει επαινετικό χαρακτήρα.

37. Κατά την επ’ ακροατηρίου συζήτηση, η Deluxe Inc. προσήψε στο EUIPO ότι είχε εφαρμόσει, άνευ ετέρου, στο σύνολο των οικείων προϊόντων και υπηρεσιών ένα ιδιαιτέρως ευρύ τεκμήριο, δυνάμει του οποίου ο όρος «deluxe» στερείται διακριτικής ισχύος.

19 — Σκέψη 17 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, με την οποία γίνεται παραπομπή στη διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010, CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ (C-282/09 P, EU:C:2010:153, σκέψη 40), και στις αποφάσεις της 2ας Απριλίου 2009, Zuffa κατά ΓΕΕΑ (ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP) (T-118/06, EU:T:2009:100, σκέψη 28), και της 23ης Σεπτεμβρίου 2009, France Télécom κατά ΓΕΕΑ (T-396/07, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2009:353, σκέψη 28).

20 — Με παραπομπή στη διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010, CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ (C-282/09 P, EU:C:2010:153, σκέψη 46).

21 — Σημείο 23 της προσβαλλομένης αποφάσεως.

22 — Διάταξη της 11ης Δεκεμβρίου 2014 (C-253/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2014:2445).

23 — Βλ. σημείο 29 των παρουσών προτάσεων και σχετική υποσημείωση.

38. Προκειμένου να δικαιολογήσει ότι έπρεπε, εν προκειμένω, να έχει διενεργηθεί εμπεριστατωμένη εξέταση της έννοιας του όρου «deluxe» σε σχέση, τουλάχιστον, με ορισμένα από τα προϊόντα και υπηρεσίες, επισήμανε ότι: α) αφενός, μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών αυτών περιλαμβάνονται ορισμένα άνευ επαρκούς ποιοτικού φάσματος το οποίο θα επέτρεπε, σε περίπτωση προστασίας τους από το σήμα, να γίνεται αντιληπτό ότι ο όρος αυτός παραπέμπει στην ανώτερη ποιότητα και πολυτέλειά τους[24], και β) αφετέρου, όσον αφορά τα εν λόγω προϊόντα ή υπηρεσίες, η δυνητική πελατεία τους αποτελείται από εξειδικευμένους επαγγελματίες που επιδεικνύουν αυξημένο βαθμό προσοχής και οι οποίοι δεν θα εκλάμβαναν το λήμμα «deluxe» ως καταδήλωση της ανώτερης ποιότητάς τους. Υπό τις συνθήκες αυτές, δεν θα ήταν δυνατό να αποκλειστεί εν γένει ο διακριτικός χαρακτήρας του σήματος, χωρίς ο τελευταίος να εξεταστεί προηγουμένως σε σχέση με τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες.

V. Νομική ανάλυση

39. Κατά την άποψή μου, είναι ορθότερη η συνεξέταση των δύο νομικών σφαλμάτων που προβάλλονται με τον μόνο λόγο αναιρέσεως. Η υποδιαίρεσή του είναι ιδιαιτέρως τεχνική, καθώς, κατ' ουσίαν, πρόκειται για την αυτή νομική αιτίαση, η δε διαφορά εστιάζεται σε ένα αρκούντως σαφές πρόβλημα: ο προσήκων ή μη χαρακτήρας της ενιαίας, εν προκειμένω, αιτιολογίας της αποφάσεως του EUIPO. Η ερμηνεία της έννοιας «επαρκώς ομοιογενής κατηγορία [προϊόντων και υπηρεσιών]», επί της οποίας θα μπορούσε να έχει εφαρμογή η ως άνω αιτιολογία, δεν είναι παρά μια ακόμη πτυχή (δευτερεύουσα) της υπό κρίση διαφοράς.

40. Οι νομολογιακές αρχές που έχει καθιερώσει το Δικαστήριο στον τομέα αυτόν εξηγούνται –κατά την άποψή μου, με ορθότητα– στην αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση[25]. Οι αρχές αυτές θα αποτελέσουν τις προκείμενες από τις οποίες θα αρχίσω την εξέταση της αιτήσεως αναιρέσεως, αφού προηγουμένως συνοψίσω τα ουσιώδη χαρακτηριστικά της.

41. Όταν, για τους σκοπούς του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009, το EUIPO εξετάζει τον διακριτικό χαρακτήρα σημείου η καταχώριση του οποίου ζητείται για πλήθος προϊόντων και υπηρεσιών: α) διερευνά εάν το σημείο καθιστά δυνατή την εξατομίκευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών αυτών ως προερχομένων από συγκεκριμένη επιχείρηση και, επομένως, τη διάκρισή τους από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων[26], β) εφόσον το σημείο έχει διακριτικό χαρακτήρα, οφείλει να προβεί στην εξέτασή του σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες ως προς τα οποία ζητείται η καταχώρισή του, δύναται δε να καταλήξει σε διαφορετικά συμπεράσματα αναλόγως του προϊόντος ή της υπηρεσίας[27], και γ) σε περίπτωση απορρίψεως της αιτήσεως καταχωρίσεως, η απόφαση πρέπει, κατ' αρχήν, να αιτιολογείται για κάθε ένα από τα ως άνω προϊόντα ή υπηρεσίες[28].

42. Οι κανόνες, ωστόσο, αυτοί επιδέχονται μια σημαντική εξαίρεση: εφόσον το EUIPO εκτιμά ότι η καταχώριση μιας κατηγορίας ή ομάδας προϊόντων ή υπηρεσιών προσκρούει στον ίδιο λόγο απαραδέκτου μπορεί να περιοριστεί σε μία ενιαία αιτιολογία για όλα τα οικεία προϊόντα και υπηρεσίες[29].

24 — Η Deluxe Inc. παρέθεσε τα ακόλουθα παραδείγματα: υπηρεσίες διαχείρισης στοιχείων ψηφιακής και διανοητικής ιδιοκτησίας (κλάση 35)· εναπόθεση και μεταφορά καμερών (κλάση 39)· λειτουργία εργαστηρίων επεξεργασίας κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ (κλάση 40)· ανάκτηση ψηφιακών αρχείων με κινηματογραφικό περιεχόμενο (κλάση 42)· και έρευνα και ανάπτυξη σε σχέση με την παράνομη τηλεφόρτωση και αποθήκευση μη εξουσιοδοτημένων ψηφιακών αρχείων κινηματογραφικών, τηλεοπτικών και διαφημιστικών φιλμ (κλάση 45).

