Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DEL TRIBUNALE (Terza Sezione)

19 novembre 2025 *

«Marchio dell'Unione europea – Procedimento di decadenza – Marchio dell'Unione europea figurativo Làv – Articolo 18, paragrafo 1, e articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento (UE) 2017/1001 – Prova dell'uso effettivo – Valutazione degli elementi di prova – Onere della prova irragionevole o eccessivo – Principio di buona amministrazione – Articolo 41 della Carta dei diritti fondamentali»

Nella causa T-563/24,

Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, con sede in Kütahya (Turchia), rappresentata da J. Erdozain López, J. Vicente Martínez e M. López Camba, avvocati

ricorrente,

contro

Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), rappresentato da D. Stoyanova-Valchanova, in qualità di agente,

convenuto,

controinteressata nel procedimento dinanzi alla commissione di ricorso dell'EUIPO:

Olav GmbH, con sede in Colonia (Germania),

IL TRIBUNALE (Terza Sezione),

composto, al momento della deliberazione, de P. Škvařilová-Pelzl (relatrice), presidente, I. Nõmm e D. Kukovec, giudici,

cancelliere: J. Čuboň, amministratore

vista la fase scritta del procedimento,

in seguito all'udienza del 7 luglio 2025,

ha pronunciato la seguente

* Lingua processuale: l'inglese.

Sentenza

1 Con il suo ricorso fondato sull'articolo 263 TFUE, la Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, ricorrente, chiede l'annullamento della decisione della quarta commissione di ricorso dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) del 22 agosto 2024 (procedimento R 214/2024-4) (in prosieguo: la «decisione impugnata»).

Fatti

2 La ricorrente è titolare del marchio dell'Unione europea n. 011224821, registrato il 7 marzo 2013 a seguito di una domanda presentata il 28 settembre 2012 dalla Gürallar YAPI Malzemeleri Ve Kimya Sanayii Anonim Sirketi, suo dante causa, per il seguente segno figurativo:

Làv

3 I prodotti e i servizi contrassegnati dal marchio menzionato al precedente punto 2 rientravano nelle classi 8, 11, 19, 21, 35, 37 e 39 ai sensi dell'Accordo di Nizza sulla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, del 15 giugno 1957, come rivisto e modificato, e corrispondevano, per ciascuna di tali classi, alla seguente descrizione:

– classe 8: «Utensili e strumenti azionati manualmente; coltelleria, forchette e cucchiai; armi bianche; rasoi; posate in metalli preziosi o placcate, ovvero, coltelli, cucchiai e forchette; tagliauova o affettatrici di formaggi non elettriche, tagliapizza non elettrici, utensili per pelare la frutta e la verdura non elettrici»;

– classe 11: «Apparecchi di illuminazione, di riscaldamento, di produzione di vapore, di cottura, di refrigerazione, di essiccamento, di ventilazione, di distribuzione d'acqua e impianti sanitari; Vasche da bagno, bidé, bagni, cabine doccia, orinatoi (impianti sanitari) WC, gabinetti, portatili; lavandini, lavandini»;

– classe 19: «Materiali da costruzione non metallici; tubi rigidi non metallici per la costruzione; asfalto, pece e bitume; costruzioni trasportabili non metalliche; monumenti non metallici; materiali sagomati per l'edilizia, la costruzione e la costruzione di strade, a base di cemento, gesso, terra, argilla, sabbia, pietra naturale, pietra artificiale, legno, plastica o materiali sintetici; costruzioni, aste, barriere; rivestimenti per superfici non metallici naturali o sintetici per l'edilizia, sotto forma di piastre o strisce (termo-adesive); blocchi di vetro per la costruzione, elementi da costruzione in vetro, piastrelle in vetro, lastre di vetro, pannelli di vetro per l'edilizia»;

– classe 21: «Utensili e recipienti per uso domestico o di cucina; pettini e spugne; spazzole (eccetto i pennelli); materiali per la fabbricazione di spazzole; materiale per pulizia; paglia di ferro; vetro grezzo o semilavorato (eccetto il vetro da costruzione); vetreria, porcellana e maiolica non comprese in altre classi; piatti da portata, barattoli, scatole per biscotti, bicchieri, tazze, vassoi, portauova, tazzine da caffè, tegami, caraffe, stampi per dolci, teiere, stoviglie da tavola (tranne coltelli, forchette e cucchiai) in vetro e porcellana, ovvero, vasche di lavello,

calici, piastre, saliere e pepiere, vaschette per salse, brocchette e vasi; statuette, statue e oggetti artistici in vetro e porcellana»;

