

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟΥ (πρώτο τμήμα)

της 6ης Νοεμβρίου 2007*

Στην υπόθεση T-28/06,

RheinfelsQuellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG, με έδρα το Duisburg
(Γερμανία), εκπροσωπούμενη από τους W. Kellenter και A. Lambrecht, δικηγόρους,

προσφεύγουσα,

κατά

**Γραφείου Εναρμονίσεως στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς (εμπορικά σήματα,
σχέδια και υποδείγματα) (ΓΕΕΑ)**, εκπροσωπούμενο από τον G. Schneider,

καθού,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

με αντικείμενο προσφυγή κατά της αποφάσεως του δεύτερου τμήματος προσφυγών του ΓΕΕΑ της 17ης Νοεμβρίου 2005 (υπόθεση R 1179/2004-2), σχετικά με αίτηση καταχωρίσεως του λεκτικού σήματος VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN ως κοινοτικού σήματος,

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
(πρώτο τμήμα),

συγκείμενο από τους J. D. Cooke, πρόεδρο, I. Labucka και M. Prek, δικαστές,
γραμματέας: K. Andonά, υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη το δικόγραφο της προσφυγής που κατατέθηκε στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου στις 24 Ιανουαρίου 2006,

έχοντας υπόψη το υπόμνημα αντικρούσεως που κατατέθηκε στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου στις 13 Απριλίου 2006,

κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 15ης Μαΐου 2007,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

Ιστορικό της διαφοράς

- ¹ Στις 8 Αυγούστου 2002, η προσφεύγουσα υπέβαλε στο Γραφείο Εναρμονίσεως στο πλαίσιο της Εσωτερικής Αγοράς (εμπορικά σήματα, σχέδια και υποδείγματα) (ΓΕΕΑ) αίτηση καταχώρισεως κοινοτικού σήματος, δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1993, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 1994, L 11, σ. 1), όπως έχει τροποποιηθεί.
- ² Το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση είναι το λεκτικό σημείο VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN.
- ³ Τα προϊόντα για τα οποία ζητήθηκε η καταχώριση εμπίπτουν στις κλάσεις 32 και 33 του Διακανονισμού της Νίκαιας, σχετικά με την κατάταξη των προϊόντων και των υπηρεσιών για την καταχώριση σημάτων, της 15ης Ιουνίου 1957, όπως έχει αναθεωρηθεί και τροποποιηθεί, και αντιστοιχούν, για καθεμία από τις κλάσεις αυτές, στην ακόλουθη περιγραφή:

— «ζύθος· μεταλλικά και αεριούχα νερά και άλλα μη οινοπνευματώδη ποτά· ποτά και χυμοί φρούτων· σιρόπια και άλλα παρασκευάσματα για ποτοποιία· μείγματα αυτών των ποτών», που κατατάσσονται στην κλάση 32 και

— «οινοπνευματώδη ποτά (εκτός ζύθου)», που κατατάσσονται στην κλάση 33.

- 4 Με την από 20 Οκτωβρίου 2004 απόφασή του, ο εξεταστής απέρριψε την αίτηση καταχωρίσεως, βάσει του άρθρου 38 του κανονισμού 40/94, για τον λόγο ότι το λεκτικό σημείο εστερείτο παντελώς διακριτικού χαρακτήρα.
- 5 Στις 20 Δεκεμβρίου 2004, η προσφεύγουσα άσκησε προσφυγή ενώπιον του ΓΕΕΑ, δυνάμει των άρθρων 57 έως 62 του κανονισμού 40/94, κατά της αποφάσεως του εξεταστή.
- 6 Με την από 17 Νοεμβρίου 2005 απόφασή του (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση), το δεύτερο τμήμα προσφυγών απέρριψε την προσφυγή για τον λόγο ότι το επίμαχο σημείο έχει περιγραφικό χαρακτήρα και, ως εκ τούτου, εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94.

Αιτήματα των διαδίκων

- 7 Η προσφεύγουσα ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να ακυρώσει την προσβαλλόμενη απόφαση και

— να καταδικάσει το ΓΕΕΑ στα δικαστικά έξοδα.

