



Határozatok Tára

GERARD HOGAN

FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA

Az ismertetés napja: 2020. június 25.¹

C-763/18. P. sz. ügy

Wallapop, SL

kontra

az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO),

Unipreus, SL

„Fellebbezés – Európai uniós védjegy – Felszólalási eljárás – A »wallapop« szóelemet tartalmazó ábrás védjegy – A »wala w« szóelemet tartalmazó korábbi nemzeti ábrás védjegy – A 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja – A szolgáltatások hasonlósága – 35. osztály – Kiskereskedelmi szolgáltatások – Online piactér”

I. Bevezetés

1. A jelen eljárás fellebbezője, a Wallapop, SL (a továbbiakban: Wallapop) egy online piacteret működtető spanyol társaság. Okostelefon- és táblagép-alkalmazása, valamint weboldala lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy árucikkeket vásároljanak és adjanak el online. A Wallapop a „wallapop” szót tartalmazó ábrás védjegy lajstromozása iránti kérelmet nyújtott be az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatalához (EUIPO). A Wallapop a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 35. osztályba tartozó szolgáltatások, többek között egyes, online piactér működtetésével kapcsolatos online kereskedelmi szolgáltatások és az ezekhez kapcsolódó szolgáltatások vonatkozásában igényelte az oltalmat.

2. Az Unipreus, SL (a továbbiakban: Unipreus), egy spanyol cipő-kiskereskedő, felszólalási eljárást indított a Wallapop bejelentésével szemben a 35. osztályba tartozó „sportcikkek kiskereskedelmi értékesítése” megnevezésű szolgáltatások vonatkozásában lajstromozott, a „wala w” szóelemet tartalmazó, korábbi spanyol ábrás védjegy alapján.

3. Az EUIPO ötödik fellebbezési tanácsa 2017. január 18-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat) elutasította az Unipreus által az EUIPO felszólalási osztályának a felszólalást elutasító határozatával szemben benyújtott fellebbezést. A megtámadott határozatban az EUIPO negyedik fellebbezési tanácsa megállapította, hogy a szóban forgó megjelölések között nem áll fenn összetéveszthetőség, mert a bejelentett védjegy és a korábbi spanyol védjegy árujegyzékébe tartozó szolgáltatások különböznek.²

¹ Eredeti nyelv: angol.

² Lásd a jelen indítvány 14. pontját.

4. 2018. október 3-i Unipreus kontra EUIPO – Wallapop (wallapop) ítéletében (T-186/17, nem tették közzé, EU:T:2018:640; a továbbiakban: megtámadott ítélet) a Törvényszék helyt adott az Unipreus megtámadott határozattal szemben benyújtott, hatályon kívül helyezés iránti keresetének. A Törvényszék arra a következtetésre jutott, hogy a szóban forgó szolgáltatások legalább kismértékben hasonlóak.

5. Ezek a kérdések merülnek fel a jelen eljárásban a megtámadott ítélet alapján: különböznek-e az online piactér működtetésével kapcsolatos online kereskedelmi szolgáltatások a kiskereskedelmi szolgáltatásoktól, vagy hasonlóak azokhoz? Másodlagosan, a „kiskereskedelmi szolgáltatások” fogalma alá kell-e sorolni az ilyen, online piactér működtetésével kapcsolatos online kereskedelmi szolgáltatásokat a Bíróság közelmúltbeli Tulliallan Burlington kontra EUIPO ítéletét³ követően?

6. Ugyanakkor, mielőtt rátérnék e kérdésekre, elsőként részletesebben be kell mutatni a jogi hátteret, ezen eljárás előzményeit és az ügy tényállását.

II. Jogi háttér

A. A 207/2009 rendelet

7. Az európai uniós védjegyről szóló, 2009. február 26-i 207/2009/EK tanácsi rendelet⁴ módosított változata 8. cikkének (1) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„(1) A korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha

[...]

b) azt azon a területen, ahol a korábbi védjegy oltalom alatt áll, a fogyasztók összetéveszthetik a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.”

B. A 2011/83 irányelv

8. A fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló, 2011. október 25-i 2011/83/EU

³ 2020. március 4-i Tulliallan Burlington kontra EUIPO ítélet (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2020:151; a továbbiakban: Tulliallan Burlington ítélet).

⁴ HL 2009. L 78., 1. o.; helyesbítés: HL 2017. L 142., 104. o. A 207/2009 rendelet helyébe az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet (HL 2017. L 154., 1. o.) lépett.

európai parlamenti és tanácsi irányelv⁵ 6. cikke a „Tájékoztatási követelmények a távollevők között és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében” címet viseli. E cikk (1) bekezdésének b) és c) pontja a következőképpen rendelkezik:

„(1) A fogyasztót a távollevők között vagy az üzlethelyiségen kívül kötött szerződés, illetve annak megfelelő ajánlat mindaddig nem köti, amíg a kereskedő egyértelműen és érthető módon tájékoztatást nem nyújt a fogyasztónak a következőkről:

[...]

b) a kereskedő azonosító adatai, úgymint kereskedői neve;

c) a kereskedő letelepedési helyének postai címe, valamint telefonszáma, faxszáma és e-mail címe – ha van –, hogy a fogyasztó gyorsan és hatékonyan kapcsolatba tudjon lépni vele, továbbá adott esetben annak a kereskedőnek a földrajzi címe és azonosító adatai, akinek a nevében eljár”.

C. Az 524/2013 rendelet

9. A fogyasztói jogviták online rendezéséről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló, 2013. május 21-i 524/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet (fogyasztói online vitarendezési irányelv [helyesen: rendelet])⁶ 4. cikke (1) bekezdésének f) pontja a következőképpen rendelkezik:

„(1) E rendelet alkalmazásában:

[...]

f) »online piac«: a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló, 2000. június 8-i 2000/31/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (»Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv«) 2. cikkének b) pontjában meghatározott szolgáltató, aki olyan szolgáltatást nyújt, amely egy online piac weboldalán keresztül online adásvételi és szolgáltatási szerződések megkötését teszi lehetővé fogyasztók és kereskedők között”.

D. A 2016/1148 irányelv

10. A hálózati és információs rendszerek biztonságának az egész Unióban egységesen magas szintjét biztosító intézkedésekről szóló, 2016. július 6-i (EU) 2016/1148 európai parlamenti és tanácsi irányelv⁷ 4. cikkének 17. pontja értelmében:

„Ezen irányelv alkalmazásában:

[...]

⁵ HL 2011. L 304., 64. o.

⁶ HL 2013. L 165., 1. o.

⁷ HL 2016. L 194., 1. o.

»online piactér«: olyan digitális szolgáltatás, amely [a fogyasztói jogviták alternatív rendezéséről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló, 2013. május 21-i] 2013/11/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv [(fogyasztói alternatív vitarendezési irányelv) (HL 2013. L 165., 63. o.)] 4. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontjában meghatározott fogyasztók és/vagy kereskedők számára lehetővé teszi, hogy az online piactér weboldalán vagy valamely kereskedőnek az online piactér által nyújtott számítástechnikai szolgáltatásokat felhasználó weboldalán keresztül online adásvételi vagy szolgáltatási szerződéseket kössenek”.

III. A jogvita előzményei

11. 2014. szeptember 18-án a Wallapop a 207/2009 rendelet alapján európai uniós védjegy lajstromozása iránti kérelmet nyújtott be az EUIPO-hoz. A lajstromoztatni kívánt védjegy az alábbi ábrás megjelölés (a továbbiakban: megtámadott védjegy) volt:



12. A bejelentést többek között a 35. osztályba tartozó szolgáltatásokkal kapcsolatban tették, az alábbi leírással:

„Online kereskedelmi szolgáltatások, nevezetesen online piacok működtetése áruk és szolgáltatások eladói és vevői számára; online kereskedelmi szolgáltatások, amelyek során az eladók az értékesítésre, megvásárlásra vagy ajánlattételre kínált termékeket vagy szolgáltatásokat közzéteszik az interneten, az áruk és szolgáltatások mások általi értékesítésének elősegítése érdekében, számítógépes hálózat útján; értékelő visszajelzések és osztályozások biztosítása eladók áruiról és szolgáltatásairól, eladók áruinak és szolgáltatásainak értékéről és áráról, vevők és eladók teljesítményéről, a kézbesítésről, valamint az ezekkel kapcsolatos összes kereskedelmi tapasztalatról; kereshető online értékelési adatbázis biztosítása a vevők és eladók számára; termékekkel és/vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos üzleti információk szolgáltatása, ezen típusú termékek és szolgáltatások, valamint ezen típusú termékek és/vagy szolgáltatások vásárlóinak és eladóinak értékelése és osztályozása; kereskedelmi információ mások részére történő kutatása, összeállítása, rendszerezése, feldolgozása és rendelkezésre bocsátása; [...]”.

13. 2015. január 7-én az Unipreus a 207/2009 rendelet 41. cikke alapján felszólalást nyújtott be a megtámadott védjegynek a fenti 12. pontban említett szolgáltatások vonatkozásában történő lajstromozásával szemben.

14. A felszólalás többek között az alábbiakban megjelenített, 2009. április 30-án bejelentett és a 35. osztályba tartozó, „sportcikkek kiskereskedelmi értékesítése” leírásnak megfelelő szolgáltatások vonatkozásában 2009. november 10-én lajstromozott 2874101. sz. spanyol nemzeti védjegy alapján alapult.