25 — Συγκεκριμένα, στις σκέψεις της 15 έως 18.

26 — Απόφαση της 8ης Μαΐου 2008, Eurohypo κατά ΓΕΕΑ (C-304/06 P, EU:C:2008:261, σκέψη 59).

27 — Απόφαση της 15ης Φεβρουαρίου 2007, BVBA Management, Training en Consultancy (C-239/05, EU:C:2007:99, σκέψη 32 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

28 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010, CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ (C-282/09 P, EU:C:2010:153, σκέψη 37 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

29 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010, CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ (C-282/09 P, EU:C:2010:153, σκέψη 38 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

43. Βεβαίως, η ίδια αυτή νομολογία επισημαίνει την ανάγκη να αξιολογείται ο διακριτικός χαρακτήρας λαμβανομένης υπόψη της αντιλήψεως του κρίσιμου κοινού [30], ζήτημα το οποίο, ακόμη και αν είναι μικρότερης σημασίας, μπορεί, εντούτοις, να ασκήσει επιρροή στην υπό κρίση διαφορά.

44. Το EUIPO εκτιμά ότι στον βαθμό κατά τον οποίον το Γενικό Δικαστήριο έκρινε επιβεβλημένη την παροχή αιτιολογίας σε σχέση με την απόρριψη του αιτήματος καταχωρίσεως του σήματος «deluxe» για κάθε ένα από τα σχετικά προϊόντα ή υπηρεσίες υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο, καθώς ο επαινετικός χαρακτήρας του όρου δικαιολογούσε μια ενιαία αιτιολογία. Στο πλαίσιο αυτό, το EUIPO επικρίνει την εφαρμογή από το Γενικό Δικαστήριο της έννοιας της «επαρκώς ομοιογενούς κατηγορίας» προϊόντων και υπηρεσιών, την οποία θεωρεί αντίθετη προς τη νομολογία.

45. Τιθέμενο υπό τους όρους αυτούς, το πρόβλημα γίνεται καλύτερα κατανοητό εάν τοποθετηθεί, λαμβανομένης υπόψη της χρονολογικής σειράς της διαδικασίας, στον χρόνο κατά τον οποίον το EUIPO καλείται να εξετάσει το σημείο του οποίου ζητείται η καταχώριση.

46. Κατά το πρώτο αυτό στάδιο, όπως έχω ήδη αναφέρει, το EUIPO καλείται να διαπιστώσει συγκεκριμένα εάν το σημείο προσκρούει σε κάποιον λόγο απαραδέκτου του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009, σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Ο έλεγχος περί του διακριτικού χαρακτήρα πρέπει να είναι αυστηρός και πλήρης, ήτοι, να μην περιορίζεται στο ελάχιστο δυνατό [31], καθώς τούτο θα ήταν αντίθετο προς την ασφάλεια δικαίου και τη χρηστή διοίκηση, αρχές που εμποδίζουν την αδικαιολόγητη καταχώριση σημάτων που δεν πληρούν τα νόμιμα κριτήρια [32].

47. Μια συγκεκριμένη περίπτωση είναι αυτή των υποψηφίων προς καταχώριση σημάτων τα οποία αποτελούνται «από σημεία ή ενδείξεις που άλλωστε χρησιμοποιούνται ως διαφημιστικά σλόγκαν, ενδείξεις ποιότητας ή προτροπές αγοράς των προϊόντων ή υπηρεσιών που αφορά το σήμα». Το Δικαστήριο δεν απαγορεύει αυστηρά την καταχώρισή τους [33].

48. Κατά το Δικαστήριο, «το επαινετικό σημασιολογικό περιεχόμενο λεκτικού σήματος δεν αποκλείει ότι το σήμα αυτό δύναται να διασφαλίσει στους καταναλωτές την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσδιορίζει. Έτσι, 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 γίνεται αντιληπτό ως σύνθημα με σκοπό την εμπορική προώθηση στερείται σημασίας όσον αφορά τον διακριτικό χαρακτήρα του» [34].

49. Τα αποσπάσματα αυτά εξάγονται από τη νομολογία σχετικά με την καταχώριση λεκτικών σημάτων τα οποία αποτελούνται από ενδείξεις ή σημεία χρησιμοποιούμενα ως συνθήματα ή ενδείξεις ποιότητας. Το Δικαστήριο, μολονότι αναγνωρίζει τις «δυσχέρειες τις οποίες ενδέχεται να συνεπάγονται τα σήματα αυτά […] για την απόδειξη του διακριτικού χαρακτήρα τους και οι οποίες είναι θεμιτό να λαμβάνονται υπόψη», εκτιμά, εντούτοις, ότι δεν υφίσταται έρεισμα για την ανάλυσή τους υπό το πρίσμα «ειδικών κριτηρίων τα οποία θα υποκαθιστούν ή θα παρεκκλίνουν» από τα γενικά κριτήρια [35].

30 — Το Γενικό Δικαστήριο ορθώς το αναφέρει στη σκέψη 18 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

31 — Το Δικαστήριο έχει εμμέσως απορρίψει τη δυνατότητα της αρμόδιας αρχής να προβαίνει σε έλεγχο περί του διακριτικού χαρακτήρα σήματος περιοριζόμενο στο ελάχιστο περιεχόμενο της έννοιας αυτής, κάτι που θα της επέτρεπε να καταχωρίζει οποιοδήποτε σημείο εφόσον αυτό διέθετε έστω και περιορισμένη ικανότητα διακρίσεώς του από τα σημεία των ανταγωνιστών. Βλ. απόφαση της 19ης Σεπτεμβρίου 2002, DKV(C-104/00 P, EU:C:2002:506, σκέψεις 13 και 20).

32 — Απόφαση της 6ης Μαΐου 2003, Libertel (C-104/01, EU:C:2003:244, σκέψη 59 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

33 — Απόφαση της 21ης Οκτωβρίου 2004, ΓΕΕΑ κατά Erpo Möbelwerk (C-64/02 P, EU:C:2004:645, σκέψη 41).