8 Το ΓΕΕΑ ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να απορρίψει την προσφυγή και

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα

Σκεπτικό

9 Η προσφεύγουσα προβάλλει δύο λόγους ακυρώσεως που αντλούνται, αντιστοίχως, από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', και από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94.

Επιχειρήματα των διαδίκων

10 Με τον λόγο ακυρώσεως που αντλείται από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, η προσφεύγουσα ισχυρίζεται ότι το προς καταχώριση σήμα δεν αποτελείται αποκλειστικώς από ενδείξεις που περιγράφουν τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των προϊόντων για τα οποία ζητείται η καταχώριση.

11 Συναφώς, η προσφεύγουσα υποστηρίζει, κατ' αρχάς, ότι το επίδικο λεκτικό σημείο αποτελεί καρπό ασυνήθους και ξεχωριστής δημιουργικής προσπάθειας και όχι κοινό λεκτικό συνδυασμό που απαντά στην καθομιλουμένη γερμανική γλώσσα.

- 12 Επιπλέον, ισχυρίζεται ότι δεν συντρέχει επιτακτική ανάγκη να παραμείνει το διαφημιστικό αυτό σύνθημα ελεύθερο, είτε επί του παρόντος είτε μελλοντικώς, προς χρησιμοποίηση για τα οικεία προϊόντα. Συγκεκριμένα, ούτε ο λεκτικός συνδυασμός στο σύνολό του ούτε τα επιμέρους στοιχεία του χρησιμοποιούνται συνήθως για να προσδιορίσουν ποτά και, ειδικότερα, μεταλλικά νερά.
- 13 Τέλος, η προσφεύγουσα προβάλλει ότι το επίδικο διαφημιστικό σύνθημα δεν έχει μία και μοναδική σημασία στη γερμανική γλώσσα. Αυτό οφείλεται τόσο στον αφηρημένο χαρακτήρα της λέξεως «ursprung», η οποία επιδέχεται πλείονες ερμηνείες σε σχέση με τα οικεία προϊόντα, όσο και στην ασάφεια και πολυσημία του όρου «vollkommen», όταν χρησιμοποιείται σε σχέση με ποτά. Κατά την προσφεύγουσα, τούτο συνεπάγεται ότι και ο λεκτικός συνδυασμός «vom ursprung her vollkommen» δεν έχει σαφές και ευθέως περιγραφικό περιεχόμενο. Επιπροσθέτως, οι σημαντικότερες λέξεις του διαφημιστικού αυτού συνθήματος δεν συνιστούν, ούτε μεμονωμένες ούτε συνδυασμένες μεταξύ τους, ευθεία και σαφή περιγραφή ουσιωδών χαρακτηριστικών των προϊόντων για τα οποία ζητείται η καταχώριση.
- 14 Το ΓΕΕΑ υποστηρίζει, κατ' αρχάς, ότι για να θεωρηθεί ότι ένα σημείο έχει περιγραφικό χαρακτήρα αρκεί να μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε στην αγορά είτε στην καθομιλουμένη γλώσσα, χωρίς να απαιτείται η χρησιμοποίησή του στην πράξη.
- 15 Το ΓΕΕΑ υπογραμμίζει, ακολούθως, ότι η αίτηση καταχώρισεως σημείου πρέπει να απορρίπτεται οσάκις μία τουλάχιστον από τις σημασίες του προσδιορίζει κάποιο χαρακτηριστικό των οικείων προϊόντων ή υπηρεσιών. Πάντως, οι σημαντικότερες λέξεις του επίμαχου εν προκειμένω σημείου προσλαμβάνουν στο πλαίσιο του διαφημιστικού αυτού συνθήματος σαφή σημασία, ήτοι ότι τα προϊόντα τα οποία αυτό προσδιορίζει είναι εκ της φύσεώς τους τέλεια.
- 16 Τέλος, σε εννοιολογικό επίπεδο, το ΓΕΕΑ υποστηρίζει ότι δεν έχει σημασία το αν τα περιγραφόμενα χαρακτηριστικά των προϊόντων είναι, από οικονομικής απόψεως, ουσιώδη ή δευτερεύοντα. Η ποιότητα των βασικών συστατικών του προϊόντος