15. A felszólalás alátámasztásaként a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő okokra hivatkoztak.

16. 2015. október 19-én a felszólalási osztály a fenti 12. pontban említett szolgáltatások tekintetében elutasította a felszólalást.

17. 2015. november 24-én az Unipreus a 207/2009 rendelet 58–64. cikke alapján fellebbezést nyújtott be az EUIPO-hoz a felszólalási osztály határozata ellen, azt kérve, hogy az EUIPO helyezze hatályon kívül az említett határozatot abban a részében, amelyben az elutasította a felszólalást a jelen indítvány 12. pontjában említett szolgáltatások tekintetében.

18. A megtámadott határozatban az EUIPO ötödik fellebbezési tanácsa elutasította a fellebbezést az említett szolgáltatások tekintetében. A fellebbezési tanács úgy ítélte meg, hogy az összehasonlítható megjelölések összességében kismértékű hasonlóságot mutatnak, a jelen indítvány 12. pontjában említett szolgáltatások azonban különböznek a korábbi spanyol védjegy szolgáltatásaitól, így nem áll fenn összetéveszthetőség a megjelölések között az említett szolgáltatásokkal kapcsolatban.

IV. A Törvényszék előtti eljárás és a megtámadott ítélet

19. A Törvényszék Hivatalához 2017. március 23-án benyújtott kérelmével az Unipreus hatályon kívül helyezés iránti keresetet nyújtott be a megtámadott határozattal szemben. Keresetének alátámasztása érdekében az Unipreus egyetlen, a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának megsértésén alapuló jogalapot hozott fel.

20. A megtámadott ítéletben a Törvényszék helyt adott az Unipreus keresetének és így egyetlen jogalapjának. A megtámadott ítélet 54. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy a jelen indítvány 12. pontjában említett szolgáltatások és a korábbi spanyol védjegy szolgáltatásai legalább kismértékben hasonlóak. A Törvényszék ennél fogva hatályon kívül helyezte a megtámadott határozatot abban a részében, amelyben az azt állapította meg, hogy a szolgáltatások nem hasonlóak azon szolgáltatásokhoz, amelyek vonatkozásában a korábbi spanyol védjegyet lajstromozták.

21. A Törvényszék – először is – a megtámadott ítélet 36. pontjában megállapította, hogy a „kiskereskedelem” fogalma mind a fizikai üzlethelyiségben történő, mind pedig az online értékesítést magában foglalja, és így a fellebbezési tanács által levont következtetéssel ellentétben a korábbi spanyol védjegy oltalma sportcikk online értékesítésére is kiterjed. A megtámadott ítélet 37. pontjában a Törvényszék megjegyezte, hogy mivel a megtámadott védjegy szolgáltatásai „online kereskedelmi szolgáltatásokra” vonatkoznak, nem zárható ki annak lehetősége, hogy a Wallapop a jövőben „hagyományos” weboldalon értékesít majd árukat vagy szolgáltatásokat

közvetlenül a felhasználók részére. A megtámadott ítélet 38. pontjában a Törvényszék ebből azt a következtetést vonta le, hogy a szóban forgó szolgáltatások értékesítési csatornái legalább kismértékben hasonlóak, nem pedig különbözőek, amint azt a fellebbezési tanács megállapította.

22. Másodszor, a szóban forgó szolgáltatások jellegét, rendeltetését és használatát illetően a Törvényszék emlékeztetett arra, hogy az ítélkezési gyakorlat⁸ szerint a kiskereskedelem célja a termékek fogyasztók részére történő értékesítése.⁹ A Törvényszék megállapította, hogy a jelen esetben részleges átfedés van az „online kereskedelmi szolgáltatásokra” vonatkozó megtámadott védjegy szolgáltatásai és a sportcikk – többek között online – kiskereskedelmi értékesítésére vonatkozó korábbi spanyol védjegy szolgáltatásai között.¹⁰ A Törvényszék megállapította, hogy ezt a következtetést nem kérdőjelezi meg az az érv, hogy a megtámadott védjegy nem valódi kiskereskedelmi szolgáltatásokra, hanem közvetítői szolgáltatásokra vagy online piacterek működtetésével kapcsolatos szolgáltatásokra vonatkozik, ideértve az üzleti információk szolgáltatását is. A Törvényszék szerint az üzleti információk szolgáltatásának célja a kiskereskedelmi értékesítések – többek között sportcikk kiskereskedelmi értékesítésének – elősegítése. Ezért a megtámadott védjeggyel jelölt szolgáltatások útján a nagyközönség olyan termékeket vásárolhat, amelyek azonosak az Unipreus által értékesített termékekkel, vagy hasonlóak azokhoz. A Törvényszék ezért megállapította, hogy a megtámadott védjeggyel jelölt szolgáltatások közvetett módon a nagyközönségnek a korábbi spanyol védjeggyel jelölt kiskereskedelmi szolgáltatások által kielégítetthez hasonló igényeit elégítik ki. A Törvényszék szerint ennél fogva a szóban forgó szolgáltatások rendeltetése és használata legalább kismértékben hasonló, nem pedig különböző, amint azt a fellebbezési tanács megállapította.¹¹

23. Harmadszor, a Törvényszék megjegyezte, hogy a Wallapop védjegybejelentése kizárólag „vevőkre” és „eladókra” hivatkozott, de nem határozta meg, hogy a megtámadott védjeggyel jelölt közvetítői szolgáltatásokat magánszemély vagy hivatásos ügyfeleknek szánják-e. A Törvényszék megállapította, hogy ezért nem kizárt, hogy a megtámadott védjegyet arra használnák, hogy kapcsolatot teremtsenek a hivatásos eladók és a fogyasztók között, és olyan platformot működtessenek, amely nemcsak használt cikkek, hanem új termékek értékesítését is lehetővé teszi. A Törvényszék ezért megállapította, hogy a fellebbezési tanács tévesen állapította meg, hogy a szóban forgó szolgáltatásokat nem azonos fogyasztóknak szánják.¹²

24. Negyedszer, a Törvényszék megállapította, hogy a fogyasztó az ugyanazon termékre vonatkozó ajánlatokat az Unipreus „www.walashop.com” weboldalán és a „www.walapop.com” weboldalon vagy a megfelelő mobilalkalmazásban is elemezheti. A Törvényszék szerint továbbá a fellebbezési tanács nem indokolta meg, hogy a fogyasztók számára a bizonyos termékek eladóival való kapcsolattartást és e termékek házhoz szállítását lehetővé tevő mobilalkalmazás használata miért ne lenne helyettesíthető bizonyos mértékben e termékek fizikai üzlethelyiségben vagy online történő megvásárlásával. A Törvényszék ennél fogva megállapította, hogy nem zárható ki, hogy versenyhelyzet áll fenn a szóban forgó szolgáltatások között, és a fellebbezési tanács ezért tévesen állapította meg, hogy e szolgáltatások nem versenyeznek egymással.¹³

⁸ A Törvényszék a 2005. július 7-i Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte ítélet (C-418/02, EU:C:2005:425; a továbbiakban: Praktiker ítélet) 34. pontjára hivatkozott.

⁹ Lásd a megtámadott ítélet 39. pontját.

¹⁰ Lásd a megtámadott ítélet 41–44. pontját.

¹¹ Lásd a megtámadott ítélet 41–44. pontját.

¹² Lásd a megtámadott ítélet 46–49. pontját.

¹³ Lásd a megtámadott ítélet 50–53. pontját.

V. A felek kérelmei és a Bíróság előtti eljárás

25. Fellebbezésével a Wallapop azt kéri, hogy a Bíróság:

- helyezze hatályon kívül a megtámadott ítéletet;
- az Unipreust kötelezze a Wallapop részéről mind az elsőfokú, mind a Bíróság előtti eljárással kapcsolatban felmerült költségek viselésére.

26. Az Unipreus azt kéri, hogy a Bíróság:

- utasítsa el a fellebbezést;
- a Wallapopot kötelezze a költségek viselésére.

27. Az EUIPO azt kéri, hogy a Bíróság:

- adjon helyt a Wallapop fellebbezésének;
- az Unipreust kötelezze a költségek viselésére.

28. A Wallapop, az Unipreus és az EUIPO írásbeli észrevételeket nyújtott be. A Wallapop, az Unipreus és az EUIPO részt vett a 2020. március 12-i tárgyaláson.

VI. A fellebbezésről

29. Fellebbezésének alátámasztására a Wallapop egyetlen, a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának megsértésén alapuló jogalapra hivatkozik.

A. A felek álláspontja

30. Egyetlen jogalapjában a Wallapop azt állítja, hogy a Törvényszék tévesen alkalmazta a jogot, amikor megállapította, hogy a megtámadott védjegy árujegyzékébe tartozó szolgáltatások kismértékben hasonlóak a korábbi spanyol védjegy árujegyzékébe tartozó szolgáltatásokhoz.

31. A fellebbezés jogalapja lényegében két részre oszlik.

32. A jogalap első részében a Wallapop azt állítja, hogy a Törvényszék tévesen értelmezte az „online piac[tér]” – különböző uniós jogi rendelkezésekből és a Bíróság ítélkezési gyakorlatából eredő – fogalmát.