– classe 35: «Pubblicità; gestione di affari commerciali; amministrazione commerciale; lavori di ufficio; raccolta, a beneficio di terzi, di utensili e strumenti manuali, apparecchi per illuminazione, riscaldamento, produzione di vapore, cottura, refrigerazione, essiccamento, ventilazione, distribuzione d'acqua ed impianti sanitari, materiali da costruzione, tubi rigidi non metallici per l'edilizia, costruzioni trasportabili non metalliche, monumenti, non in metallo, utensili e contenitori per la casa o la cucina, vetreria, porcellana e ceramica (tranne il trasporto relativo), per facilitarne ai clienti la visione e l'acquisto; i suddetti servizi possono essere forniti in negozi, ingrossi, attraverso cataloghi di vendita per corrispondenza o tramite mezzi elettronici, per esempio siti web o canali televisivi dedicati agli acquisti»;

– classe 37: «Costruzione; riparazione; servizi d'installazione; servizi di costruzione; costruzione, riparazione e lavori di restauro»;

– classe 39: «Trasporto; imballaggio e deposito di merci; organizzazione di viaggi; servizi d'agenzie di commissione per trasporti, ovvero organizzazione d'escursioni per turisti, servizi d'agenzie di commissione per merci, sotto forma di mediazione di merci, servizi d'agenzie navali sotto forma di trasporto di merci su nave, servizi di uffici turistici e servizi di guide turistiche, prenotazioni per trasporti e viaggi e biglietti di viaggi, servizi di organizzazione di viaggi».

4 L'8 dicembre 2022 la Olav GmbH, controinteressata nel procedimento dinanzi alla commissione di ricorso, ha depositato una domanda di decadenza del marchio menzionato al precedente punto 2 per tutti i prodotti e i servizi per i quali detto marchio era stato registrato, sulla base dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (GU 2017, L 154, pag. 1), per il motivo che detto marchio non aveva formato oggetto di un uso effettivo per un periodo ininterrotto di cinque anni.

5 Con decisione del 28 novembre 2023, la divisione di annullamento ha parzialmente accolto la domanda e ha dichiarato la decadenza del marchio contestato per tutti i prodotti menzionati al precedente punto 3, ad eccezione dei «recipienti per uso domestico o di cucina; vetreria non compresa in altre classi; piatti da portata, barattoli, scatole per biscotti, bicchieri, tazze, tazzine da caffè, caraffe, stoviglie da tavola (tranne coltelli, forchette e cucchiai) in vetro, ovvero, vasche di lavello, calici, piastre, brocchette», rientranti nella classe 21.

6 Il 28 gennaio 2024 la Olav GmbH ha proposto ricorso dinanzi all'EUIPO, in forza degli articoli da 66 a 71 del regolamento n. 2017/1001, avverso la decisione della divisione di annullamento, in quanto la decadenza del marchio contestato non era stata pronunciata per i prodotti menzionati al precedente punto 5.

7 Con la decisione impugnata, la commissione di ricorso ha annullato la decisione della divisione di annullamento, ritenendo, in sostanza, che gli elementi di prova prodotti dalla ricorrente non raggiungessero la soglia di efficacia probatoria richiesta per dimostrare l'estensione dell'uso del marchio contestato e che l'assenza di spiegazioni supplementari e di riferimenti incrociati da parte della ricorrente ostasse a che detti elementi di prova potessero essere considerati solidi, oggettivi e sufficienti.

Conclusioni delle parti

8 La ricorrente chiede, in sostanza, che il Tribunale voglia:

– annullare la decisione impugnata, in quanto ha accolto la domanda di decadenza per tutti i prodotti della classe 21 designati dal marchio contestato;

– condannare l'EUIPO alle spese;

– condannare la Olav GmbH alle spese.

9 L'EUIPO chiede che il Tribunale voglia annullare la decisione impugnata.

10 In udienza, la ricorrente ha integrato le sue conclusioni chiedendo al Tribunale, in subordine, di riformare la decisione impugnata.

11 Peraltro, in udienza, la ricorrente ha dichiarato di rinunciare al suo capo delle conclusioni diretto alla condanna della Olav GmbH alle spese, dal momento che quest'ultima non era parte nel procedimento dinanzi al Tribunale, circostanza di cui si è preso atto nel verbale d'udienza.

In diritto

Sulla ricevibilità di taluni capi delle conclusioni

Sulla ricevibilità del capo delle conclusioni della ricorrente diretto alla riforma della decisione impugnata

12 In udienza, la ricorrente ha proposto dinanzi al Tribunale un capo delle conclusioni supplementare diretto, in subordine, alla riforma della decisione impugnata. In sostanza, la ricorrente chiede al Tribunale di constatare, al pari della divisione di annullamento, che il marchio contestato è stato oggetto di un uso effettivo, sulla base degli elementi di prova prodotti durante la fase precontenziosa.