περιγράφεται, εν προκειμένω, ως άριστη. Επομένως, παρέλκει να εξεταστεί αν αυτή η ποιότητα αποτελεί αποφασιστικό κριτήριο για την επιλογή των προϊόντων από τον καταναλωτή ή αν η μνεία της ποιότητας συνιστά περιγραφή ορισμένων ουσιωδών χαρακτηριστικών των προϊόντων. Για την εφαρμογή της διατάξεως του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 θα αρκούσε η διαπίστωση ότι ο ενδιαφερόμενος καταναλωτής αντιλαμβάνεται, εκ πρώτης όψεως, το διαφημιστικό σύνθημα υπό την έννοια ότι προσδιορίζει την ποιότητα του προϊόντος, ήτοι ότι είναι εκ της φύσεώς του τέλειο.

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου

- 17 Κατά το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, δεν γίνονται δεκτά για καταχώριση «τα σήματα που αποτελούνται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν στις εμπορικές συναλλαγές για τη 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 αυτών».
- 18 Το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, απαγορεύοντας την καταχώριση τέτοιων σημείων ή ενδείξεων, επιδιώκει σκοπό γενικού συμφέροντος, ο οποίος επιβάλλει να μπορούν να χρησιμοποιούνται ελεύθερα απ' όλους τα σημεία ή οι ενδείξεις που είναι περιγραφικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών για τα οποία ζητείται η καταχώριση. Κατά συνέπεια, η διάταξη αυτή σκοπεύει να αποκλείσει το ενδεχόμενο να χρησιμοποιούνται αυτά τα σημεία ή ενδείξεις αποκλειστικώς και μόνον από μία επιχείρηση λόγω της καταχωρίσεώς τους ως σημάτων (απόφαση του Δικαστηρίου της 23ης Οκτωβρίου 2003, C-191/01 P, ΓΕΕΑ κατά Wrigley, Συλλογή 2003, σ. I-12447, σκέψη 31).
- 19 Επιπλέον, τα σημεία στα οποία αναφέρεται το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 θεωρείται ότι δεν μπορούν να επιτελέσουν την ουσιώδη

λειτουργία του σήματος, ήτοι τον προσδιορισμό της εμπορικής προελεύσεως του προϊόντος ή της υπηρεσίας, ώστε να παρέχεται κατ' αυτόν τον τρόπο στον καταναλωτή που αγοράζει το προϊόν ή είναι αποδέκτης της υπηρεσίας για τα οποία χρησιμοποιείται το σήμα, η δυνατότητα να προβεί στο μέλλον στην ίδια επιλογή, αν μείνει ικανοποιημένος, ή να προβεί σε άλλη επιλογή, αν δεν ικανοποιηθεί από το προϊόν ή την υπηρεσία [αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 27ης Φεβρουαρίου 2002, T-219/00, Ellos κατά ΓΕΕΑ (ELLOS), Συλλογή 2002, σ. II-753, σκέψη 28, και της 27ης Νοεμβρίου 2003, T-348/02, Quick κατά ΓΕΕΑ (Quick), Συλλογή 2003, σ. II-5071, σκέψη 28].

- 20 Επομένως, το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 αφορά αποκλειστικώς και μόνον εκείνα τα σημεία ή τις ενδείξεις που δύναται, κατά τον τρόπο με τον οποίο τα αντιλαμβάνεται συνήθως ο καταναλωτής, να προσδιορίσουν, είτε απευθείας είτε με μνεία ενός ουσιώδους χαρακτηριστικού, προϊόν ή υπηρεσία όπως αυτό για το οποίο ζητήθηκε η καταχώριση (απόφαση του Δικαστηρίου της 20ής Σεπτεμβρίου 2001, C-383/99 P, Procter & Gamble κατά ΓΕΕΑ, Συλλογή 2001, σ. I-6251, σκέψη 39). Συνεπώς, ο περιγραφικός χαρακτήρας ενός σημείου μπορεί να εκτιμάται μόνο σε σχέση με τα οικεία προϊόντα ή υπηρεσίες, αφενός, και με τον τρόπο που το αντιλαμβάνεται το οικείο κοινό, αφετέρου [απόφαση του Πρωτοδικείου της 16ης Μαρτίου 2006, T-322/03, Telefon & Buch κατά ΓΕΕΑ — Herold Business Data (WEISSE SEITEN), Συλλογή 2006, σ. II-835, σκέψη 90].