34 — Απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2010, Audi κατά ΓΕΕΑ (C-398/08 P, EU:C:2010:29, σκέψη 45).

35 — Απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2010, Audi κατά ΓΕΕΑ (C-398/08 P, EU:C:2010:29, σκέψη 38).

50. Ούτως εχόντων των πραγμάτων, θα ήταν σαφώς ορθότερο να εφαρμόζονται τα γενικά κριτήρια κατά την αξιολόγηση του διακριτικού χαρακτήρα των σημάτων τα οποία, πέραν των λεκτικών, περιέχουν και οπτικά στοιχεία, ήτοι, αποτελούν εικονιστικά σήματα. Τέτοια, ακριβώς, είναι η επίμαχη περίπτωση, καθώς ζητείται η καταχώριση ενός σήματος αποτελούμενου από ένα φωνητικό ή λεκτικό στοιχείο (ο όρος «deluxe») και από ένα εικονιστικό στοιχείο (ο κύκλος κόκκινου χρώματος με θολό περίγραμμα, στο εσωτερικό του οποίου εμφανίζεται το λήμμα).

51. Θα ήταν, ασφαλώς, πιθανό να υπάρχουν σημεία απολύτως στερούμενα διακριτικού χαρακτήρα. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται, με αρκετή πιθανότητα, ορισμένα συνθήματα και, με ακόμη μεγαλύτερη πιθανότητα, συγκεκριμένες επαινετικές ενδείξεις. Ευλόγως οι αρμόδιες αρχές, εφόσον αμφότερα χαρακτηρίζονται από καταφανή αδυναμία ή ριζική έλλειψη ικανότητας παραγωγής διακριτικών αποτελεσμάτων, τα απορρίπτουν χωρίς μεταγενέστερες –και άσκοπες– έρευνες όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που επιδίωκαν να προστατεύσουν.

52. Φρονώ ότι το EUIPO ορθώς υποστηρίζει, αφηρημένως, την ορθότητα του συγκεκριμένου αυτού τρόπου δράσεως, καθώς εφόσον διαπιστωθεί η απόλυτη διακριτική ανικανότητα, η οποία εκτείνεται γενικώς σε κάθε είδους προϊόν και υπηρεσία, δεν διακρίνω για ποιους λόγους θα μπορούσε να ζητηθεί μεταγενέστερη αξιολόγηση της εν λόγω (αν)ικανότητας, αυτή τη φορά σε σχέση με ορισμένα επιμέρους προϊόντα ή υπηρεσίες. Υπό το ίδιο αυτό πρίσμα, η απόρριψη του νέου σήματος θα ήταν επαρκώς δικαιολογημένη, η δε απόφαση με την οποία διαπιστώνεται η καταφανής και πλήρης (συνολική) ανικανότητα του σήματος τους οποίου εζητείτο η καταχώριση θα ήταν αιτιολογημένη.

53. Η παρατεθείσα στην αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση νομολογία πρέπει να διευρυνθεί, καθώς, εάν η αδυναμία ενός σημείου να καταστήσει διακριτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες ορισμένης επιχειρήσεως, έναντι αυτών άλλης επιχειρήσεως, αγγίζει τέτοιο επίπεδο βεβαιότητας ώστε να μπορεί να χαρακτηριστεί, χωρίς να υφίσταται κίνδυνος λάθους, ως πρόδηλη ανικανότητα, δεν έχει σημασία τι είδους προϊόντα ή υπηρεσίες αφορά.

54. Ωστόσο, οι συνθήκες αυτές δεν συντρέχουν στην περίπτωση του σήματος «deluxe», για δύο λόγους. Ο πρώτος (ενδεχομένως μικρότερης σημασίας) έγκειται στο ότι, εν προκειμένω, αυτό που το κοινό θα μπορούσε να εκλάβει ως ένδειξη ανώτερης ποιότητας είναι ένα μεικτό ή εικονιστικό σημείο το οποίο, εξ ιδίας φύσεως, απαιτεί πρόσθετη προσπάθεια, αισθητηριακή ή διανοητική, η οποία βαίνει πέραν της απλής προσλήψεως του επαινετικού μηνύματος. Εξάλλου, η προσπάθεια αυτή μπορεί να συνιστά έναν από τους παράγοντες που ενδέχεται να κλίνουν την πλάστιγγα υπέρ της υπάρξεως διακριτικού χαρακτήρα στο σήμα «deluxe», τουλάχιστον σε σχέση με ορισμένα από τα προϊόντα ή υπηρεσίες των οποίων η προστασία επεδιώκετο μέσω αυτού.

55. Ο δεύτερος λόγος αφορά το περιεχόμενο του λεκτικού συμπλέγματος «deluxe», το οποίο είναι πράγματι δηλωτικό (και μόνο σε ορισμένες χώρες) της πολυτέλειας ή μεγαλοπρέπειας, ιδιότητες που μπορούν ενδεχομένως να αποδοθούν σε ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες [36], όχι όμως σε εκείνα που χρησιμοποιούνται κατά τρόπο εγγενώς μη συγγενή προς τα χαρακτηριστικά αυτά [37]. Εξ ου θα μπορούσε ευλόγως να υποτεθεί ότι το σημείο του οποίου επεδιώκετο η καταχώριση μπορούσε να διαθέτει διακριτικό χαρακτήρα, τουλάχιστον σε σχέση με ορισμένα από τα εν λόγω προϊόντα ή υπηρεσίες.

36 — Το EUIPO επιχείρησε να εξομοιώσει το πολυτελές με την ανώτερη ποιότητα, η σημειολογική, όμως, αυτή σύνδεση δεν είναι προφανής ή αναπότρεπτη. Μπορεί να υπάρχουν αγαθά, ακόμη και συνήθους χρήσεως, που είναι υψηλής ποιότητας (παραδείγματος χάριν, το νερό) χωρίς κατ' αναγκήν να αποτελούν είδη πολυτελείας. Και, αντιστρόφως, μπορούμε να φανταστούμε προϊόντα ή υπηρεσίες πολυτελείας (σε συνάρτηση, κυρίως, με τον σπάνιο ή μοναδικό χαρακτήρα τους) που δεν διαθέτουν υποχρεωτικώς εξαιρετική ποιότητα.