13 Ai sensi dell'articolo 21 dello Statuto della Corte di giustizia dell'Unione europea, applicabile al procedimento dinanzi al Tribunale conformemente all'articolo 53, primo comma, del medesimo statuto, nonché dell'articolo 76 del regolamento di procedura del Tribunale, l'atto introduttivo del giudizio deve indicare segnatamente l'oggetto della controversia e contenere le conclusioni del ricorrente. Le conclusioni devono essere esposte in modo preciso e non equivoco poiché, altrimenti, il Tribunale rischierebbe di statuire *infra* o *ultra petita* e i diritti del convenuto rischierebbero di essere negati [v., in tal senso e per analogia, sentenza del 21 ottobre 2015, Petco Animal Supplies Stores/UAMI – Gutiérrez Ariza (PETCO), T-664/13, EU:T:2015:791, punto 24 e giurisprudenza citata]. Peraltro, nuove domande presentate per la prima volta all'udienza non possono essere ammesse se non privando il convenuto della possibilità di preparare una risposta e di violare quindi i diritti della difesa (v., in tal senso, sentenze del 17 marzo 2005, Commissione/AMI Semiconductor Belgium e a., C-294/02, EU:C:2005:172, punto 75, e del 15 settembre 2021, ADR Center/Commissione, T-364/15, non pubblicata, EU:T:2021:593, punto 65 e giurisprudenza citata).

14 Pertanto, possono essere prese in considerazione solo le conclusioni presentate nell'atto introduttivo del giudizio e la fondatezza del ricorso deve essere valutata unicamente alla luce delle conclusioni figuranti in detto atto introduttivo. L'articolo 84, paragrafo 1, del regolamento di procedura autorizza la deduzione di motivi nuovi, a condizione che questi ultimi si basino su elementi di diritto e di fatto emersi durante il procedimento. Dalla giurisprudenza si evince che tale condizione disciplina *a fortiori* qualsiasi modifica delle conclusioni e che, in assenza di elementi di diritto e di fatto emersi durante la fase scritta, possono essere prese in considerazione solo le conclusioni contenute nel ricorso (v. in tal senso, sentenza del 21 ottobre 2015, PETCO, T-664/13, EU:T:2015:791, punto 25 e giurisprudenza citata).

15 Orbene, nel caso di specie, la domanda di riforma della decisione impugnata non si fonda su alcun elemento nuovo, ai sensi dell'articolo 84, paragrafo 1, del regolamento di procedura, cosicché, anche supponendo che la ricorrente abbia voluto adeguare le sue conclusioni in udienza, una siffatta modifica non può essere ammessa tenuto conto dell'assenza di qualsiasi elemento di diritto e di fatto nuovo che sarebbe emerso durante il procedimento.

16 Ne consegue che il capo delle conclusioni della ricorrente diretto, in subordine, alla riforma della decisione impugnata, presentato per la prima volta dinanzi al Tribunale in udienza, è irricevibile.

Sulla ricevibilità del capo delle conclusioni con cui l'EUIPO aderisce alle conclusioni della ricorrente

17 Con il suo capo delle conclusioni unico, l'EUIPO aderisce alle conclusioni della ricorrente dirette all'annullamento della decisione impugnata.

18 Orbene, anche se l'EUIPO non dispone della legittimazione attiva richiesta per impugnare una decisione di una commissione di ricorso, esso non può, per converso, essere tenuto a difendere sistematicamente ogni decisione impugnata di una commissione di ricorso o a concludere necessariamente per il rigetto di qualsiasi ricorso rivolto contro una tale decisione. Nulla impedisce all'EUIPO di aderire ad una conclusione della ricorrente o anche di rimettersi semplicemente al prudente apprezzamento del Tribunale, presentando tutti gli argomenti che ritiene appropriati per fornire delucidazioni al Tribunale. Per contro, non può formulare conclusioni dirette all'annullamento o alla riforma della decisione della commissione di ricorso su un punto non sollevato nel ricorso o presentare motivi non sollevati nel ricorso [v. sentenza del 25 ottobre 2005, Peek & Cloppenburg/UAMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, punto 22 e giurisprudenza citata].

19 Nel caso di specie, occorre osservare che la ricorrente contesta alla commissione di ricorso di avere, in sostanza, imposto, nell'ambito di un procedimento di decadenza, un requisito di qualità della prova così elevato da costituire un vincolo estremamente gravoso e poco pratico al fine di dimostrare l'uso effettivo del marchio contestato. Inoltre, la ricorrente sostiene che la commissione di ricorso ha commesso un errore di valutazione nel ritenere che le prove concernenti l'estensione dell'uso di detto marchio fossero insufficienti per considerare effettivo il medesimo.