33. A Wallapop úgy véli, hogy az 524/2013 rendelet 4. cikke (1) bekezdésének f) pontja és a 2016/1148 irányelv 4. cikkének 17. pontja körvonalazza az „online piac[tér]” uniós jogi fogalmának alapvető elemeit. E rendelkezésekből az következik, hogy az az „online piac[tér]” olyan digitális szolgáltatás vagy az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatás, amely lehetővé teszi harmadik felek, mégpedig hivatásos ügyfelek és/vagy fogyasztók számára, hogy az online piac[tér] szolgáltatójától függetlenül kereskedelmi ügyleteket vagy szolgáltatási szerződéseket kössenek.

34. A Wallapop szerint a Törvényszék nem vette figyelembe az online piacterek által nyújtott szolgáltatások e fogalommeghatározásból eredő egyik alapvető jellemzőjét, mégpedig azt, hogy az online piacterek nem online értékesítést folytatnak, hanem közvetítői szolgáltatásokat nyújtanak harmadik feleknek, akik e szolgáltatásokat arra használják, hogy online kereskedelmet folytassanak a platformon. A Törvényszék tehát a védjegy jog alapján olyan módon értelmezte az online piactér által nyújtott szolgáltatásokat, amely nem egyeztethető össze az „online piac[tér]” uniós jogban meghatározott egységes fogalmával.

35. A Wallapop úgy véli továbbá, hogy a Törvényszék indokolása nem egyeztethető össze az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás szolgáltatójának a Bíróság által a 2017. december 20-i Asociación Profesional Elite Taxi ítéletben (C-434/15, EU:C:2017:981) meghatározott fogalmával. Ezen ítéletben a Bíróság megállapította, hogy az elektronikus úton nyújtott közvetítői szolgáltatások szolgáltatója, mint amilyen az Uber is, nem tekinthető információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyszerű szolgáltatójának, amikor olyan szolgáltatásokat nyújt, amelyek túlmutatnak harmadik feleknek a platformon történő összekapcsolásán, és meghatározza a platformon folytatott ügyletek bizonyos döntő elemeit. A Wallapop azonban úgy véli, hogy a jelen ügyben az Uberrel ellentétben kizárólag közvetítői és kapcsolódó szolgáltatásokat nyújt, és semmilyen más eltérő tevékenységet nem végez.

36. Jogalapjának második részében az EUIPO által támogatott Wallapop azt állítja, hogy a Törvényszék tévesen értelmezte az érintett szolgáltatások hasonlóságának értékelése során figyelembe veendő releváns tényezőket.

37. Először is ami a Törvényszék értékesítési csatornákkal kapcsolatos értékelését illeti, a Wallapop és az EUIPO úgy véli, hogy az a körülmény, hogy „hagyományos” weboldalan az Unipreus online értékesíti termékeit, nem enged arra következtetni, hogy a szóban forgó szolgáltatások hasonlóak. A Wallapop és az EUIPO szerint a Törvényszék megközelítése aránytalanul kiterjeszti a korábbi védjegy oltalmának terjedelmét. Az internet nem egy értékesítési csatorna, hanem csak egy közvetítő forma, illetve egy különböző értékesítési csatornákat támogató közeg. Túlságosan leegyszerűsítő a szóban forgó szolgáltatások közötti hasonlóságot arra a körülményre alapozni, hogy közös vonásuk az internet. A Wallapop nem értékesít közvetlenül termékeket a platformján. Mindenesetre, ha a platformüzemeltetők termékeket értékesítenek platformjaikon, az online piactérrel összefüggő szolgáltatásoktól eltérő szolgáltatásokat nyújtanak. A 2011/83 irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján a kereskedő (a Wallapop) köteles továbbá tájékoztatást nyújtani a fogyasztónak az azonosító adatairól.¹⁴

38. Másodszor, ami a szóban forgó szolgáltatások jellegét illeti, a Wallapop és az EUIPO kifogásolja, hogy a Törvényszék nem mutatott be olyan elemet, amely alátámasztja azt a megállapítást, hogy a megtámadott védjegy szolgáltatásai kiskereskedelmi értékesítési szolgáltatásnak minősülő tevékenységeket foglalnak magukban.

39. A Wallapop és az EUIPO ezenfelül azzal érvel, hogy a Törvényszék azon szolgáltatások jegyzéke szövegének részleges vagy téves olvasatára alapozta a szóban forgó szolgáltatások hasonlóságának elemzését, amelyek vonatkozásában a megtámadott védjegy lajstromozását kérték. A Törvényszék ezért tévesen állapította meg a megtámadott ítélet 37. pontjában, hogy e szolgáltatások kiskereskedelmi szolgáltatásoknak, nem pedig olyan digitális szolgáltatásoknak minősülnek, amelyek lehetővé teszik harmadik felek számára online értékesítés folytatását. A jelen indítvány 12. pontjában említett szolgáltatások közül az első kettőt illetően a szöveg teljes

¹⁴ E helyen célszerű megjegyezni, hogy a kereskedő nevére nyújtott tájékoztatás releváns tényező lehet az összetéveszthetőség veszélyének értékelése során, az összetéveszthetőség védjegybejelentéssel összefüggésben felmerülő kérdését illetően azonban nem lehet döntő.

olvasatából azt a következtetést kellett volna levonnia a Törvényszéknek, hogy nem a közvetítői szolgáltatások szolgáltatója, hanem az e szolgáltatásokat igénybe vevő harmadik felek folytatnak értékesítést a platformon. A másik négy szolgáltatást illetően a Wallapop és az EUIPO kifogásolja, hogy a Törvényszék nem azonosította, és egyetlen, „az értékesítés szempontjából hasznos üzleti információk szolgáltatása”¹⁵ csoportba sorolta azokat. Ha a Törvényszék megfelelően elemezte volna ezeket a szolgáltatásokat, arra a következtetésre kellett volna jutnia, hogy azok az online piactér működéséhez szükséges digitális szolgáltatások. A Wallapop úgy véli továbbá, hogy nem ő, hanem maguk az eladók szolgáltatnak az adásvételi ügyletek megkötését ösztönző információkat.

40. Harmadszor, a Wallapop és az EUIPO úgy véli, hogy a megtámadott védjeggyel jelölt szolgáltatások rendeltetése teljesen különbözik a korábbi spanyol védjeggyel jelölt kiskereskedelmi szolgáltatások rendeltetésétől. A jelen indítvány 12. pontjában említett első kettő közvetítői szolgáltatás rendeltetése, hogy digitális teret nyújtson és tartson fenn a harmadik felek – eladók és vevők – közötti termék- és szolgáltatáscseréhez a szolgáltatóval való bármiféle kapcsolat nélkül. Egy bevásárlóközpontként használt épületnek üzlethelyiségeket harmadik felek számára termékeik forgalmazása céljából bérbe adó tulajdonosához hasonlóan a virtuális piactér tulajdonosa olyan digitális szolgáltatásokat nyújt, amelyek célja, hogy digitális teret és eszközöket nyújtsanak a harmadik felek által folytatott értékesítés elősegítéséhez. A fent említett járulékos szolgáltatások második csoportjának rendeltetése, hogy a termékértékesítés, illetve -vásárlás érdekében lehetővé tegyék az eladók és vevők számára a virtuális platform által nyújtott lehetőségekről való egyszerű tájékozódást. A Törvényszék tévesen alkalmazta a jogot annak megállapításakor, hogy e szolgáltatások rendeltetése kismértékben hasonló.

41. A Wallapop ezenkívül azzal érvel, hogy a Törvényszék megközelítése ellentétes az elsődleges és másodlagos rendeltetés meghatározásával kapcsolatos saját ítélkezési gyakorlatával. Ezen ítélkezési gyakorlat¹⁶ szerint termékek vagy szolgáltatások összehasonlítása során hasonlóságuk értékeléséhez meg kell határozni azok domináns rendeltetését. Tehát a Wallapop szerint még ha a megtámadott védjegy árujegyzékébe tartozó szolgáltatások rendeltetése közvetetten meg is egyezik a korábbi védjegy szolgáltatásainak rendeltetésével, vagyis sportcikk vásárlásának a fogyasztók számára történő lehetővé tételével, ami semmit nem változtat azon a tényen, hogy a szóban forgó szolgáltatások szándék szerint domináns rendeltetése eltérő. Attól még, hogy egyes szolgáltatások közvetett módon azonos igényeket elégíthetnek ki, az érintett fogyasztó különböző szolgáltatásként érzékelheti azokat.

42. Negyedszer, a Wallapop úgy véli, hogy a megtámadott védjegy árujegyzékébe tartozó szolgáltatások nem versenyeznek a korábbi védjegy szolgáltatásaival, mivel nem kapcsolódnak a kiskereskedelemhez. E szolgáltatások inkább az információs társadalommal összefüggő más szolgáltatásokkal versenyeznek.

43. Az Unipreus azzal érvel, hogy a szóban forgó szolgáltatások összehasonlításakor figyelembe kell venni a piaci helyzetet és az átlagos fogyasztó észlelését. Erre tekintettel a Törvényszék értékelése helyes, a Wallapop érvei pedig mesterkélt megközelítésen alapulnak.