- 21 Τέλος, πρέπει να υπομνησθεί ότι τα κριτήρια που έχει θέσει η νομολογία για τον καθορισμό του κατά πόσον ένα λεκτικό σήμα που αποτελείται από πλείονα λεκτικά στοιχεία έχει περιγραφικό χαρακτήρα είναι ακριβώς τα ίδια με εκείνα που εφαρμόζονται στην περίπτωση λεκτικού σημείου που αποτελείται από μία και μόνο λέξη.

- 22 Εν προκειμένω, τα προϊόντα για τα οποία ζητείται η καταχώριση του σήματος είναι ποτά, αλκοολούχα και μη, που εμπίπτουν στις κλάσεις 32 και 33. Πρόκειται για είδη καθημερινής καταναλώσεως που απευθύνονται στο ευρύ κοινό και διανέμονται όχι μόνο μέσω των εμπορικών λιανικής (σούπερ μάρκετ, εμπορικά κέντρα,

μεγάλα καταστήματα) ή μέσω εξειδικευμένου εμπορίου και πωλήσεως δι' αλληλογραφίας, αλλά και στα εστιατόρια και στα καφενεία. Συνεπώς, ορθώς έκρινε το τμήμα προσφυγών ότι το σήμα πρέπει να εξετασθεί από τη σκοπιά του μέσου καταναλωτή ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος [βλ., υπ' αυτή την έννοια, απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Ιουνίου 1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Συλλογή 1999, σ. I-3819, σκέψη 26, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 7ης Ιουνίου 2001, T-359/99, DKV κατά ΓΕΕΑ (EuroHealth), Συλλογή 2001, σ. II-1645, σκέψη 27].

23 Εξάλλου, δεδομένου ότι το λεκτικό σημείο αποτελείται από λέξεις της γερμανικής γλώσσας, το οικείο κοινό είναι εν προκειμένω το γερμανόφωνο. Επομένως, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 7, παράγραφος 2, του κανονισμού 40/94, το ενδιαφερόμενο κοινό σε σχέση με το οποίο πρέπει να εκτιμηθεί ο απόλυτος λόγος απαραδέκτου είναι ο μέσος γερμανόφωνος καταναλωτής [βλ., υπ' αυτή την έννοια, προπαρατεθείσα απόφαση ELLOS, σκέψη 31, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 12ης Ιανουαρίου 2005, T-334/03, Deutsche Post EURO EXPRESS κατά ΓΕΕΑ (EUROPREMIUM), Συλλογή 2005, σ. II-65, σκέψη 28].

24 Όσον αφορά τη σημασία της φράσεως «vom ursprung her vollkommen», από τα σημεία 34 έως 40 της προσβαλλομένης αποφάσεως και από τις διευκρινίσεις που παρέσχε το ΓΕΕΑ τόσο με το υπόμνημά του αντικρούσεως όσο και κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση προκύπτει ότι το επίμαχο σημείο γίνεται άμεσα αντιληπτό υπό την έννοια ότι τα προϊόντα που προσδιορίζει είναι τέλεια εκ της φύσεώς τους, ήτοι εξ αρχής και, ως εκ τούτου, είναι ασυναγώνιστα, απεγάδιαστα και δεν χρήζουν επεξεργασίας ή βελτιώσεως. Έτσι, από το διαφημιστικό αυτό σύνθημα προκύπτει σαφώς ότι η υψηλή ποιότητα του προϊόντος οφείλεται στη φυσική του τελειότητα. Ειδικότερα, το ΓΕΕΑ ισχυρίζεται ότι, στο πλαίσιο του διαφημιστικού αυτού συνθήματος, το ουσιαστικό «ursprung» παραπέμπει στην πηγή, ήτοι στην καταγωγή, ενώ το επίθετο «vollkommen» υποδηλώνει την τελειότητά του, ήτοι τη βέλτιστη ποιότητα.