20 L'EUIPO sostiene, in sostanza, l'argomento della ricorrente e contesta alla commissione di ricorso di aver imposto, nelle circostanze di fatto specifiche del caso di specie, un requisito di qualità della prova irragionevole, cosicché la decisione impugnata dovrebbe essere annullata.

21 Ne consegue che il capo delle conclusioni unico, con il quale l'EUIPO aderisce alle conclusioni della ricorrente dirette all'annullamento, deve essere dichiarato ricevibile in quanto esso e gli argomenti addotti a suo sostegno non esulano dall'ambito delle conclusioni e degli argomenti addotti dalla ricorrente.

Nel merito

22 La ricorrente deduce un motivo unico, vertente sulla violazione dell'articolo 58, paragrafi 1 e 2, del regolamento 2017/1001. In sostanza, essa contesta alla commissione di ricorso di aver ritenuto che l'estensione dell'uso del marchio contestato non potesse essere dimostrata, tenuto conto dello scarso valore probatorio degli elementi di prova presentati, e di averle contestato di essersi astenuta dal fornire spiegazioni supplementari nonché di effettuare un riferimento incrociato sufficientemente elaborato dell'insieme degli elementi presentati a sostegno della sua argomentazione.

23 L'EUIPO sostiene altresì che la commissione di ricorso ha imposto un onere della prova irragionevole alla ricorrente.

24 Tuttavia, l'EUIPO eccepisce l'irricevibilità degli elementi e degli argomenti dedotti dalla ricorrente ai punti 41 e 42 del ricorso, che sarebbero presentati per la prima volta dinanzi al Tribunale.

25 Nel caso di specie, al fine di fornire la prova dell'uso effettivo del marchio contestato, la ricorrente ha fornito i seguenti elementi di prova:

– uno *screenshot* di una pagina del sito Internet «company.lav.com.tr», datato aprile 2023 (allegato 1);

– una selezione di fotografie non datate che mostrano confezioni dei prodotti menzionati al precedente punto 5 disponibili per la vendita (allegato 2);

– uno *screenshot* di una pagina del sito internet «company.lav.com.tr», datata aprile 2023, che fa riferimento a varie pubblicazioni di diversi media (allegato 3);

– una selezione di fatture, distinte dei colli e altri documenti commerciali, datati dal 2017 al 2022 (allegati da 4 a 9);

– due cataloghi di prodotti contenenti la parola «lav», datati 2014 e 2023 (allegati 10 e 11);

– un estratto del bollettino turco del registro delle imprese del 10 aprile 2014 concernente la fusione dell'entità giuridica della ricorrente nella presente causa e della Gürallar YAPI Malzemeleri Ve Kimya Sanayii Anonim Sirketi (allegato 12).

26 La ricorrente sostiene, in primo luogo, che i punti 70 e 71 della decisione impugnata sono viziati da una contraddittorietà della motivazione in quanto, da un lato, la commissione di ricorso ha menzionato l'attività della ricorrente e del suo dante causa titolare del marchio contestato nell'industria vetraria e l'esportazione di taluni prodotti in questione verso 140 paesi, tra cui la Spagna e la Francia, nonché l'esistenza di un ufficio di commercializzazione e di vendita in Italia e, dall'altro, la medesima ha concluso, al punto 72 della medesima decisione, che l'unico riferimento chiaro concernente il territorio rilevante riguardava la Turchia. Inoltre, la ricorrente fa valere che i cataloghi di cui trattasi, quali presentati negli allegati 10 e 11, contengono

riferimenti in spagnolo e in francese e sostiene che l'uso esclusivo dell'inglese e del turco per i cataloghi si giustifica con l'esistenza di un'unica versione destinata alla distribuzione internazionale.

27 In secondo luogo, la ricorrente fa valere, in sostanza, che i documenti forniti agli allegati da 4 a 9 sono costituiti da una serie di documenti doganali contenenti l'indicazione dell'uso del marchio contestato mediante l'elemento «lav», che figura su detti documenti inviati a società stabilite in tutta l'Unione europea. Essa sostiene, inoltre, che tutte le fatture contengono un riferimento comune ai prodotti contrassegnati dal marchio contestato, identificati dalla stessa struttura testuale composta dalle lettere maiuscole «LV» seguite da un trattino prima della menzione del riferimento specifico del prodotto di cui trattasi.