44. Az Unipreus lényegében azzal érvel, hogy a szóban forgó szolgáltatások nem különbözőek, hanem hasonlóak. E szolgáltatásokat ugyanannak a közönségnek, azaz annak a nagyközönségnek szánják, amely azonos vagy hasonló termékeket – különösen ruházati cikkeket, cipőket és sportcikkeket – kíván vásárolni. E szolgáltatásoknak ugyanaz a célja, mégpedig annak lehetővé

¹⁵ A megtámadott ítélet 41. pontja.

¹⁶ A Wallapop a 2015. július 2-i BH Stores kontra OHIM – Alex Toys (ALEX) ítéletre (T-657/13, EU:T:2015:449, 64–66. pont) hivatkozik.

tétele a nagyközönség számára, hogy kielégítse az e termékek megvásárlása iránti igényeit. E szolgáltatások egymást kiegészítő jellegűek, mivel a fogyasztó mindkét szolgáltatást igénybe veheti az említett termékek megvásárlásához. A szolgáltatások végül versenyeznek is egymással, mivel a fogyasztó szemében e szolgáltatások felcserélhetők egymással annyiban, hogy a fogyasztó az ugyanazon termékre vonatkozó ajánlatot az Unipreus weboldalán és a Wallapop mobilalkalmazásában vagy internetes oldalán is elemezheti.

B. Elemzés

1. Előzetes megjegyzések

45. A Bíróság állandó ítélkezési gyakorlata szerint az EUMSZ 256. cikk és az Európai Unió Bírósága alapokmánya 58. cikke első bekezdésének együttes olvasatából az következik, hogy kizárólag a Törvényszék rendelkezik hatáskörrel egyrészt a tényállás megállapítására – kivéve, ha megállapításainak tárgyi pontatlansága a hozzá benyújtott ügyiratokból ered –, másrészt – az elferdítés esetének kivételével – a tények értékelésére. Amint a Törvényszék megállapította vagy értékelte a tényállást, az EUMSZ 256. cikk értelmében a Bíróság a tények jogi minősítésének és az abból a Törvényszék által levont jogi következtetéseknek a felülvizsgálatára hatáskörrel rendelkezik.¹⁷

46. A szintén állandó ítélkezési gyakorlatból emellett az következik, hogy a Bíróság nem rendelkezik hatáskörrel sem a tényállás megállapítására, sem – főszabály szerint – a Törvényszék által az e tényállás alátámasztására elfogadott bizonyítékok megvizsgálására. Amennyiben ugyanis e bizonyítékok megszerzése szabályszerűen történt, továbbá az általános jogelveket, valamint a bizonyítási teherre és a bizonyításfelvételre vonatkozó eljárási szabályokat tiszteletben tartották, kizárólag a Törvényszék feladata annak mérlegelése, hogy a hozzá benyújtott bizonyítékoknak milyen bizonyító erőt kell tulajdonítani. E mérlegelés tehát – eltekintve e bizonyítékok elferdítésétől – nem minősül a Bíróság felülvizsgálati jogkörébe tartozó jogkérdésnek. E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy a bizonyítékok elferdítéséről van szó, amikor – anélkül, hogy új bizonyítékokhoz kellene fordulni – a fennálló bizonyítékok értékelése nyilvánvalóan hibás.¹⁸

47. A Bíróság által a fellebbezési eljárásban nem felülvizsgálható ténybeli értékelésnek minősülnek például a Törvényszéknek a releváns közönség jellemzőire, a fogyasztók figyelmére, észlelésére vagy viselkedésére vonatkozó megállapításai, valamint a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében vett összetéveszthetőség vizsgálatával összefüggésben a szóban forgó megjelölések közötti hasonlóság Törvényszék általi értékelése. Ugyanennek kell vonatkoznia az összetéveszthetőség vizsgálatával összefüggésben a szóban forgó védjegyekkel jelölt áruk vagy szolgáltatások közötti hasonlóság Törvényszék általi értékelésére is.¹⁹

48. E konkrét megfontolások különös jelentőséggel bírnak az egyetlen jogalap szempontjából.

¹⁷ 2015. június 3-i The Sunrider Corporation kontra OHIM végzés (C-142/14 P, nem tették közzé, EU:C:2015:371, 47. pont).

¹⁸ 2015. június 3-i The Sunrider Corporation kontra OHIM végzés (C-142/14 P, nem tették közzé, EU:C:2015:371, 48. és 49. pont).

¹⁹ Lásd: 2015. június 3-i The Sunrider Corporation kontra OHIM végzés (C-142/14 P, nem tették közzé, EU:C:2015:371, 51. és 52. pont). Lásd még: 2009. május 7-i Waterford Wedgwood kontra Assembled Investments (Proprietary) és OHIM ítélet (C-398/07 P, nem tették közzé, EU:C:2009:288, 42. pont).

2. Az egyetlen jogalap első része: annak kérdéséről, hogy tévesen értelmezte vagy alkalmazta-e a Törvényszék az „online piac[tér]” fogalmának az uniós jog és a Bíróság ítélkezési gyakorlata szerinti meghatározását

49. Célszerű először az egyetlen jogalap első részével, mégpedig azzal foglalkozni, hogy a Törvényszék tévesen értelmezte vagy legalábbis tévesen alkalmazta az „online piac[tér]” fogalmának többek között az 524/2013 rendelet 4. cikke (1) bekezdésének f) pontjában és a 2016/1148 irányelv 4. cikkének 17. pontjában, valamint a Bíróság 2017. december 20-i Asociación Profesional Elite Taxi ítéletének (C-434/15, EU:C:2017:981) indokolásában szereplő meghatározását.

50. A magam részéről nem gondolom úgy, hogy ez a helyzet.

51. Először is meg kell jegyezni, hogy az 524/2013 rendelet 4. cikke (1) bekezdésének f) pontjában és a 2016/1148 irányelv 4. cikkének 17. pontjában szereplő fogalom meghatározások kizárólag e konkrét rendelet és e konkrét irányelv tekintetében alkalmazandók. Különösen egyértelművé teszi ezt a szóban forgó rendelkezések szövege, amely az „[e] rendelet alkalmazásában” és az „[e]zen irányelv alkalmazásában” fordulatot tartalmazza. A szóban forgó fogalom meghatározások ezért nem alkalmazandók általánosabb jelleggel általánosan a védjegyek lajstromozására vagy különösen a védjegyek 35. osztályba tartozó kiskereskedelmi szolgáltatások vonatkozásában történő lajstromozására, jóllehet elfogadom, hogy az „online piac[tér]” fogalmának az említett rendelkezésekben szereplő meghatározása hasznos és legalábbis analógia útján alkalmazható a jelen ügygel összefüggésben.²⁰ Különösen ez a helyzet annak vizsgálata során, hogy a szóban forgó szolgáltatások versenyeznek-e egymással, és hogy azok milyen mértékben (ha egyáltalán) vannak átfedésben, amint azt a Törvényszék a megtámadott ítélet 40. pontjában megállapította.²¹

52. Másodszor, semmiképpen nem vélem úgy, hogy a Törvényszék tévesen értelmezte vagy alkalmazta az „online piac[tér]” fogalmának az 524/2013 rendelet 4. cikke (1) bekezdésének f) pontjában és a 2016/1148 irányelv 4. cikkének 17. pontjában vagy a Bíróság C-434/15. sz. ügyben hozott ítéletének indokolásában szereplő meghatározását.

53. A megtámadott ítélet 37. és 41. pontjának vizsgálatából teljesen egyértelműen kiderül, hogy a Törvényszék pontosan értette, hogy védjegybejelentésével összhangban a Wallapop többek között vagy különösen egy online platformot vagy közvetítői, illetve működtetési szolgáltatásokat, *nem pedig értékesítési szolgáltatásokat* kíván nyújtani.

54. A megtámadott ítélet 37. pontjában a Törvényszék e tekintetben megállapította, hogy a védjegybejelentés különösen az alábbiakra vonatkozik: „online értékesítési szolgáltatások, azaz online piacterek áruk és szolgáltatások eladói és vevői számára történő működtetése; olyan elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, amelyek keretében az eladók olyan árukat vagy

²⁰ Lásd analógia útján: 2015. június 3-i The Sunrider Corporation kontra OHIM végzés (C-142/14 P, nem tették közzé, EU:C:2015:371, 55. és 56. pont). E végzésben a Bíróság emlékeztetett arra, hogy az EUMSZ 256. cikk szerinti, a tények Törvényszék által elvégzett jogi minősítésének felülvizsgálatára vonatkozó hatásköre főszabály szerint a Törvényszék által az európai uniós védjegyekre vonatkozó uniós jogra irányadó szabályok és elvek fényében elvégzendő jogi minősítésekre vonatkozik.