37 — Δυσχερώς θα μπορούσε να γίνει λόγος, παραδείγματος χάριν, για «πολυτελές» σύστημα όσον αφορά την ψηφιακή συμπίεση δεδομένων ή για «πολυτελή» υπηρεσία εντοπισμού πειρατικών προϊόντων, χάριν παραθέσεως μόνο δύο από τις υπηρεσίες των οποίων η προστασία επεδιώκετο με το επίμαχο σήμα.

56. Εξάλλου, την ίδια θέση έχουν υιοθετήσει διάφορα εθνικά γραφεία κρατών μελών της Ένωσης (και άλλων χωρών)[38] καθώς επίσης το ίδιο το EUIPO όσον αφορά το ίδιο σήμα «deluxe»[39] και άλλα παρόμοια, σε σχέση με διάφορα προϊόντα ή υπηρεσίες. Τα προηγούμενα αυτά δεν είναι ασφαλώς δεσμευτικά, ενδέχεται, όμως, να συνιστούν ενδείξεις ως προς το ότι το σημείο του οποίου εζητείτο η καταχώριση δεν έπρεπε να έχει απορριφθεί, εκ προοιμίου και εν συνόλω, (ήτοι, αποσυνδεόμενο από τη σχέση του με επιμέρους προϊόντα ή υπηρεσίες) από το EUIPO, λόγω παντελούς ελλείψεως διακριτικού χαρακτήρα[40].

57. Πράγματι, κατά τη νομολογία, γίνεται δεκτό ότι η πρακτική των κρατών μελών, καθόσον μπορεί να παρουσιάζει ενδιαφέρον στο πλαίσιο μιας εκτιμήσεως σε επίπεδο Ένωσης, λαμβάνεται υπόψη ως χρήσιμη ένδειξη, την οποία το Γραφείο μπορεί να περιλάβει στην εκτίμησή του όσον αφορά τον διακριτικό χαρακτήρα ενός σημείου[41].

58. Ακόμη πιο συγκεκριμένα, το Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει ότι, στο πλαίσιο διαδικασίας ανακοπής, «δεν είναι επίσης δυνατό να κριθεί, όσον αφορά σημείο πανομοιότυπο με σήμα προστατευόμενο σε κράτος μέλος, ότι συντρέχει απόλυτος λόγος απαραδέκτου, όπως η έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα, του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β΄΄ του κανονισμού 40/94, καθώς και του άρθρου 3, παράγραφος 1, στοιχείο β΄, [των οδηγιών[42] για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων]»[43].

59. Όσα έχουν έως τώρα εκτεθεί αρκούν, κατά την άποψή μου, για να αποκλειστεί η υπόθεση επί της οποίας στηρίζεται η περαιτέρω ανάπτυξη του λόγου αναιρέσεως. Ο λόγος αυτός εδράζεται σε προκείμενη (την απόλυτη έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα του σημείου «deluxe», για οποιοδήποτε προϊόν ή υπηρεσία)[44] η οποία δεν μπορεί παρά να θεωρηθεί αναπόδεικτη. Ελλείψει της βασικής αυτής προϋποθέσεως, η αίτηση αναιρέσεως είναι, αφεαυτής, καταδικασμένη να απορριφθεί, καθώς ενόψει σημείου το οποίο δύναται ενδεχομένως να προσδιορίσει ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, το EUIPO οφείλει, κατά τον έλεγχο που προηγείται της καταχωρίσεως του σήματος, να εξετάσει (και να αιτιολογήσει) εάν μπορεί να προσδοθεί διακριτικός χαρακτήρας στα εν λόγω προϊόντα ή υπηρεσίες, μεμονωμένα ή ομαδοποιημένα σε κατηγορίες.

38 — Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Deluxe Inc. επανέλαβε αυτό που είχε ήδη προβάλει ενώπιον του τμήματος προσφυγών του EUIPO, χωρίς να αντικρουστεί, ήτοι, ότι το ίδιο επίμαχο εν προκειμένω σημείο είχε καταχωρισθεί στην Ισπανία, την Ιταλία, την Αυστραλία, τον Καναδά, τις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο, καταχωρίσεις που αποδεικνύουν τον «εγγενή διακριτικό του χαρακτήρα».

39 — Πρόκειται για το εικονιστικό σήμα deluxe», αριθ. 006891949, αποτελούμενο από το ίδιο λεκτικό σύμπλεγμα και πλαισιωμένο από κύκλο κόκκινου χρώματος. Η καταχώρισή του έγινε δεκτή από το EUIPO, κατόπιν αιτήματος της Deluxe Entertainment Services Group Inc. για προϊόντα των κλάσεων 35, 39, 40, 41, 42 και 45, παρόμοια με αυτά που αφορά το επίμαχο εν προκειμένω σημείο.

40 — Οι παρατηρήσεις αυτές δεν αποκλείουν το ενδεχόμενο το σήμα «deluxe» να στερείται διακριτικού χαρακτήρα σε σχέση με ορισμένα επιμέρους προϊόντα. Ούτως έχει κρίνει το Γενικό Δικαστήριο με απόφαση προγενέστερη της εν προκειμένω αναιρεσιβαλλομένης, την οποία εξέδωσε στις 17 Δεκεμβρίου 2014 στην υπόθεση Lidl Stiftung κατά ΓΕΕΑ (Deluxe) (T-344/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:1097, σκέψη 28).

41 — Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα Ruiz-Jarabo Colomer στην υπόθεση DKV (C-104/00 P, EU:C:2002:288, σημείο 91). Το σημείο αυτό περιελήφθη σχεδόν αυτούσιο στη σκέψη 39 της αποφάσεως της 19ης Σεπτεμβρίου 2002, DKV (C-104/00 P, EU:C:2002:506).

42 — Οδηγίες 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988 (ΕΕ 1989, L 40, σ. 1) και 2008/95/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2008 (ΕΕ 2008, L 299, σ. 25).