25 Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ του διαφημιστικού συνθήματος και των οικείων προϊόντων, το τμήμα προσφυγών έκρινε ότι η επίμαχη φράση υποδηλώνει ότι τα

αλκοολούχα και μη αλκοολούχα ποτά που προσδιορίζει, καθώς και τα συστατικά βάσει των οποίων παρασκευάζονται είναι τέλεια εκ της φύσεώς τους, ήτοι από την πηγή ή τον τόπο καταγωγής τους.

- 26 Λαμβάνοντας υπόψη το ίδιο το σημείο, τα προϊόντα για τα οποία ζητείται η καταχώριση του και τον τρόπο με τον οποίο το αντιλαμβάνεται το ενδιαφερόμενο κοινό, η εκτίμηση του τμήματος προσφυγών ότι το προς καταχώριση σήμα έχει περιγραφικό χαρακτήρα αποδεικνύεται ορθή.
- 27 Πρώτον, η εκτίμηση αυτή ουδόλως επηρεάζεται από τον ισχυρισμό της προσφεύγουσας περί του ασυνήθους χαρακτήρα του επίδικου λεκτικού συνδυασμού, ο οποίος αποδεικνύεται, κατά την άποψή της, από το ότι η αναζήτηση της φράσεως «*von ursprung her vollkommen*» στο διαδίκτυο δεν απέδωσε κανένα αποτέλεσμα.
- 28 Πράγματι, αφενός, το διαφημιστικό σύνθημα είναι γραμματικώς ορθό και δεν συνιστά ασυνήθη ή εξαιρετικό συνδυασμό λέξεων της γερμανικής γλώσσας. Αφετέρου, από τη νομολογία προκύπτει ότι για να απορριφθεί αίτηση καταχωρίσεως βάσει του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 δεν απαιτείται τα κατά την έννοια αυτού του άρθρου σημεία και ενδείξεις που συνθέτουν το σήμα να χρησιμοποιούνται πράγματι κατά τον χρόνο υποβολής της αιτήσεως καταχωρίσεως για την περιγραφή είτε των προϊόντων ή υπηρεσιών τα οποία αφορά η αίτηση είτε κάποιων χαρακτηριστικών τους. Αρκεί, όπως προκύπτει από το γράμμα της διατάξεως αυτής, τα οικεία σημεία και ενδείξεις να μπορούν, απλώς, να χρησιμοποιηθούν για τους σκοπούς αυτούς (απόφαση του Δικαστηρίου της 12ης Φεβρουαρίου 2004, C-363/99, *Koninklijke KPN Nederland*, Συλλογή 2004, σ. I-1619, σκέψη 97, προπαρατεθείσα απόφαση ΓΕΕΑ κατά *Wrigley*, σκέψη 32, και διάταξη του Δικαστηρίου της 5ης Φεβρουαρίου 2004, C-326/01 P, *Telefon & Buch* κατά ΓΕΕΑ, Συλλογή 2004, σ. I-1371, σκέψη 28).