²¹ 1998. szeptember 29-i Canon ítéletének (C-39/97, EU:C:1998:442) 23. pontjában a Bíróság megállapította, hogy az érintett áruk és szolgáltatások hasonlóságának mérlegelésénél figyelembe kell venni minden olyan releváns tényezőt, amely ezen áruk és szolgáltatások közötti kapcsolatra vonatkozik. E tényezők magukba foglalják különösképpen azok jellegét, végfelhasználóit, használatát, valamint egymást helyettesítő vagy egymást kiegészítő jellegét.

szolgáltatásokat mutatnak be eladásra, amelyek az interneten vásárolhatók meg, vagy amelyekre az interneten tehetők ajánlatok *az áruk és szolgáltatások harmadik felek által globális számítógépes hálózat útján történő értékesítésének elősegítése érdekében*.²²

55. Véleményem szerint a Törvényszék nem keverte össze az áruk harmadik fél általi értékesítésének elősegítése²³ és a kínált áruk értékesítésének feltételeire való döntő befolyás-gyakorlás²⁴ vagy az áruk online közegben történő értékesítése közötti különbségtételt.

56. A Törvényszék ezenfelül a megtámadott ítélet 37. pontjában azt is megállapította a Wallapopnak és az EUIPO-nak a megtámadott ítélet 37. és 41. pontjában ismertetett ellenérvei ellenére, hogy a Wallapop védjegybejelentése egy hagyományos internetes oldal online értékesítésekre történő használatát *is magában foglalja*. Ez a megtámadott ítélet 37. pontjában szereplő megállapítás véleményem szerint nem támasztja alá, hogy a Törvényszék tévesen értelmezte volna az „online piac[tér]” fogalmát, hanem inkább arra utal, hogy a Törvényszék tökéletesen tisztában volt az interneten nyújtható – véleménye szerint a Wallapop által lajstromoztatni kívánt – szolgáltatások különböző jellegével és működési módjával.

57. E tekintetben megjegyzem, hogy a Wallapop véleménye szerint a Törvényszék tévesen állapította meg a megtámadott ítélet 37. pontjában, hogy nem zárható ki, hogy a Wallapop bejelentése egy hagyományos weboldal online értékesítésekre történő használatára vonatkozik.²⁵

58. Bár a Wallapop vitatja a Törvényszéknek a megtámadott ítélet 37. pontjában tett ténymegállapítását,²⁶ véleményem szerint nem állította, hogy a Törvényszék elferdítette volna a tényeket e tekintetben.

59. Ezért úgy vélem, hogy ez az érv elfogadhatatlan.

60. Ezenfelül a Törvényszéknek a megtámadott ítélet 38. pontjában szereplő azon megállapítása, hogy a szolgáltatások értékesítési csatornái enyhe mértékben hasonlóak, e tekintetben nem kifogásolható, tekintettel arra, hogy a Wallapop és az Unipreus egyaránt hagyományos weboldalt használ online értékesítésekhez.

61. Azt a körülményt is hangsúlyozni szeretném, hogy a megtámadott ítélet 38. pontjában a Törvényszék kifejezetten megállapította a megtámadott ítélet 37. pontjában szereplő, említett megállapítással kapcsolatban, hogy „még ha ez csupán egy is a figyelembe veendő tényezők közül, meg kell állapítani, hogy a vitatott szolgáltatások értékesítési csatornái legalább enyhe mértékben hasonlóak [...]”.

62. A Wallapop nem kifogásolta ezen indokolás megfelelőségét. Ezért úgy vélem, hogy helyben kell hagyni a Törvényszéknek a megtámadott ítélet 38. pontjában a szolgáltatások értékesítési csatornáival kapcsolatban tett megállapítását.

²² Kiemelés tőlem. Lásd a megtámadott ítélet 40. pontját is.

²³ Lásd analógia útján: 2019. december 19-i Airbnb Ireland ítélet (C-390/18, EU:C:2019:1112).

²⁴ Lásd analógia útján: 2017. március 22-i GROFA és társai ítélet (C-435/15 és C-666/15, EU:C:2017:232). Az imént említett ítélettel ellentétben a megtámadott ítéletben semmi nem utal arra, hogy az áruk vagy szolgáltatások értékesítésének feltételeire gyakorolt döntő befolyás kérdése bármilyen jelentőséggel bírt volna.

²⁵ Lásd a Wallapop fellebbezésének 67. és azt követő pontjait.

²⁶ Lásd a jelen indítvány 36. pontját.

63. Véleményem szerint ezért megalapozatlan a Wallapop azon érve, hogy a Törvényszék tévesen állapította meg, hogy a szóban forgó szolgáltatások értékesítési csatornái legalább enyhe mértékben hasonlóak.

64. E megállapítás ellenére a teljesség kedvéért és az e területen biztosítandó jogi egyértelműség érdekében szükséges lehet mindazonáltal megvizsgálni, hogy helytálló-e a Törvényszéknek a megtámadott ítélet 38. pontjában szereplő azon megállapítása, hogy a szóban forgó szolgáltatások (egyéb) értékesítési csatornái, mégpedig a Wallapop áruk és szolgáltatások harmadik felek általi értékesítését elősegítő platformja és az Unipreus hagyományosabb weboldala hasonló értékesítési csatornának minősül.

65. Ezt a vizsgálatot az alábbi 72. és azt követő pontokban javasolom elvégezni.

66. Az egyetlen jogalap első részét tehát véleményem szerint a Bíróságnak mint megalapozatlant el kell utasítania.

3. Az egyetlen jogalap második része: annak kérdéséről, hogy tévesen értelmezte-e a Törvényszék az érintett szolgáltatások hasonlóságának értékelése során figyelembe veendő releváns tényezőket

67. E helyen meg kell jegyezni, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerint a korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megtámadott védjegy nem lajstromozható, ha azt azon a területen, ahol a korábbi védjegy oltalom alatt áll, a fogyasztók összetéveszthetik a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt.

68. Az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának alkalmazásában az összetéveszthetőség előfeltétele, hogy mind a bejelentett, mind a korábbi védjegy azonos vagy hasonló legyen, és a védjegybejelentésben szereplő áruk vagy szolgáltatások azonosak vagy hasonlóak legyenek a korábbi védjegy áruhoz vagy szolgáltatásaihoz, és e feltételeknek együttesen kell teljesülniük.²⁷

69. Az állandó ítélkezési gyakorlatból az is következik, hogy az érintett áruk és szolgáltatások hasonlóságának mérlegelésénél figyelembe kell venni minden olyan releváns tényezőt, amely ezen áruk és szolgáltatások közötti kapcsolatra vonatkozik. E tényezők magukba foglalják különösképpen azok jellegét, rendeltetését, használatát, valamint egymást helyettesítő vagy egymást kiegészítő jellegét.²⁸

70. A megtámadott határozatban a fellebbezési tanács megállapította, hogy a szóban forgó megjelölések – még ha kétségtől csak kismértékben is – hasonlóak. E megállapítást a felek nem vitatták sem a Törvényszék, sem a Bíróság előtt.

71. Ezenfelül mellékesen meg kell jegyezni, hogy a felek nem hivatkoztak arra, hogy a korábbi („wala w”) védjegy olyan jóhírnevet élvez Spanyolországban, hogy egy hasonló védjegy használata „sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét” a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében.²⁹

²⁷ 2017. szeptember 20-i The Tea Board kontra EUIPO ítélet (C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, 47. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

²⁸ Lásd: 1998. szeptember 29-i Canon ítélet (C-39/97, EU:C:1998:442, 23. pont); 2017. szeptember 20-i The Tea Board kontra EUIPO ítélet (C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, 48. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

²⁹ E tekintetben lásd például: 2008. november 27-i Intel Corporation ítélet (C-252/07, EU:C:2008:655).

72. Meg kell jegyezni azonban, hogy a Törvényszék egyáltalán nem foglalt állást *önmagában* az összetévesztés kérdésében. A fellebbezési tanács határozatával szemben benyújtott keresetnek a Törvényszék sokkal inkább azzal a meglehetősen szűkszavú indokkal adott helyt, hogy – amint azt a Törvényszék a megtámadott ítélet 54. pontjában megállapította – a fellebbezési tanács tévesen állapította meg, hogy a védjegyek árujegyzékébe tartozó szolgáltatások különbözőek, holott valójában – még ha csak kismértékben is – hasonlóak.

73. Ebből tehát az következik, hogy a későbbi Wallapop védjegy lajstromozása elleni egyetlen releváns felszólalási ok, amely minket most foglalkoztat, a Wallapop bejelentésében szereplő szolgáltatásoknak a korábbi védjegy szolgáltatásaival való, a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában említett azonossága vagy hasonlósága.

74. Javaslom, vizsgáljuk meg, hogy a Törvényszék helyesen állapította-e meg, hogy a Wallapop bejelentésében szereplő szolgáltatások és az Unipreus védjegyének árujegyzékébe tartozó szolgáltatások legalább enyhe mértékben hasonlóak.

75. Az egyetlen jogalap e része négy alrészre oszlik. A Wallapop véleménye szerint a Törvényszék tévesen állapította meg, hogy

- egyrészt a szóban forgó védjegyek értékesítési csatornái hasonlóak;
- másrészt a védjegybejelentésben szereplő szolgáltatások kiskereskedelmi szolgáltatások;
- harmadrészt a szóban forgó szolgáltatások rendeltetése és közönség általi észlelése hasonló;
- negyedrészt a szóban forgó szolgáltatások versenyeznek egymással.

