

Impugnazione proposta il 5 dicembre 2018 dalla Wallapop, S.L. avverso la sentenza del Tribunale (Sesta Sezione) del 3 ottobre 2018, causa T-186/17, Unipreus/EUIPO– Wallapop (wallapop)

(Causa C-763/18 P)

(2019/C 131/25)

Lingua processuale: lo spagnolo

Parti

Ricorrente: Wallapop, S.L. (rappresentanti: D. Sarmiento Ramírez-Escudero e N. Porxas Roig, abogados)

Altre parti nel procedimento: Ufficio europeo per la proprietà intellettuale e Unipreus, S.L.

Conclusioni della ricorrente

La ricorrente chiede che la Corte voglia:

- annullare la sentenza, per le ragioni esposte nell'unico motivo, dichiarando che i servizi controversi non sono simili;
- condannare l'Unipreus alle spese sostenute dalla Wallapop nel giudizio di primo grado e nel presente procedimento dinanzi alla Corte di giustizia.

Motivi e principali argomenti

La Wallapop, S.L. interpone appello avverso la sentenza del Tribunale (Sesta Sezione) del 3 ottobre 2018, pronunciata nella causa T-186/17 ⁽¹⁾, relativa a un procedimento di opposizione avviato dall'Unipreus, S.L. a seguito della domanda di marchio figurativo dell'Unione europea n. 13 268 941 presentata dalla Wallapop, S.L..

L'impugnazione si basa su un unico motivo di impugnazione, vertente sulla violazione dell'articolo 8, paragrafo 1, lettera b) del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio dell'Unione europea ⁽²⁾ [attualmente, articolo 8, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea] e della giurisprudenza relativa alla somiglianza tra servizi.

In particolare, la ricorrente del procedimento di impugnazione basa il suo motivo di impugnazione sull'erronea applicazione da parte del Tribunale dei criteri stabiliti dalla giurisprudenza per determinare la somiglianza degli ambiti di applicazione dei marchi, essenzialmente per non aver tenuto conto né della nozione di immissione in commercio né dei servizi che il mercato online di regola fornisce in base alla sua nozione legale e giurisprudenziale; vale a dire servizi di intermediazione e non invece servizi di marketing o servizi simili.

Tale erronea valutazione da parte del Tribunale si ripercuote sull'analisi della somiglianza tra i servizi in questione che quest'ultimo effettua nella sua sentenza applicando i criteri stabiliti dalla giurisprudenza a tal fine (come la natura, i canali di distribuzione, la destinazione e la percezione o la concorrenza nonché la complementarietà tra servizi).

⁽¹⁾ Sentenza del 3 ottobre 2018, Unipreus/EUIPO — Wallapop (wallapop) (T-186/17, non pubblicata, EU:T:2018:640).

⁽²⁾ GU 2009, L 78, pag. 1.