28 In terzo luogo, la ricorrente menziona un numero totale di 2 919 righe contenenti il riferimento LV nelle fatture relative alla vendita di prodotti contrassegnati dal marchio contestato, ripartite su tutto il periodo di riferimento e il cui importo totale ammonta a oltre EUR 6,485 milioni.

29 In quarto luogo, la ricorrente contesta alla commissione di ricorso di aver commesso, in sostanza, un errore di valutazione nel considerare, al punto 76 della decisione impugnata, che le fatture prodotte non dimostravano che prodotti asseritamente contrassegnati dal marchio contestato fossero mai stati proposti in un punto vendita dell'Unione, ancor meno acquistati da un consumatore finale e che, inoltre, era difficile sapere quando i prodotti asseritamente spediti «verso l'Europa» fossero stati effettivamente venduti in un qualsiasi punto vendita al dettaglio. Inoltre, secondo la ricorrente, la commissione di ricorso avrebbe commesso un errore di diritto considerando, per la prima volta durante la fase precontenziosa, che essa era tenuta a fornire la prova della vendita dei prodotti di cui trattasi direttamente ai consumatori finali.

30 In quinto luogo, la ricorrente contesta le valutazioni della commissione di ricorso derivanti dai punti da 82 a 84 della decisione impugnata, secondo le quali, in sostanza, è vero che i codici di prodotti e le descrizioni contenute in una fattura potevano rinviare a prodotti figuranti in un catalogo e commercializzati con il marchio il cui uso effettivo doveva essere dimostrato, ma tale situazione era ipotetica in quanto tale e non equivaleva evidentemente alla prova solida e obiettiva dell'uso effettivo e sufficiente richiesta per dimostrare l'uso effettivo.

31 Secondo la ricorrente, non era ragionevole imporle di stabilire un nesso tra ciascuna delle 2 919 righe individuate nelle fatture e che menzionavano i prodotti contrassegnati dal marchio contestato con i riferimenti e le fotografie contenuti nei cataloghi. La ricorrente fa valere, peraltro, che esistono descrizioni di prodotti che sono collegate ai riferimenti menzionati nelle distinte dei colli figuranti negli allegati da 4 a 9. Un siffatto obbligo costituirebbe un vincolo estremamente gravoso e poco pratico. Inoltre, la ricorrente sostiene, in sostanza, che la commissione di ricorso non aveva alcuna ragione di astenersi dal procedere alla verifica dei riferimenti incrociati effettuati dalla divisione di annullamento né di farlo essa stessa nel corso della sua analisi.

32 In sesto luogo, per quanto riguarda l'estensione dell'uso del marchio contestato, la ricorrente ritiene che gli elementi di prova prodotti negli allegati da 4 a 9 contenessero un gran numero di fatture che era di per sé sufficiente a dimostrare la quantità significativa di prodotti venduti e, pertanto, l'estensione dell'uso di detto marchio.

33 Più in particolare, la ricorrente sostiene che gli importi cumulati delle vendite realizzate derivano dalle fatture indirizzate a destinatari stabiliti nel territorio rilevante, il che è confermato anche dalle distinte dei colli e dai documenti doganali forniti a loro sostegno. Inoltre, secondo la ricorrente, gli importi fatturati in euro si riferivano ai prodotti recanti l'elemento «lav».

34 L'EUIPO fa valere, in primo luogo, che la commissione di ricorso non ha commesso errori di valutazione, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, quanto ai destinatari delle fatture e che, in sostanza, la commissione di ricorso non ha suggerito che l'uso dovesse rivolgersi ai consumatori finali per essere riconosciuto come uso esterno.

35 In secondo luogo, per quanto riguarda l'onere e il livello della prova, l'EUIPO rileva che la commissione di ricorso ha riconosciuto, sotto un primo profilo, ai punti 35 e 36 della decisione impugnata, che i documenti contenuti negli allegati da 4 a 9 erano in gran parte espliciti e contenevano codici di prodotti nonché riferimenti al marchio contestato, sotto un secondo profilo, dai punti 49 e 50 della decisione impugnata, che dalle fatture e dai documenti commerciali risultava che i prodotti erano venduti dalla titolare di detto marchio o, con il suo consenso, a diverse entità in diversi Stati membri dell'Unione, cosicché gli elementi di prova fornivano indicazioni sufficienti circa l'estensione territoriale dell'uso asserito, sotto un terzo profilo, al punto 53 della decisione impugnata, che il marchio contestato compariva nell'indicazione del prodotto figurante sulle fatture e sui documenti commerciali, nei cataloghi e sugli *screenshot* di pagine del sito Internet della ricorrente e che l'uso di tale marchio era pubblico, esterno e manifesto per i clienti effettivi o potenziali dei prodotti e, sotto un quarto profilo, al punto 64 della decisione impugnata, che dai cataloghi forniti risultava l'uso del marchio contestato per una varietà di prodotti designati da quest'ultimo.