76. Azt javaslom, hogy egymás után vizsgáljuk meg ezeket az érveket, de mivel azok egymással kivétel nélkül átfedésben vannak, és végső soron egymásba olvadnak, némi ismétlődés elkerülhetetlenül szükséges.

a) Első alrész: annak kérdéséről, hogy hasonlóak-e a szóban forgó védjegyek értékesítési csatornái

77. Amint azt a fenti 63. pontban jeleztem, véleményem szerint ez az érv megalapozatlan egy online értékesítésekre szolgáló hagyományos weboldal Wallapop és Unipreus általi működtetésének kérdését illetően.

78. Mindazonáltal a teljesség kedvéért és a jogi egyértelműség érdekében foglalkozom a Wallapop azon állításával, hogy a Törvényszék tévesen állapította meg, hogy az internet egy értékesítési csatorna, nem pedig csak egy egyszerű közvetítő a különböző értékesítési csatornák tekintetében.

79. E helyen indokoltnak tűnik némi magyarázat az azzal kapcsolatos vitát illetően, hogy mi minősül kiskereskedelmi szolgáltatásnak a 35. osztályba tartozó szolgáltatásokkal összefüggésben.

80. E kérdéssel először a Praktiker ítéletben foglalkozott kifejezetten a Bíróság. Az említett ügyben a Praktiker lajstromozás iránti kérelmet nyújtott be a Deutsches Patent- und Markenamt (német szabadalmi és védjegyhivatal) a „Praktiker” védjegy tekintetében, különösen „építőanyagok, barkács- és kertészeti cikkek, valamint egyéb, »do-it-yourself« jellegű árucikkek kiskereskedelmére vonatkozó szolgáltatások tekintetében”. A Deutsches Patent- und Markenamt

elutasította a védjegybejelentési kérelmet. Álláspontja szerint a bejelentett „kiskereskedelem” fogalom nem önálló gazdasági jelentőségű, független szolgáltatásokat jelöl. A fenti fogalom kizárólag áruk forgalmazására vonatkozik.

81. Ítéletében a Bíróság hangsúlyozta, hogy a kiskereskedelem célja a termékek fogyasztók részére történő értékesítése. E kereskedelem az értékesítésen mint jogügyleten túlmenően magában foglal a szolgáltató által kifejtett minden olyan tevékenységet, amelyet a szolgáltató az ezen ügylet megkötésére való ösztönzés céljából végez. E tevékenység főként az értékesítésre felkínált áruk összeválogatását és különféle olyan szolgáltatások nyújtását jelenti, amelyeknek a célja, hogy a vásárló az említett jogügyletet az adott kereskedővel kösse meg, és ne annak valamelyik versenytársával.

82. A Bíróság megállapította, hogy nincs olyan kényszerítő indok, amely megakadályozná azt, hogy e szolgáltatások a „szolgáltatások” fogalma alá tartozzanak, és hogy ezért a „szolgáltatás” fogalma magában foglalja az áruk kiskereskedelme keretében nyújtott szolgáltatásokat.³⁰

83. A Praktiker ítélet magától értetődően nagy jelentőséghez jutott a kérdéssel foglalkozó legutóbbi, azaz a Tulliallan Burlington ítéletben.³¹ Ez utóbbi ügyben az volt a kérdés, hogy egy luxuscikkek értékesítésére szakosodott üzletközpont üzemeltetője a 35. osztályba tartozó kiskereskedelmi szolgáltatásokat nyújt-e. Ítéletében a Törvényszék a Praktiker ítéletre támaszkodva arra a következtetésre jutott, hogy az üzletközpont üzemeltetője ilyen szolgáltatásokat nyújt.³²

84. A Törvényszék ítélete ellen fellebbezést nyújtottak be a Bírósághoz. A Tulliallan Burlington kontra EUIPO ügyre vonatkozó indítványomban³³ fenntartásaimnak adtam hangot e megállapítás helytállóságát illetően. E fenntartásokat a következőképpen foglaltam össze indítványom 96. pontjában:

„A 35. osztályba tartozó »kiskereskedelmi szolgáltatásoknak« a Bíróság általi egységes értelmezéséből egyértelműen az következik, hogy e szolgáltatások nem vonatkozhatnak az üzletközpont szolgáltatásaira, mivel az ilyen szolgáltatásokat nyújtó jogalany valójában nem folytat kereskedelmet a szóban forgó árukkal. A szóban forgó jogalany inkább az áruk kereskedői részére nyújt szolgáltatásokat, ami – véleményem szerint – jelentősen eltér a 35. osztályba tartozó kiskereskedelmi szolgáltatásoktól, és azokat valójában egy másik osztályba kell besorolni. Így az üzletközpont szolgáltatásai magukban foglalhatják üzlethelyiségeknek a 36. osztályba tartozó bérletét, valamint a 35. osztályba tartozó reklám- és promóciós szolgáltatások nyújtását.”³⁴

³⁰ A 36. pontban a Bíróság megállapította, hogy ezt az érvet jól illusztrálja a Nizzai Osztályozás 35. osztályához fűzött magyarázó megjegyzés, amelynek értelmében ebbe az osztályba tartozik a mások javára végzett, különböző áruféleségek összeállítása [...], amely lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy megfelelően megtekinthessék és megvásárolhassák ezeket az árukat (a magyarázó megjegyzés angol változata szerint: „the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods [...] enabling consumers conveniently to view and purchase those products”).

³¹ 2020. március 4-i ítélet (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2020:151).

³² 2017. december 6-i Tulliallan Burlington kontra EUIPO – Burlington Fashion (Burlington) ítélet (T-120/16, EU:T:2017:873), 34. pont.

³³ Hogan főtanácsnok Tulliallan Burlington kontra EUIPO egyesített ügyekre vonatkozó indítványa (C-155/18 P – C-158/18 P, EU:C:2019:538).

³⁴ Hogan főtanácsnok Tulliallan Burlington kontra EUIPO egyesített ügyekre vonatkozó indítványa (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2019:538). Ezen indítvány 95. pontjában megjegyeztem, hogy a Praktiker ítélet 34. pontjában a Bíróság megállapította, hogy „a kiskereskedelem célja a termékek fogyasztók részére történő eladása. E kereskedelem az eladáson mint jogügyleten túlmenően magában foglal a szolgáltató által kifejtett minden olyan tevékenységet, amelyet a szolgáltató az ezen ügylet megkötésére való ösztönzés céljából végez. E tevékenység főként az eladásra felkínált áruk összeválogatását és különféle olyan szolgáltatások nyújtását jelenti, amelyeknek a célja, hogy a vásárló az említett jogügyletet az adott kereskedővel kösse meg, és ne annak valamelyik versenytársával.” Kiemelés tőlem.

85. A Tulliallan Burlington ítéletben azonban a Bíróság nem követte a Praktiker ítélet ezen elemzését. A Bíróság ellentétes következtetésre jutott, (a 127. és 128. pontban) megállapítva például a következőket:

„127. Ebből következik, hogy a »kiskereskedelmi szolgáltatások« fogalma magában foglalja azokat a szolgáltatásokat, amelyek a fogyasztók felé irányulnak, és amelyek az üzletközpontokban üzlethelyiséggel rendelkező cégek javára a különféle áruk különféle üzletekben való összegyűjtéséből állnak, és lehetővé teszik a fogyasztók részére ezen áruk megfelelő megtekintését és megvásárlását, valamint az adásvételi jogügyleten kívül különféle szolgáltatások nyújtását, amelyek célja, hogy a fogyasztókat az ezen üzletekben található áruk megvásárlására ösztönözze.

128. A fenti megfontolásokból következik, hogy – amint azt maga a Törvényszék is helyesen állapította meg a megtámadott ítéletek 32. pontjában – a Bíróság által a Praktiker ítélet 34. pontjában kifejtett értelmezés nem teszi lehetővé annak megállapítását, hogy az üzletközpontok vagy a bevásárlóközpontok által nyújtott szolgáltatások *per definitionem* ki lennének zárva a Nizzai Megállapodás szerinti 35. osztályba tartozó »kiskereskedelmi szolgáltatások« fogalmának hatálya alól.”

86. Jóllehet a Bíróságot természetesen semmiféleképpen nem köti precedens, a Tulliallan Burlington ítéletet mégis úgy kell tekinteni, mint amely rendezte a kérdést. Ezen ítéletből tudjuk tehát, hogy a hagyományos üzletközpontok által „a fogyasztó részére annak érdekében nyújtott [szolgáltatások], hogy ez utóbbi megtekinthesse és megvásárolhassa [...] az árukat, valamint az érintett üzletközpontban üzlethelyiséggel rendelkező cégek javára nyújtott [szolgáltatások]”³⁵ főszabály szerint a kiskereskedelmi szolgáltatások fogalmának a 35. osztály szerinti meghatározása alá tartoznak.

87. Ebből tehát az következik, hogy az a körülmény, hogy a Wallapop azzal érvel, hogy ő maga nem foglalkozik kiskereskedelemmel, csupán online közvetítői szolgáltatásokat nyújt, – még ha mindez valóban igaz is – önmagában nem elegendő a probléma megoldásához.

88. A valódi kérdés az, hogy a Tulliallan Burlington ítéletben az üzletközpont által nyújtott szolgáltatásokkal kapcsolatban rögzített elv alkalmazható-e – és ha igen, milyen mértékben – az online módon nyújtott kiskereskedelmi közvetítői szolgáltatásokra.