- 29 Δεύτερον, η προσφεύγουσα κακώς ισχυρίζεται ότι δεν συντρέχει επιτακτική ανάγκη να παραμείνει η φράση «vom ursprung her vollkommen» ελεύθερη, επειδή αυτή δεν χρησιμοποιείται συνήθως για τον προσδιορισμό ποτών.
- 30 Αντιθέτως, υπογραμμίζεται ότι οι σημαντικότερες από τις λέξεις που συνθέτουν το προς καταχώριση σήμα έχουν χρησιμοποιηθεί σε διαφημιστικά συνθήματα σχετικά με ποτά. Το ΓΕΕΑ επισημαίνει συναφώς τα εξής παραδείγματα: «vollkommener genuß» της Efes Pilsener, «gerolsteiner. einfach vollkommen» της Gerolsteiner, «in jeder weise vollkommen» της Jacobs Kaffee, «ursprung des biers» της Weihestephan ή ακόμη και «so gesund wie sein ursprung» της Volvic. Το ότι δεν μνημονεύεται κανένα παράδειγμα διαφημιστικού συνθήματος που να περιλαμβάνει αμφότερες τις λέξεις που συνθέτουν το επίδικο σημείο ουδαμώς επηρεάζει το συμπέρασμα του ΓΕΕΑ περί της αναγκαιότητας να παραμείνει η επίμαχη φράση ελεύθερη προς χρησιμοποίηση από όλους. Από την παρατιθέμενη στην ανωτέρω σκέψη 28 νομολογία προκύπτει ότι αρκεί, απλώς, αυτά τα σημεία και ενδείξεις να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για περιγραφικούς σκοπούς.
- 31 Επιπλέον, πρέπει να υπομνησθεί ότι το Δικαστήριο έχει αποφανθεί ότι η εφαρμογή του άρθρου 3, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της πρώτης οδηγίας 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (ΕΕ 1989, L 40, σ. 1), το οποίο επαναλαμβάνει αυτολεξεί το άρθρο 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, δεν εξαρτάται από την ύπαρξη συγκεκριμένης, ενεστώσας και σοβαρής ανάγκης να παραμείνει το σημείο ελεύθερο προς χρησιμοποίηση από όλους [απόφαση του Δικαστηρίου της 4ης Μαΐου 1999, C-108/97 και C-109/97, Windsurfing Chiemsee, Συλλογή 1999, σ. I-2779, σκέψη 35, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 20ής Μαρτίου 2002, T-356/00, DaimlerChrysler κατά ΓΕΕΑ (CARCARD), Συλλογή 2002, σ. II-1963, σκέψη 27]. Για τους σκοπούς της εφαρμογής του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, πρέπει απλώς να εξετάζεται, λαμβανομένης υπόψη της προσιδιάζουσας σημασίας του επίδικου λεκτικού σημείου, αν υφίσταται για το ενδιαφερόμενο κοινό, αρκούντως άμεση και συγκεκριμένη σχέση μεταξύ του σημείου αυτού και των προϊόντων ή υπηρεσιών για τα οποία ζητείται η καταχώριση [βλ. απόφαση του Πρωτοδικείου της 20ής Ιουλίου 2004, T-311/02, Lissotschenko και Hentze κατά ΓΕΕΑ (LIMO), Συλλογή 2004, σ. II-2957, σκέψη 30 και την εκεί παρατιθέμενη νομολογία].

32 Τρίτον, ο ισχυρισμός της προσφεύγουσας ότι τόσο η επίμαχη φράση στο σύνολό της όσο και τα επιμέρους στοιχεία της επιδέχονται πλείονες ερμηνείες και, επομένως, δεν έχουν σαφή και συγκεκριμένη σημασία είναι αλυσιτελής. Πράγματι, λαμβανομένων υπόψη των προϊόντων και των υπηρεσιών για τα οποία ζητείται η καταχώριση, η ερμηνεία της φράσεως την οποία προέκρινε το τμήμα προσφυγών αποδεικνύεται ορθή. Εξάλλου, πρέπει να υπομνησθεί, αφενός, ότι ένα λεκτικό σήμα εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 εφόσον μία τουλάχιστον από τις πιθανές σημασίες του προσδιορίζει κάποιο χαρακτηριστικό των οικείων προϊόντων ή υπηρεσιών (βλ., υπ' αυτή την έννοια και κατ' αναλογία, προπαρατεθείσα απόφαση Koninklijke KPN Nederland, σκέψη 97). Αφετέρου, οσάκις πρόκειται για σύνθετο λεκτικό σήμα, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η προσιδιάζουσα σημασία του, η οποία προκύπτει από το σύνολο των στοιχείων που το συνθέτουν και όχι από τη σημασία ενός μόνον εξ αυτών.

33 Συναφώς, η λέξη «ursprung» έχει μεν πλείονες σημασίες, πλην όμως στο πλαίσιο του διαφημιστικού συνθήματος προσλαμβάνει σαφώς την έννοια «πηγή» ή «καταγωγή». Αντίστοιχα, καίτοι ο όρος «vollkommen» μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε ως επίθετο είτε ως επίρρημα, εντούτοις στο πλαίσιο του διαφημιστικού αυτού συνθήματος μπορεί να νοηθεί αποκλειστικώς και μόνον ως επίθετο. Επομένως, το επιχείρημα της προσφεύγουσας ότι η επίμαχη φράση είναι, στο σύνολό της, πολύσημη στηρίζεται αποκλειστικώς και μόνο στις πιθανές σημασίες των επιμέρους στοιχείων που τη συνθέτουν.