43 — Αποφάσεις της 24ης Μαΐου 2012, Formula One Licensing κατά ΓΕΕΑ (C-196/11 P, EU:C:2012:314, σκέψη 41), και της 8ης Νοεμβρίου 2016, BSH κατά EUIPO (C-43/15, EU:C:2016:837, σκέψη 66). Στην πρώτη από τις εν λόγω υποθέσεις αμφισβητείτο η έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα του σημείου «F1», την οποία είχε αναγνωρίσει το Γενικό Δικαστήριο παρά την προηγούμενη καταχώρισή του ως εθνικού σήματος. Μολονότι οι περιστάσεις της εν λόγω αιτήσεως αναιρέσεως διαφέρουν από τις επίμαχες, οι κρίσεις της αποφάσεως της 24ης Μαΐου 2012 έχουν αναλογική, εν προκειμένω, εφαρμογή.

44 — Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, το EUIPO ανέφερε ότι, κατά την κρίση του, ο όρος «deluxe» είναι απολύτως ανίκανος να διακρίνει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία.

60. Θα εξετάσω, επομένως, επικουρικώς[45], τις αιτιάσεις του EUIPO κατά της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως καθ' ο μέρος αφορά, συγκεκριμένα, την αιτιολόγηση της αποφάσεως του τμήματος προσφυγών και την έννοια «ομοιογενής κατηγορία», μην παραλείποντας, ωστόσο, να επισημάνω ότι διακρίνω κάποια έλλειψη συνοχής στην κρίση του EUIPO, καθώς δεν μπορεί παρά να συντρέχει μία εκ των δύο ακολούθων περιπτώσεων: είτε ο όρος «deluxe» στερείται οποιασδήποτε διακριτικής ισχύος, περίπτωση κατά την οποία θα ήταν άνευ σημασίας τόσο το εάν τα φέροντα το σημείο αυτό προϊόντα και υπηρεσίες θα μπορούσαν να υπαχθούν σε μία ή περισσότερες ομάδες ή κατηγορίες όσο και το ποιο θα μπορούσε να είναι το προσδιοριστικό τους στοιχείο· είτε, αντιθέτως, εφόσον ο όρος αυτός μπορεί, σε ορισμένες περιπτώσεις, να έχει διακριτική ικανότητα, θα ήταν αναγκαίο να εξεταστούν (μεμονωμένως ή κατά κατηγορίες) τα αντίστοιχα προϊόντα ή υπηρεσίες, κάτι που δεν έπραξε το EUIPO.

61. Κατά το Γενικό Δικαστήριο, ο επαινετικός και διαφημιστικός χαρακτήρας του όρου «deluxe» («εάν υποτεθεί ότι κάτι τέτοιο είχε αποδειχθεί»)[46] δεν δικαιολογούσε ενιαία αιτιολογία από το τμήμα προσφυγών[47]. Δεν διακρίνω στην κρίση αυτή καμία νομική πλάνη, καθώς, αφενός, σύμφωνα με την προπαρατεθείσα νομολογία, δεν τεκμαίρεται ότι ένα επαινετικό ή διαφημιστικό σημείο στερείται per se διακριτικού χαρακτήρα· αφετέρου, το Γενικό Δικαστήριο δεν αρνείται τη δυνατότητα του EUIPO να προβαίνει σε ενιαία αιτιολογία, αλλά το υποχρεώνει, προκειμένου να μπορεί να το πράξει, να στηρίζει την εκτίμησή του περί της ελλείψεως διακριτικού χαρακτήρα του σημείου σε λόγους που δεν ανάγονται στην απλή ένταξή του στον χώρο της διαφημίσεως και των επαινετικών μηνυμάτων.

62. Επιπλέον, κατά την εξέταση των προϊόντων και των υπηρεσιών που περιελάμβανε η αίτηση της Deluxe Inc.[48], το Γενικό Δικαστήριο διαπίστωσε ότι ήταν δυνατή η ομαδοποίησή τους σε επτά, τουλάχιστον, κατηγορίες, καθώς, κατόπιν αναγνώσεως της περιγραφής τους, παρουσίαζαν μεγάλες διαφορές μεταξύ τους ως προς τη φύση, τα χαρακτηριστικά, τον προορισμό και τον τρόπο εμπορίας τους[49]. Ακολούθως[50], διαπίστωσε ότι δεν είχε πραγματοποιηθεί εξέταση σε σχέση με κάθε ένα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες (ούτε σε σχέση με τη δυνατότητα ομαδοποιήσεώς τους) και ότι το τμήμα προσφυγών δεν είχε εξετάσει εάν αυτά διατηρούσαν μεταξύ τους μια αρκούντως άμεση και συγκεκριμένη σχέση προκειμένου να μπορούν να συνθέτουν ομοιογενή κατηγορία.

63. Το Δικαστήριο έθεσε, με τη σκέψη 46 της διατάξεως CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ[51], τα κριτήρια που είναι κρίσιμα για την αξιολόγηση της ομοιογένειας των προϊόντων και υπηρεσιών, αναλύοντας και επικυρώνοντας την καταλληλότητα και την εγκυρότητα αυτών που είχε λάβει υπόψη το Γενικό Δικαστήριο, ήτοι, τα χαρακτηριστικά τους, τις βασικές κοινές τους ιδιότητες και τις λειτουργίες που τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες επιτελούν.

45 — Ομοίως κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, σε ερωτήματα που του απηύθυνε το Δικαστήριο, το EUIPO αναγνώρισε ότι η κύρια θέση του εδραζόταν στην πλήρη ανικανότητα του σημείου «deluxe» να προσδιορίσει αγαθά ή υπηρεσίες, η δε επικουρικώς προβαλλόμενη θέση του στηριζόταν στο γεγονός ότι, ενόψει των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, θα έπρεπε να εξεταστεί εάν αυτά παρουσίαζαν κοινά χαρακτηριστικά επιτρέποντα την υπαγωγή τους σε μία ή περισσότερες κατηγορίες.

46 — Σκέψη 27, in fine, της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

47 — Μολονότι το επιχείρημα αυτό διαλαμβάνεται στο τέλος της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, είναι, εντούτοις, σκόπιμο να υπομνησθεί σε τούτο το σημείο, καθώς φρονώ ότι εξηγεί καλύτερα τη ratio decidendi της εν λόγω αποφάσεως.