89. A Tulliallan Burlington ítéletben (a 130. pontban) a Bíróság megállapította, hogy a „kiskereskedelmi szolgáltatások” fogalma magában foglalja az üzletközpont által „a fogyasztó részére annak érdekében nyújtott szolgáltatásokat, hogy ez utóbbi megtekinthesse és megvásárolhassa [...] az árukat, valamint az érintett üzletközpontban üzlethelyiséggel rendelkező cégek javára nyújtott szolgáltatásokat”. Ugyanez állapítható meg analógia útján egy online kiskereskedelmi vásárlási platform által nyújtott közvetítői szolgáltatásokat illetően is. Míg a hagyományos üzletközpont egy eltérő kiskereskedelmi kínálati skála egy megfelelő valódi

³⁵ Tulliallan Burlington ítélet, 130. pont.

épületben történő rendelkezésre bocsátásának célját szolgálja, addig a Wallapop által biztosítotthoz hasonló online kiskereskedelmi platform végső soron egyfajta „virtuális” üzletközpont, amely az interneten keresztül érhető el.³⁶

90. Az egyfelől az outletek által a fogyasztók részére valódi üzlethelyiségekben történő értékesítés, másfelől az ezen kereskedelmi egységek közvetlen online értékesítésben való részvétele közötti hagyományos különbség az utóbbi években elhalványult – csaknem megszűnt – a technológiai fejlődés és a fogyasztói magatartási minták változása miatt. Mindez abban a körülményben is megmutatkozik, hogy – amint azt a Törvényszék a megtámadott ítélet 51. pontjában megállapította – a konkrétan (új) sportcipőket kereső fogyasztó ugyanazokat a termékeket az Unipreus („www.walashop.com”) és a Wallapop („www.wallapop.com”) saját weboldalán is megtalálhatja, még ha az utóbbi esetben a kiskereskedő olyan harmadik fél is, aki történetesen a Wallapop internetes platformját használja.

91. Nem vitatott tehát, hogy – amint arra az imént rámutattam – az Unipreus által online értékesített cipőket a Wallapop platformján is eladásra kínálják, még ha ezt harmadik fél kiskereskedők teszik is, nem pedig maga a Wallapop. Úgy vélem ezért, hogy a szóban forgó árukat megvásárolni kívánó fogyasztó szemszögéből a Wallapop platformja és az Unipreus oldala hasonló értékesítési csatornának minősül. A két enyhe mértékben hasonló védjegy összetévesztésének veszélye e tekintetben merülhet fel leginkább.

92. Véleményem szerint jelentőséggel bír, hogy a Tulliallan Burlington ítéletben a Bíróság elutasította azt az érvet, hogy az „üzletközpontok részét képező különféle üzletekben értékesíthető áruk pontos megjelölésének hiánya megakadályozta, hogy ez utóbbiak és a bejelentett védjegyekkel jelölt áruk között bármilyen képzettársításra sor kerülhessen”, és hogy éppen ezen az alapon helyt adott az üzletközpont-tulajdonosok kérelmének.³⁷ Ugyanez a helyzet összességében a jelen fellebbezés esetében is.

93. Az Unipreus kérelme a jelen ügyben még megalapozottabb. A Tulliallan Burlington ítélettől eltérően, amelyben annak kérdése, hogy az alperes³⁸ által előállított divatcikkek valaha ténylegesen versenyeztek-e a fellebbező üzletközpontjában harmadik fél kiskereskedők által értékesített luxusdivatcikkekkel, a legjobb esetben is bizonytalan volt, a jelen ügyben az Unipreus a 35. osztályba tartozó, az alábbi leírásnak megfelelő szolgáltatások vonatkozásában lajstromoztatta a védjegyet: „sportcikkek kiskereskedelmi értékesítése”. Az Unipreus tehát pontosan megjelölte a védjegyével jelölt szolgáltatásokat és árukat, és e védjegy érvényességét nem vonták kétségbe. Ez teljes mértékben megfelel mind a Praktiker ítéletben, mind a Tulliallan Burlington ítéletben kialakított ítélkezési gyakorlatnak. Véleményem szerint elfogadhatatlan lenne, ha az Unipreus

³⁶ Véleményem szerint a 35. osztályba tartozó kiskereskedelmi szolgáltatások nyújtására használt kiskereskedelmi módszer (online vagy más) nem bír jelentőséggel e szolgáltatások említett osztályba való tartozása szempontjából. Inkább a szóban forgó szolgáltatások jellegének van jelentősége. A megtámadott ítélet 36. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy a „kiskereskedelem” az üzlethelyiségből történő értékesítéseket és az interneten keresztül történő online értékesítéseket egyaránt magában foglalja. E megállapítást nem vitatja a Wallapop. Megjegyzem, hogy a Tulliallan Burlington ítélet 125. pontjában a Bíróság hangsúlyozta, hogy a 35. osztályhoz fűzött magyarázó megjegyzés pontosítja, hogy ez az osztály többek között a különféle áruk harmadik személyek javára történő összegyűjtését foglalja magában, kivéve azok szállítását, lehetővé téve a vásárlók számára, hogy azokat megfelelően megtekinthessék és megvásárolhassák. E szolgáltatásokat kiskereskedelmi üzletek, nagykereskedelmi üzletek, értékesítő automaták, katalógusok vagy elektronikus eszközök segítségével végzett csomagküldő kereskedelem útján, például internetes oldalak vagy távértékesítési műsorok útján lehet nyújtani.

³⁷ Tulliallan Burlington ítélet (137. pont).

³⁸ A Burlington Fashion GmbH.

nem hivatkozhatna a védjegyre egy olyan hasonló megjelölés 35. osztály tekintetében történő lajstromozásával szemben, amely nem jelöli meg pontosan az árukat,³⁹ pusztán amiatt, mert az részletesebben jelöli meg az általa jelölt szolgáltatásokat.

94. A fenti indokok alapján úgy vélem, hogy ezt az alrész így mint megalapozatlant el kell utasítani.

b) Második alrész: a szóban forgó szolgáltatások jellegéről

95. A Wallapop szerint a Törvényszék nem mutatta be a megtámadott ítélet 39. és azt követő pontjaiban, hogy a védjegybejelentésében szereplő szolgáltatások miért minősülnek a Praktiker ítélet 34. pontja értelmében vett kiskereskedelmi szolgáltatásnak.

96. A Wallapop alapvetően azzal érvel, hogy a Törvényszék ezzel kapcsolatos indokolása nem megfelelő, és a Törvényszék ezért tévesen alkalmazta a jogot.

97. Meg kell jegyezni, hogy a Törvényszék megállapította, hogy a szóban forgó szolgáltatások legalább enyhe mértékben hasonló jellegűek. Az indokolás megfelelőségét e megállapítás fényében kell megítélni.

98. Véleményem szerint mindazonáltal a Törvényszék egészen hasonlóan követte a Praktiker ítélet 34. pontjában kifejtett indokolást ahhoz, ahogyan a Bíróság tette azt a Tulliallan Burlington ítélet 130. pontjában.

99. A megtámadott ítélet 39. pontjában a Törvényszék emlékeztetett a Bíróság Praktiker ítéletben tett azon megállapítására, hogy a kiskereskedelem célja a termékek fogyasztók részére történő értékesítése. E kereskedelem az értékesítésen mint jogügyleten túlmenően magában foglal a szolgáltató által kifejtett minden olyan tevékenységet, amelyet a szolgáltató az ezen ügylet megkötésére való ösztönzés céljából végez. E tevékenység főként az eladásra felkínált áruk összeválogatását és különféle olyan szolgáltatások nyújtását jelenti, amelyeknek a célja, hogy a vásárló az említett jogügyletet az adott kereskedővel kösse meg, és ne annak valamelyik versenytársával.

100. A Törvényszék a Praktiker ítélet gondolatmenetét követve megállapította, hogy a Wallapop bejelentésében szereplő *valamennyi* szolgáltatás – tehát nemcsak az online értékesítési szolgáltatások és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, hanem az eladók és vevők részére nyújtott közvetítői vagy onlinepiactér-működtetési szolgáltatások, többek között az értékesítés szempontjából hasznos üzleti információk szolgáltatása is – a kiskereskedelmi szolgáltatások fogalmának meghatározása alá tartozik, mert végső soron mindezen szolgáltatások célja termékek fogyasztók részére történő értékesítésének elősegítése.⁴⁰

101. Véleményem szerint ezen indokolás egyértelműen megfelelő, és bemutatja, hogy a Törvényszék milyen jogi érveken keresztül jutott a kérdéssel kapcsolatos következtetésére.

³⁹ E követelményt a Praktiker ítélet fogalmazta meg, és azt a Tulliallan Burlington ítélet csak az olyan korábbi védjeggel kapcsolatban lazította, amelynek érvényességét nem vonták kétségbe.

⁴⁰ A megtámadott ítélet 40. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy az online értékesítési szolgáltatások és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások részleges átfedésben vannak a kiskereskedelmi értékesítési szolgáltatásokkal. A megtámadott ítélet 41. és 42. pontjában a Törvényszék tovább indokolta álláspontját annak megállapításával, hogy az a körülmény, hogy a Wallapop és az EUIPO szerint a megtámadott védjegy nem kiskereskedelmi, hanem közvetítői szolgáltatásokhoz kapcsolódik, akkor sem bír jelentőséggel, ha helytálló, mivel e szolgáltatások értékesítéseket segítenek elő.