36 In terzo luogo, l'EUIPO ha constatato che la commissione di ricorso aveva stabilito, al contrario, ai punti 83, 84 e 87 della decisione impugnata, che la ricorrente non aveva dimostrato l'estensione dell'uso del marchio contestato in quanto non aveva fornito spiegazioni o elementi di prova che consentissero di stabilire un nesso chiaro tra i prodotti esatti indicati nelle diverse fatture e la documentazione restante, compresi i diversi codici di prodotti. Inoltre, l'EUIPO osserva che la commissione di ricorso ha ritenuto che i riferimenti incrociati avrebbero potuto conferire alle fatture il valore probatorio richiesto che mancava nelle osservazioni della ricorrente e che la divisione di annullamento aveva statuito sulla base di semplici probabilità o presunzioni.

37 A tal riguardo, l'EUIPO sostiene, al pari della ricorrente nell'ambito del ricorso, che il Tribunale ha già confermato che un confronto diligente dei codici di prodotti sulle riproduzioni di prodotti su fotografie e nei cataloghi, da un lato, e sulle fatture, dall'altro, non equivaleva a una semplice stima di probabilità o a una semplice supposizione, ma implicava un processo razionale e logico nell'ambito della valutazione dell'uso effettivo [v., in tal senso, sentenza del 17 luglio 2024, W.B. Studio/EUIPO – E.Land Italy (BF BELFE), T-54/23, non pubblicata, EU:T:2024:481, punti 60 e 61]. Inoltre, l'EUIPO osserva che la commissione di ricorso ha riconosciuto, ai punti 79, 80, 82 e 83 della decisione impugnata, il lavoro della divisione di annullamento e ha confermato le descrizioni dei prodotti figuranti nei documenti contenenti riferimenti al marchio contestato. Detti riferimenti comprenderebbero altresì una breve descrizione dei prodotti che consentirebbe di identificare nelle fatture sette esempi di codici di prodotti che possono essere associati ai cataloghi, conformemente alle spiegazioni fornite dalla ricorrente dinanzi alla divisione di annullamento e alla commissione di ricorso. Infatti, la ricorrente avrebbe spiegato, nelle sue osservazioni relative alla prova dell'uso del 14 aprile 2023 e nelle sue osservazioni in

risposta al ricorso del 22 maggio 2024, che i numeri di riferimento figuranti alle pagine da 122 a 127 del catalogo, prodotto nell'allegato 10, potevano essere oggetto di riferimenti incrociati con le fatture. Essa avrebbe altresì fornito un elenco di prodotti referenziati e figuranti sulle immagini.

38 In tali circostanze, in quarto luogo, l'EUIPO ritiene che la ricorrente non avesse alcuna ragione di fornire spiegazioni supplementari per collegare ciascuno degli articoli menzionati nelle fatture e nei cataloghi di prodotti, cosicché la commissione di ricorso avrebbe imposto, nelle circostanze specifiche di tale causa, un onere della prova irragionevole ai sensi del regolamento 2017/1001 e del punto 31 della sentenza del 19 ottobre 2022, Louis Vuitton Malletier/EUIPO – Wisniewski (Rappresentazione di un motivo a scacchiera II) (T-275/21, non pubblicata, EU:T:2022:654).

39 Di conseguenza, l'EUIPO si è astenuto dal presentare osservazioni in risposta agli altri argomenti della ricorrente e chiede l'annullamento della decisione impugnata.

40 Ai sensi dell'articolo 18, paragrafo 1, primo comma, del regolamento n. 2017/1001 e dall'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del medesimo regolamento, il titolare di un marchio dell'Unione europea è dichiarato decaduto dai suoi diritti, su domanda presentata all'EUIPO, se il marchio, per un periodo ininterrotto di cinque anni, non ha formato oggetto di un uso effettivo nell'Unione per i prodotti o i servizi per i quali il marchio è stato registrato e non vi sono motivi legittimi per il mancato uso.

41 Per quanto riguarda i criteri di valutazione dell'uso effettivo, l'articolo 10, paragrafo 3, del regolamento delegato (UE) 2018/625 della Commissione, del 5 marzo 2018, che integra il regolamento 2017/1001 e abroga il regolamento delegato (UE) 2017/1430 (GU 2018, L 104, pag. 1), è applicabile *mutatis mutandis* ai procedimenti di decadenza, in forza dell'articolo 19, paragrafo 1, del medesimo regolamento. L'articolo 10, paragrafo 3, di detto regolamento delegato prevede che la prova dell'uso deve essere relativa al luogo, al tempo, all'estensione e alla natura dell'uso che è stato fatto del marchio contestato.