48 — Στις σκέψεις 20 και 21 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

49 — Κατά το Γενικό Δικαστήριο, «το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση καλύπτει περισσότερα από ενενήντα προϊόντα και υπηρεσίες, τα οποία εμπίπτουν σε οκτώ διαφορετικές κλάσεις και αφορούν διάφορους τομείς όπως ο κινηματογράφος, η διαφήμιση, η αποθήκευση και μεταφορά εμπορευμάτων, η έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων, η ασφάλεια, η ψυχαγωγία ή η πληροφορική» (σκέψη 20 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως).

50 — Όπ.π., σκέψη 22.

51 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010 (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

64. Εξάλλου, με την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση, το Γενικό Δικαστήριο δεν χρησιμοποιεί παρά μόνον τα επικυρωθέντα από το Δικαστήριο με τη διάταξη CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ [52] κριτήρια, ήτοι, λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά τους, τις βασικές κοινές τους ιδιότητες και τις λειτουργίες που τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες επιτελούν, προκειμένου να καταδείξει τις μεταξύ τους διαφορές [53]. Η απόφασή του είναι, εν συνόψει, σύμφωνη με τα κριτήρια της προαναφερθείσας νομολογίας, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να υποπίπτει σε κανενός είδους πλάνη περί το δίκαιο ως προς το σημείο αυτό.

65. Είναι αληθές ότι, κατά το τμήμα προσφυγών, η έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα του σημείου, ως προς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, ερείδεται στο γεγονός ότι όλα αυτά, «μηδενός εξαιρουμένου» [54], θα μπορούσαν να διαφημιστούν ως ανώτερης ποιότητος. Κατά το EUIPO, δεν αποτελεί προϋπόθεση εκ των ων ουκ άνευ ότι το κοινό χαρακτηριστικό όλων των προϊόντων και των υπηρεσιών πρέπει να απορρέει από την περιγραφή τους: θα αρκούσε ένας σύνδεσμος, επαρκής και άμεσος, ικανός να εντάξει τα διάφορα αγαθά και υπηρεσίες σε ορισμένη «επαρκώς ομοιογενή» κατηγορία.

66. Επομένως, στην πραγματικότητα, το επιδιωκόμενο με την αίτηση αναιρέσεως είναι η διεύρυνση της νομολογίας αυτής ούτως ώστε το κοινό χαρακτηριστικό στο οποίο αναφέρεται το EUIPO, ήτοι, το ενδεχόμενο όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες να μπορούν να διαφημιστούν ως «ανώτερης ποιότητας», να αναγνωριστεί επίσης ως κριτήριο.

67. Δεν συμμερίζομαι την πρόταση αυτή του EUIPO το οποίο συγχέει, κατά την άποψή μου, τα δύο χρονικά στάδια της διαδικασίας εξετάσεως του διακριτικού χαρακτήρα. Όταν διερευνάται η αντίληψη του κοινού, επιχειρείται να διαπιστωθεί εάν αυτό μπορεί να εντοπίσει, στο επαινετικό μήνυμα, την επιχειρηματική προέλευση των αγαθών και των υπηρεσιών ή εάν το εκλαμβάνει μάλλον ως απλή ένδειξη ποιότητος. Εξάλλου, για τον καθορισμό κατηγοριών προϊόντων ως προς τα οποία είναι δυνατό να διαπιστωθεί ο διακριτικός χαρακτήρας του σήματος, ο σύνδεσμος πρέπει να απορρέει κατ' ανάγκην από τα ίδια τα προϊόντα, ήτοι από τις κοινές τους ιδιότητες, τα εγγενή τους χαρακτηριστικά ή τις λειτουργίες που αυτά επιτελούν.

68. Με άλλα λόγια: πρώτον, πρέπει να διερευνώνται και, κατά περίπτωση, να ταξινομούνται τα ενδογενή στοιχεία και σύνδεσμοι που κατατάσσουν τα διάφορα αγαθά και υπηρεσίες σε κατηγορίες· και, εν συνεχεία, να αντιπαραβάλλονται προς το σημείο του οποίου εξετάζεται ο διακριτικός χαρακτήρας. Μόνον εάν μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών αυτών εντοπισθεί ένα κοινό στοιχείο βάσει του οποίου μπορεί να διαπιστωθεί κάποια ομοιογένειά τους είναι δυνατή η ενιαία αξιολόγηση του διακριτικού χαρακτήρα του σήματος για την ούτως καθορισθείσα ομοιογενή κατηγορία των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών [55].

69. Το φερόμενο ως κοινό χαρακτηριστικό των προϊόντων και των υπηρεσιών, που το σήμα «deluxe» επιδιώκει να προστατεύσει, θα προερχόταν, κατά το EUIPO, από το ίδιο το επαινετικό μήνυμα. Όμως, επιμένω ότι η συναγωγή αυτή δεν έλκει την προέλευσή της από την ανάλυση των προϊόντων και των υπηρεσιών, αλλά από την ανάλυση του σημείου σε σχέση με το κρίσιμο κοινό. Για τη δημιουργία ομοιογενών κατηγοριών προϊόντων και υπηρεσιών πρέπει να λαμβάνονται υποχρεωτικώς υπόψη τα χαρακτηριστικά των αγαθών και των παροχών για τα οποία ζητείται η προστασία, καθώς μόνον εξ αυτών μπορούν να προέλθουν τα ενδογενή παρεμφερή στοιχεία για τη θεμελίωση ομοιοτήτων και διαφορών. Αυτός ο τρόπος δράσεως είναι, τέλος, ο πιο αντικειμενικός και παρέχει, ως εκ τούτου, μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου στους οικονομικούς φορείς.

52 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010 (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

53 — «Η ύπαρξη τέτοιου συνδέσμου μεταξύ, παραδείγματος χάριν, κινηματογραφικών φιλμ, υπηρεσιών μεταφοράς προϊόντων με φορτηγό, υπηρεσιών αποθήκευσης αγαθών, υπηρεσιών έρευνας και ανάπτυξης προϊόντων, καθώς επίσης φιλοξενίας και σχεδιασμού ιστοθέσεων για λογαριασμό τρίτων, δεν είναι εμφανής, εν πάση δε περιπτώσει, δεν συνάγεται από το γράμμα της προσβαλλόμενης αποφάσεως» (σκέψη 27 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως).