34 Συναφώς, η ορθότητα της σημειολογικής ερμηνείας του προς καταχώριση σήματος από το ΓΕΕΑ επιβεβαιώνεται από το αποτέλεσμα της αναζητήσεως την οποία η προσφεύγουσα πραγματοποίησε στο διαδίκτυο και προβάλλει στο πλαίσιο του δεύτερου λόγου ακυρώσεως. Πρόκειται για τη φράση «wasser muss vom ursprung her vollkommen sein» (το νερό πρέπει να είναι τέλειο από την πηγή), η οποία προέρχεται από ιστοσελίδα που αφορά προϊόντα που εμπορεύεται η ίδια η προσφεύγουσα. Συνεπώς, δεν χωρεί καμία αμφιβολία ως προς τη σημασία της επίμαχης φράσεως.

- 35 Επιπλέον, η προσφεύγουσα κακώς ισχυρίζεται ότι το διαφημιστικό σύνθημα στερείται νοήματος για τον ενδιαφερόμενο καταναλωτή, καθόσον δεν υφίσταται νερό, μπύρα, αναψυκτικό ή ακόμη και φυσικός χυμός που να είναι εκ φύσεως τέλειο, δεδομένου ότι όλα αυτά τα προϊόντα υπόκεινται, κατ' ανάγκην, σε διάφορες διαδικασίες φιλτραρίσματος, καθαρισμού, μικροβιολογικής επεξεργασίας, προσθήκης αερίου ή ακόμη και ζυμώσεως πριν να εμφιαλωθούν. Πράγματι, στο πλαίσιο της εκτιμήσεως του απόλυτου λόγου απαραδέκτου του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, το ζήτημα αν το προς καταχώριση σήμα έχει εξειδικευμένη τεχνική έννοια δεν ασκεί επιρροή.
- 36 Τέλος, το Πρωτοδικείο κρίνει ότι το εννοιολογικό περιεχόμενο του προς καταχώριση σήματος έχει αρκούντως άμεση και συγκεκριμένη σχέση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τα οποία αφορά η καταχώριση, ήτοι με εμπύπτοντα στις κλάσεις 32 και 33 αλκοολούχα και μη αλκοολούχα ποτά.
- 37 Πράγματι, είναι πρόδηλον ότι το επίμαχο διαφημιστικό σύνθημα παραπέμπει στην αγνότητα και την τελειότητα των βασικών συστατικών των ποτών, ιδίως δε του νερού που χρησιμοποιείται. Η αγνότητα και η τελειότητα των βασικών συστατικών έχουν ιδιαίτερη σημασία όταν πρόκειται για προϊόντα που εμπίπτουν στις κλάσεις 32 και 33. Όσον αφορά τα μεταλλικά νερά, η φυσική τελειότητα του ύδατος της πηγής είναι καθοριστικής σημασίας για την ποιότητα του ποτού, τόσο από απόψεως γεύσεως όσο και από απόψεως ευεργετικών συνεπειών για την υγεία. Όσον αφορά τους χυμούς φρούτων, τις μπύρες και τα λοιπά ποτά, η καταγωγή των βασικών τους συστατικών επηρεάζει επίσης σε σημαντικό βαθμό την ποιότητα αυτών των προϊόντων.
- 38 Κατόπιν τούτου, το Πρωτοδικείο κρίνει ότι οι επίμαχες λέξεις, τόσο μεμονωμένες όσο και συνδυασμένες μεταξύ τους, παραπέμπουν ευθέως και σαφώς στα χαρακτηριστικά των οικείων προϊόντων και ότι, επομένως, κακώς ισχυρίζεται η προσφεύγουσα ότι συμβάλλουν, απλώς, στη δημιουργία μιας πολύ γενικής ιδέας ή ενός αόριστου αισθήματος.