102. Véleményem szerint ennek következtében ezt az alrész mint megalapozatlant el kell utasítani.

c) Harmadik alrész: annak kérdéséről, hogy hasonló-e a szóban forgó szolgáltatások rendeltetése és közönség általi észlelése

103. A Wallapop érvelésének egyik kulcsfontosságú eleme, hogy közvetítői szolgáltatásainak online jellege miatt azok nem minősülnek kiskereskedelmi szolgáltatásnak. Véleménye szerint a bejelentett védjegy szolgáltatásainak elsődleges és domináns rendeltetése (online piacterek működtetése és kapcsolódó információs szolgáltatások) egyértelműen eltér a felszólaló védjegyével jelölt szolgáltatások rendeltetésétől (sportfelszerelések kiskereskedelmi értékesítése).

104. Ezzel összefüggésben a Wallapop végeredményben úgy véli, hogy a Törvényszék tévesen alkalmazta a jogot, amikor a megtámadott ítélet 43. pontjában megállapította, hogy „a bejelentett védjeggyel jelölt szolgáltatások a nagyközönség szemszögéből közvetett módon a korábbi védjeggyel jelölt, sportfelszerelés kiskereskedelmi értékesítésére irányuló szolgáltatások által kielégítetthez hasonló igényt elégítenek ki, és lehetővé teszik e közönség számára a szóban forgó áruk megvásárlását, miután információt gyűjtöttek az érintett árukról”. A Wallapop véleménye szerint a Törvényszék ennél fogva tévesen értelmezte a „rendeltetés” fogalmát. A Wallapop ezenfelül megjegyzi, hogy a bejelentésében szereplő árujegyzék eltérő, és hogy a Törvényszéknek nem kellett volna azt a maga egészében összehasonlítani a korábbi spanyol védjegy szolgáltatásaival.

105. Véleményem szerint a Tulliallan Burlington ítélet lényegében döntő e kérdésben. Amint már jeleztem, mivel a Bíróság az említett ügyben megállapította, hogy egy üzletközpont-tulajdonos a 35. osztályba tartozó kiskereskedelmi szolgáltatásokat nyújt, ugyanez állapítható meg a Wallapop által működtetett internetes platformhoz hasonló virtuális üzletközpont működtetője esetében is. E következtetést a szóban forgó szolgáltatások állítólagos domináns rendeltetésének meghatározása sem vonja kétségbe.

106. A Wallapop védjegybejelentésében szereplő másik négy szolgáltatást – értékelő visszajelzések és osztályozások biztosítását eladók áruiról és szolgáltatásairól azok általános értékével és teljesítményével együtt, kereshető online értékelési adatbázis biztosítását a vevők és eladók számára, valamint termékekkel és/vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos üzleti információk szolgáltatását – illetően igaz, hogy e szolgáltatásokkal a Törvényszék együttesen foglalkozott a megtámadott ítélet 41. és 42. pontjában. A Törvényszék azonban lényegében arra a következtetésre jutott, hogy a nagyközönség szemszögéből e szolgáltatások nem jelentenek többet, mint a termékek értékesítésével kapcsolatos hasznos kereskedelmi információk szolgáltatását.

107. E tekintetben egyetértek a Törvényszék következtetéseivel. A Tulliallan Burlington ítéletben értelmezett Praktiker ítélet gondolatmenetét követve e szolgáltatásokat szintén a kiskereskedelmi szolgáltatások jellemzőinek kell tekinteni, ha másért nem, akkor azért, mert azok „az adásvételi jogügyleten kívül különféle szolgáltatások nyújtását [jelentik], amelyek célja, hogy a fogyasztókat az ezen üzletekben található áruk megvásárlására ösztönözze”⁴¹.

⁴¹ Tulliallan Burlington ítélet, 127. pont.

108. Nem kétkem, hogy az online vásárlás megjelenésével ilyen jellegű értékelési, összehasonlítási és visszajelzési szolgáltatások könnyebben és hatékonyabban nyújthatók azok részére, akik igénybe kívánják venni az online vásárlási platformot. Az ilyen jellegű információs szolgáltatás azonban véleményem szerint nem különbözik alapvetően az olyan jellegű információs szolgáltatástól, amelyet a hagyományos üzletközpontok tulajdonosai nyújthattak, és valószínűleg továbbra is nyújtanak. Az ilyen üzletközpontok tulajdonosai már az internet megjelenése előtt is kétségtelenül rendszeresen szolgáltatottak ilyen jellegű információkat bérlőik számára a fogyasztói preferenciákról, a vásárlói forgalomról, a fogyasztói felmérések eredményeiről, stb.

109. Mindezen indokok alapján ezért úgy vélem, hogy e szolgáltatások rendeltetése és közönség általi észlelése nem változtat azon, hogy azok a 35. osztályba tartozó – a Bíróság által a Praktiker ítéletben és különösen a Tulliallan Burlington ítéletben értelmezett – kiskereskedelmi szolgáltatásnak minősülnek.

110. Mindezek alapján ezt az érvet mint megalapozatlant el kell utasítani.

d) Negyedik alrész: annak kérdéséről, hogy a Wallapop megtámadott védjegyének árujegyzékébe tartozó szolgáltatások versenyeznek-e az Unipreus korábbi védjegyének szolgáltatásaival

111. A Wallapop szerint az általa nyújtott szolgáltatások egyszerűen az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, és nem kapcsolódnak a kiskereskedelemhez.

112. A Wallapop hangsúlyozza azt a körülményt, hogy a bejelentett védjeggel jelölt szolgáltatások nem a felszólaló védjegyének sportcikk eladására irányuló szolgáltatásaival, hanem egyéb digitális vagy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokkal versenyeznek.

113. Amint az a jelen indítvány 45., 46., valamint 51. és 52. pontjából egyértelműen kitűnik, a Törvényszéknek a megtámadott ítélet 37. pontjában szereplő azon megállapítása, hogy nem zárható ki, hogy a Wallapop bejelentése egy hagyományos weboldal online értékesítésekre történő használatára vonatkozik, olyan ténymegállapítás, amely nem vitatható a fellebbezés során a tények elferdítésére vonatkozó állítás hiányában. Ebből következően ezért a szóban forgó szolgáltatások⁴² egyértelműen versenyeznek egymással.

114. Ezenfelül – amint azt már megjegyeztem – ez az érv a közvetített online szolgáltatások, az online kereskedelem és a fizikai üzlethelyiségekben folytatott kiskereskedelem közötti szigorú megkülönböztetésen alapul. Amint azt azonban az Unipreus a tárgyalás során mindvégig kétségbeesetten igyekezett hangsúlyozni, ez a megkülönböztetés figyelmen kívül hagyja a piaci helyzetet, a fogyasztói szokások online vásárlással kapcsolatos változását és mindenekelőtt az átlagos fogyasztó észlelését. Önmagában az a körülmény, hogy – újra megismételve – a Törvényszék úgy ítélte meg, hogy az Unipreus által online értékesített sportcipőket a Wallapop platformján is eladásra kínálják, alátámasztja ezt az érvet, még ha az online kiskereskedelmi értékesítést az e közvetítői szolgáltatásokat igénybe vevő harmadik fél kiskereskedők végzik is, nem pedig maga a Wallapop.

115. Mindezek alapján ezt az érvet mint megalapozatlant el kell utasítani.

⁴² Hagyományos weboldal online értékesítésekre történő használata.

116. A jelen indítványban ismertetett indokok alapján úgy vélem, hogy a Törvényszék jogosan vonta le e következtetéseit a szóban forgó szolgáltatások hasonlóságát illetően, és ennek során nem alkalmazta tévesen a jogot.

VII. A költségekről

117. Az eljárási szabályzat 184. cikkének (2) bekezdése alapján a Bíróság határoz a költségekről, ha a fellebbezés megalapozatlan. A 138. cikk (1) bekezdése értelmében, amely az eljárási szabályzat 184. cikkének (1) bekezdése szerint a fellebbezési eljárásra is alkalmazandó, a peresztes felet kell kötelezni a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte.

118. A Wallapopot, mivel fellebbezése keretében peresztes lett, az Unipreus kérelmének megfelelően kötelezni kell a saját költségei, valamint az Unipreus részéről felmerült költségek viselésére.

119. Mivel az EUIPO peresztes lett, de az Unipreus nem kérte, hogy a Bíróság kötelezze az Unipreus fellebbezési eljárással kapcsolatban felmerült költségeinek viselésére, az EUIPO-t kell kötelezni a jelen eljárással kapcsolatban felmerült saját költségei viselésére.

VIII. Végkövetkeztés

120. A fenti megfontolások fényében azt javaslom a Bíróságnak, hogy a következőképpen határozzon:

- utasítsa el a jelen fellebbezést, és hagyja helyben a Törvényszék ítéletét;

- kötelezze a Wallapop, SL-t saját költségeinek, valamint az Unipreus, SL részéről a fellebbezési eljárással kapcsolatban felmerült költségeknek a viselésére;
- kötelezze az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatalát (EUIPO) a fellebbezési eljárással kapcsolatban felmerült saját költségeinek viselésére.