42 Inoltre, ai sensi dell'articolo 10, paragrafo 4, del regolamento delegato 2018/625, la prova dell'uso effettivo si limita alla presentazione di documenti e di altri elementi giustificativi quali imballaggi, etichette, listini di prezzi, cataloghi, fatture, fotografie, pubblicità a mezzo stampa nonché dichiarazioni scritte di cui all'articolo 97, paragrafo 1, lettera f), del regolamento 2017/1001.

43 Nell'ambito di un procedimento di decadenza di un marchio, spetta in linea di principio al titolare del marchio dimostrare l'uso effettivo del marchio stesso (v. sentenza del 23 gennaio 2019, Klement/EUIPO, C-698/17 P, non pubblicata, EU:C:2019:48, punto 57 e giurisprudenza citata).

44 L'uso effettivo di un marchio non può essere dimostrato da probabilità o da presunzioni, ma deve basarsi su elementi concreti ed oggettivi che provino un uso effettivo e sufficiente del marchio sul mercato interessato. Pertanto, occorre effettuare una valutazione complessiva che tenga conto di tutti i fattori pertinenti del caso di specie e che implichi una determinata interdipendenza dei fattori presi in considerazione [v. sentenza dell'8 luglio 2020, Euroapotheca/EUIPO – General Nutrition Investment (GNC LIVE WELL), T-686/19, non pubblicata, EU:T:2020:320, punto 35 e giurisprudenza citata].

45 Non è richiesto che ciascun elemento di prova contenga informazioni su ciascuno dei quattro elementi sui quali deve vertere la prova dell'uso effettivo, vale a dire il luogo, la durata, la natura e l'estensione dell'uso. Un insieme di elementi di prova può consentire di accertare i fatti da dimostrare, anche qualora ciascuno di tali elementi, isolatamente considerato, non sia in grado di

fornire la prova dell'esattezza di tali fatti [v. sentenza del 5 marzo 2019, Meblo Trade/EUIPO – Meblo Int (MEBLO), T-263/18, non pubblicata, EU:T:2019:134, punto 84 e giurisprudenza citata]. Inoltre, la questione se un marchio sia stato oggetto di un uso effettivo deve essere valutata complessivamente, prendendo in considerazione l'insieme degli elementi disponibili. Non si tratta dunque di analizzare ciascuna prova isolatamente, bensì di esaminarle in modo unitario, al fine di identificarne il senso più probabile e coerente [v. sentenza del 21 novembre 2013, Recaro/UAMI – Certino Mode (RECARO), T-524/12, non pubblicata, EU:T:2013:604, punto 31 e giurisprudenza citata].

46 In via preliminare, come è stato confermato in udienza, poiché la durata, il luogo e la natura dell'uso del marchio contestato non sono rimessi in discussione nell'ambito del presente procedimento, occorre esaminare gli elementi forniti e gli argomenti dedotti dalle parti nella parte in cui vertono sull'estensione dell'uso effettivo e sull'onere della prova di tale uso incombente alla titolare di detto marchio.

47 In tali circostanze, occorre ricordare, in primo luogo, che è pacifico tra le parti e che dai punti 6 e 40 della decisione impugnata risulta che il periodo rilevante relativo alla durata dell'uso del marchio contestato va dall'8 dicembre 2017 al 7 dicembre 2022.

48 In secondo luogo, dai punti 49 e 50 della decisione impugnata risulta che gli elementi di prova forniti dalla ricorrente, che è un'entità stabilita al di fuori dell'Unione, ossia la Turchia, dimostravano che i suoi prodotti erano venduti da essa o, con il suo consenso, da altri distributori a diverse entità in diversi Stati membri dell'Unione, tra cui, in particolare, Germania, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Spagna, Irlanda, Italia, Grecia, Ungheria, Lituania, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica ceca, Romania, Slovacchia e Svezia, e che le valute menzionate nelle diverse fatture e nei diversi documenti commerciali erano principalmente in euro.

49 In terzo luogo, per quanto riguarda la natura dell'uso del marchio contestato, dai punti da 51 a 64 della decisione impugnata risulta che gli elementi di prova contenevano esempi sufficienti dell'uso di detto marchio per concludere che quest'ultimo era utilizzato per prodotti, quale indicazione della loro origine commerciale.