- 39 Επισημαίνεται επίσης ότι μπορεί ευλόγως να υποστηριχθεί ότι η αγνότητα και η φυσική τελειότητα των βασικών συστατικών των ποτών συνιστούν χαρακτηριστικά που λαμβάνονται υπόψη κατά την επιλογή τους από τον καταναλωτή.
- 40 Εξάλλου, εν προκειμένω, υφίσταται για το ενδιαφερόμενο κοινό αρκούντως άμεση και συγκεκριμένη σχέση μεταξύ του επίδικου λεκτικού συνδυασμού και των προϊόντων που εμπίπτουν στις κλάσεις 32 και 33.
- 41 Κατόπιν των ανωτέρω σκέψεων, καθίσταται σαφές ότι η προσφεύγουσα δεν προέβαλε κανένα επιχείρημα που να δικαιολογεί την ακύρωση της προσβαλλομένης αποφάσεως, με την οποία το τμήμα προσφυγών απέρριψε την αίτηση καταχωρίσεως του επίδικου σήματος λόγω του περιγραφικού του χαρακτήρα.
- 42 Εντεύθεν προκύπτει ότι ο πρώτος λόγος ακυρώσεως που αντλείται από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94 πρέπει να απορριφθεί.
- 43 Υπό τις συνθήκες αυτές, παρέλκει η εξέταση του λόγου ακυρώσεως που αντλείται από παράβαση του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 40/94. Συγκεκριμένα, κατά πάγια νομολογία, αρκεί να συντρέχει ένας από τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 40/94 προκειμένου ένα σημείο να μη μπορεί να καταχωρισθεί ως κοινοτικό σήμα [απόφαση του Δικαστηρίου της 19ης Σεπτεμβρίου 2002, C-104/00 P, DKV κατά ΓΕΕΑ, Συλλογή 2002, σ. I-7561, σκέψη 29· αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 26ης Οκτωβρίου 2000, T-360/99, Community Concepts κατά ΓΕΕΑ (Investorworld), Συλλογή 2000,

σ. II-3545, σκέψη 26, της 31ης Ιανουαρίου 2001, T-331/99, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld κατά ΓΕΕΑ (Giroform), Συλλογή 2001, σ. II-433, σκέψη 30, της 20ής Νοεμβρίου 2002, T-79/01 και T-86/01, Bosch κατά ΓΕΕΑ (Kit Pro και Kit Super Pro), Συλλογή 2002, σ. II-4881, σκέψη 36, και προπαρατεθείσα απόφαση LIMO, σκέψη 49].

44 Επιπλέον, από τη νομολογία προκύπτει ότι ένα λεκτικό σήμα που είναι περιγραφικό των χαρακτηριστικών των προϊόντων ή των υπηρεσιών, κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, στερείται οπωσδήποτε, ως εκ τούτου, διακριτικού χαρακτήρα όσον αφορά τα ίδια αυτά προϊόντα ή υπηρεσίες, κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 1, στοιχείο β', του ίδιου κανονισμού [αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 12ης Ιανουαρίου 2005, T-367/02 έως T-369/02, Wieland-Werke κατά ΓΕΕΑ (SnTEM, SnPUR, SnMIX), Συλλογή 2005, σ. II-47, σκέψη 46, και της 10ης Οκτωβρίου 2006, T-302/03, PTV κατά ΓΕΕΑ (map&guide), Συλλογή 2006, σ. II-4039 σκέψεις 33 και 34· βλ., κατ' αναλογία, απόφαση του Δικαστηρίου της 12ης Φεβρουαρίου 2004, C-265/00, Campina Melkunie, Συλλογή 2004, σ. I-1699, σκέψη 19].

45 Συνεπώς, η προσφυγή πρέπει να απορριφθεί.

Επί των δικαστικών εξόδων

46 Κατά το άρθρο 87, παράγραφος 2, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα εφόσον έχει υποβληθεί σχετικό αίτημα του νικήσαντος διαδίκου. Δεδομένου ότι η προσφεύγουσα ηττήθηκε πρέπει να καταδικαστεί στα δικαστικά έξοδα, σύμφωνα με το αίτημα του ΓΕΕΑ.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ (πρώτο τμήμα)

αποφασίζει:

- 1) Απορρίπτει την προσφυγή.
- 2) Καταδικάζει την RheinfelsQuellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG στα δικαστικά έξοδα.

Cooke

Labucka

Prek

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 6 Νοεμβρίου 2007.

Ο Γραμματέας

Ο Πρόεδρος

E. Coulon

J. D. Cooke