54 — Σημείο 22 της προσβαλλομένης αποφάσεως.

55 — Η αναγνώριση ενός κοινού χαρακτηριστικού απορρέοντος από το «μήνυμα» του σήματος θα επαγόταν αναστροφή της διαδικασίας λογικής συναγωγής που κατατείνει στον εντοπισμό ενός αρκούντως άμεσου και συγκεκριμένου συνδέσμου μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών.

70. Δεν συμμερίζομαι, επομένως, τη συλλογιστική του EUIPO η οποία τείνει να διευρύνει, κατά την προεκτεθείσα έννοια, τον τρόπο εντοπισμού άμεσων και συγκεκριμένων συνδέσμων που προσδίδουν ομοιογένεια στα διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες, ομοιογένεια που καθιστά δυνατή την ενιαία αξιολόγησή τους για τους σκοπούς της εξετάσεως του διακριτικού χαρακτήρα. Αφ' ης στιγμής απορρίφθηκε η δυνατότητα αυτή, δεδομένου ότι το Γενικό Δικαστήριο προσέφυγε στα επικυρωθέντα από τη διάταξη CFCMCEE κατά ΓΕΕΑ κριτήρια [56] (ήτοι, τα χαρακτηριστικά, τις βασικές κοινές ιδιότητες και τις λειτουργίες που επιτελούν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες) προκειμένου να καταδειχθούν οι διαφορές μεταξύ των προϊόντων και υπηρεσιών αυτών, το εν λόγω δικαστήριο ενήργησε, στον ίδιον αυτόν βαθμό, σύμφωνα με την προαναφερθείσα νομολογία, χωρίς να υποπέσει σε κανενός είδους πλάνη περί το δίκαιο.

71. Το EUIPO επικαλείται επίσης, προς στήριξη της αιτήσεώς του αναιρέσεως, τη διάταξη του Δικαστηρίου στην υπόθεση που αφορούσε το σήμα «BigXtra» [57]. Ωστόσο, οι σκέψεις 48 και 49 της διατάξεως αυτής δεν αναφέρονται στη βασική απαίτηση περί αρκούντως άμεσου και συγκεκριμένου συνδέσμου μεταξύ των επίμαχων στην υπόθεση αυτή προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά στη στρεφόμενη κατά του Γενικού Δικαστηρίου αιτίαση της αναιρεσείουσας ότι το Γενικό Δικαστήριο είχε αναστρέψει το βάρος αποδείξεως προκειμένου να αποδείξει ότι δεν υφίστατο απόλυτος λόγος απαραδέκτου.

72. Με την αναιρεσιβαλλόμενη στην ως άνω υπόθεση απόφαση [58], το Γενικό Δικαστήριο είχε απλώς αντικρούσει το επιχείρημα της αναιρεσείουσας, η οποία προσήπτε στο τμήμα προσφυγών ότι δεν είχε εξετάσει τον διακριτικό χαρακτήρα του σημείου σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τα οποία εζητείτο η καταχώριση. Με τη μετέπειτα αίτηση αναιρέσεως, επομένως, δεν ήχθη ενώπιον του Δικαστηρίου το ζήτημα κατά πόσον αρκούσε, ως σύνδεσμος μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών, το γεγονός ότι μπορούσαν να προσφερθούν για όλα αυτά μεγάλες εκπτώσεις τιμής, σημαντικά πλεονεκτήματα ή ιδιαίτερη αποζημίωση, παρά μόνον η αιτίαση σχετικά με την κατανομή του βάρους αποδείξεως, την οποία δεν έκανε δεκτή, επικυρώνοντας την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση. Κατά συνέπεια, η διάταξη του Δικαστηρίου στην υπόθεση BigXtra [59] δεν έχει εν προκειμένω αναλογική εφαρμογή.

73. Δεν συμμερίζομαι επίσης την άποψη ότι η μη αποδοχή της προτάσεως περί διευρύνσεως της νομολογίας, υπό τους προβληθέντες από το EUIPO όρους, θα είχε ως συνέπεια να επαναλαμβάνεται εκ περισσού στις αποφάσεις του ο βασικός λόγος απορρίψεως για κάθε προϊόν ή υπηρεσία. Η συνέπεια αυτή δεν είναι υποχρεωτική ή αναπότρεπτη, καθώς ούτε η αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση απαιτεί κάτι τέτοιο ούτε μπορεί να αποκλειστεί ότι ο ίδιος λόγος απορρίψεως ισχύει για διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών, είναι δε δυνατό, σε μια τέτοια περίπτωση, να προσκομισθούν απλώς από κοινού εξηγήσεις σε σχέση με τη βασιμότητα του λόγου αυτού.

74. Τέλος, θα ήθελα να επανέλθω επί τροχάδην, όπως είχα εξαγγείλει στην αρχή των παρουσών προτάσεων [60], στο στοιχείο γ' του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009. Στο στοιχείο αυτό, και όχι στο στοιχείο β', το οποίο μόνον προβάλλεται με την αίτηση αναιρέσεως, περιλαμβάνονται οι απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου που αφορούν το εικονιστικά σημεία, ήτοι, την περίπτωση σημάτων που «αποτελούνται αποκλειστικά από ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν, στο εμπόριο, προς δήλωση […] της ποιότητας […] ή άλλων χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας».

56 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010 (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

57 — Διάταξη της 11ης Δεκεμβρίου 2014, BigXtra (C-253/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2014:2445). Βλ. σημείο 25 των παρουσών προτάσεων.

58 — Απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 21ης Μαρτίου 2014, FTI Touristik κατά ΓΕΕΑ (BigXtra) (T-81/13, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2014:140, σκέψεις 43 έως 47).

59 — Διάταξη της 18ης Μαρτίου 2010 (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

60 — Βλ. σημείο 5 των παρουσών προτάσεων.

75. Όπως έχω ήδη επισημάνει, το Γενικό Δικαστήριο έκανε χρήση της αναγνωριζόμενης σε αυτό δυνατότητας να μην εξετάζει τους λοιπούς λόγους ακυρώσεως όταν κάποιος από αυτούς γίνεται δεκτός (στην περίπτωση αυτή, ο αφορών το στοιχείο β′ του ιδίου άρθρου 7, παράγραφος 1), και ως εκ τούτου δεν εξέτασε τον λόγο σχετικά με την παράβαση του στοιχείου γ′. Πράγματι, το Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει τη μερική αλληλοεπικάλυψη των αντίστοιχων πεδίων εφαρμογής, επισημαίνοντας ότι η διαφορά μεταξύ αμφοτέρων των στοιχείων έγκειται στο ότι το πρώτο από τα στοιχεία αυτά καταλαμβάνει όλες τις περιπτώσεις στις οποίες ένα σημείο δεν είναι ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες επιχειρήσεως από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων [61], όπερ θα μπορούσε να δικαιολογήσει την απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου να μην εξετάσει τον σχετικό με το στοιχείο γ′ λόγο ακυρώσεως.

76. Ωστόσο, για τους σκοπούς της ορθής εφαρμογής του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009, η ίδια νομολογία άμβλυνε τη θέση αυτή τονίζοντας την ανάγκη περιορισμού του διαλαμβανόμενου στο στοιχείο γ′ λόγου απαραδέκτου στις αμιγώς προβλεπόμενες από αυτό περιπτώσεις [62]. Η εκτίμηση αυτή πρέπει να συσχετίζεται με το δημόσιο συμφέρον που δικαιολογεί τη διάταξη αυτή και το οποίο έχει ως συνέπεια ότι τα σήματα τα οποία συνίστανται αποκλειστικώς από σημεία ή ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν για να δηλωθούν τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας υπό την έννοια της διατάξεως αυτής τίθενται ελευθέρως στη διάθεση όλων και δεν μπορούν να καταχωριστούν [63].

77. Κρίνω, ωστόσο, σκοπιμότερο, όταν προσβάλλεται μια απόφαση για κάποιον από τους λόγους απαραδέκτου των στοιχείων β′ και γ′, το Γενικό Δικαστήριο να εξετάζει, εξαιτίας της αλληλοεπικαλύψεως των αντίστοιχων πεδίων εφαρμογής τους, και τα δύο αυτά στοιχεία, έστω και αν στηρίζει την κρίση του σε ένα από αυτά. Όπως και ορισμένοι γενικοί εισαγγελείς, θα πρότεινα, επίσης, η ανάλυση να αρχίζει με το στοιχείο γ′ [64], λαμβανομένου υπόψη ότι, στο νομοθετικό πλαίσιο του κανονισμού για το σήμα της Ένωσης, είναι προτιμότερο να μη συγχέονται τα δύο κριτήρια ούτε να θεωρούνται ως εγγενώς αλληλεξαρτώμενα [65].

78. Πράγματι, μολονότι αρκεί η ύπαρξη ενός απόλυτου λόγου απαραδέκτου για την άρνηση καταχωρίσεως [66], εντούτοις, η εξέταση και η απόφανση επί των λοιπών εγειρόμενων λόγων απαραδέκτου επιτρέπει ενδεχομένως να αποφεύγεται, στις περιπτώσεις ακυρώσεως, η εκ νέου άσκηση προσφυγής ακυρώσεως.

79. Εν πάση περιπτώσει, λαμβανομένου υπόψη ότι τα επιχειρήματα του EUIPO περί της ελλείψεως διακριτικού χαρακτήρα του επίμαχου σημείου στηρίζονταν στο γεγονός ότι επρόκειτο για δήλωση ανώτερης ποιότητας, οι προεκτεθείσες παρατηρήσεις έχουν εφαρμογή τόσο σε σχέση με το στοιχείο β′ όσο και με το στοιχείο γ′ («ένδειξη ποιότητας») του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009.

80. Εν συνόψει, εκτιμώ ότι δεν μπορεί να γίνει δεκτός ο μόνος λόγος της αιτήσεως αναιρέσεως, καθ' ο μέρος η αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση δεν πάσχει από τα νομικά ελαττώματα που της προσάπτει το EUIPO, και ότι, ως εκ τούτου, η αίτηση αναιρέσεως πρέπει να απορριφθεί.

61 — Απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ (C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 47).

62 — Απόφαση της 10ης Μαρτίου 2011, Agencja Wydawnicza Technopol κατά ΓΕΕΑ (C-51/10 P, EU:C:2011:139, σκέψη 48).

63 — Απόφαση της 8ης Απριλίου 2003, Linde κ.λπ. (C-53/01, EU:C:2003:206, σκέψη 74). Αναμφιβόλως, το σημείο «deluxe» είναι σύνθετο, όμως, εφόσον τόσο ο εξεταστής όσο και το τμήμα προσφυγών είχαν επισημάνει τον κοινότοπο χαρακτήρα του εικονιστικού στοιχείου, μη αναγνωρίζοντάς του κανενός είδους σημασία κατά την εξέταση του διακριτικού χαρακτήρα, θα όφειλαν, για λόγους συνοχής, να το έχουν εξομοιώσει με σημείο αποτελούμενο *αποκλειστικώς* από ενδεχόμενη ένδειξη της ποιότητας των προϊόντων.

64 — Βλ. προτάσεις του γενικού εισαγγελέα Ruiz-Jarabo Colomer στην υπόθεση Mag Instrument κατά ΓΕΕΑ (C-136/02, EU:C:2004:151, σημείο 20).

65 — Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα F. G. Jacobs στην υπόθεση ΓΕΕΑ κατά Wrigley (C-191/01 P, EU:C:2003:225, σημεία 51 και 53).

66 — Διάταξη της 13ης Φεβρουαρίου 2008, Indorata-Serviços e Gestão κατά ΓΕΕΑ (C-212/07 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2008:83, σκέψη 27 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

VI. Πρόταση

81. Κατόπιν των ανωτέρω σκέψεων, προτείνω στο Δικαστήριο:

1) να απορρίψει την αίτηση αναιρέσεως του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO) κατά της αποφάσεως του Γενικού Δικαστηρίου της 4ης Ιουνίου 2015 στην υπόθεση T-222/14, Deluxe Laboratories κατά ΓΕΕΑ (deluxe).

2) να καταδικάσει το EUIPO στα δικαστικά έξοδα στα οποία υποβλήθηκε η Deluxe Entertainment Services Group Inc.