50 In quarto luogo, la commissione di ricorso ha considerato, ai punti da 51 a 53 della decisione impugnata, che il marchio contestato era stato oggetto di un uso come marchio nella normale prassi commerciale, in particolare in quanto detto marchio era stato utilizzato in modo pubblico, esterno e manifesto per clienti reali o potenziali dei prodotti in questione nel territorio dell'Unione. Più in particolare, la commissione di ricorso ha concluso che era stato sufficientemente dimostrato un nesso manifesto tra, da un lato, detto uso come indicazione dell'origine commerciale e come mezzo di pubblicità e, dall'altro, i prodotti rilevanti rientranti nella classe 21 oggetto del ricorso.

51 Inoltre, in quinto luogo, ai punti da 54 a 62 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha considerato che gli elementi di prova presentati dalla ricorrente dimostravano, in sostanza, l'uso del segno quale era stato registrato.

52 Tuttavia, per quanto riguarda l'estensione dell'uso del marchio contestato, la commissione di ricorso ha ritenuto, contrariamente alla divisione di annullamento, di non poter concludere, sulla base degli elementi di prova nel loro insieme, che l'uso effettivo di detto marchio era stato dimostrato in misura sufficiente per i prodotti pertinenti oggetto del ricorso e che, per di più, detto uso non poteva, in tal senso, essere dimostrato da semplici probabilità o da presunzioni.

53 A tal riguardo, sotto un primo profilo, per quanto riguarda i cataloghi presentati agli allegati 10 e 11, la commissione di ricorso ha considerato, ai punti da 71 a 73 della decisione impugnata, che essi erano forniti in inglese e in turco, che si riferivano agli anni 2014 e 2023 e che mostravano chiaramente il marchio contestato sotto forma di un marchio denominativo o di un segno figurativo in relazione a diversi prodotti in vetro, ma che non si poteva trarre alcuna conclusione quanto all'estensione di un siffatto uso, dal momento che sarebbe stato difficile stabilire i luoghi in cui i cataloghi erano stati stampati o pubblicati o dimostrare i luoghi e la natura della loro distribuzione. Inoltre, la commissione di ricorso ha concluso che i cataloghi non dimostravano che i prodotti di cui trattasi fossero stati effettivamente proposti con il marchio contestato nel corso del periodo di riferimento e nel territorio rilevante. A tal riguardo, la commissione di ricorso ha altresì contestato alla ricorrente di essersi astenuta dal presentare informazioni supplementari.

54 Sotto un secondo profilo, la commissione di ricorso ha considerato che, certamente, gli elementi di prova prodotti dalla ricorrente si basavano fortemente sulle fatture e sui documenti commerciali prodotti negli allegati da 4 a 9, che mostravano le vendite effettive dei prodotti di cui trattasi. Tuttavia, essa ha ritenuto che tali documenti fossero privi del valore probatorio richiesto, in quanto, in sostanza, era stato impossibile determinare i prodotti specifici contrassegnati dai diversi codici di prodotti nonché il loro volume commerciale, la frequenza e la durata delle vendite, e in quanto dette fatture non dimostravano che prodotti asseritamente contrassegnati dal marchio contestato fossero mai stati proposti in un punto vendita nell'Unione e ancor meno acquistati da un consumatore finale. Inoltre, la commissione di ricorso ha contestato alla ricorrente di non aver prodotto fatture di vendita a distributori locali o a consumatori finali, fotografie dei prodotti di buona qualità nei negozi del dettagliante nel territorio dell'Unione o ancora, cataloghi o qualsiasi altro materiale pubblicitario comprovante l'uso presso il consumatore dell'Unione.

55 In tal senso, sotto un terzo profilo, la commissione di ricorso ha, in sostanza, al punto 83 della decisione impugnata, contestato alla ricorrente di essersi astenuta dal fornire maggiori dettagli sul contenuto delle fatture e sui prodotti ivi specificamente menzionati, trascurando il lavoro di referenziazione effettuato dalla divisione di annullamento. Pertanto, la commissione di ricorso ha ritenuto che la ricorrente non fosse in grado di spiegare l'esistenza di un nesso chiaro, espresso e dimostrato, che consentisse di sapere a quali prodotti dei cataloghi facessero riferimento i codici, e che fosse impossibile dedurre da detti codici i prodotti specifici di cui si trattava e quale fosse l'estensione del loro uso. Secondo la commissione di ricorso, l'assenza di tali spiegazioni alterava e indeboliva il valore probatorio delle fatture. Essa ha altresì considerato, al punto 84 della decisione impugnata, che l'insieme degli elementi di prova prodotti era insufficiente per costituire un insieme di prove solide e oggettive dell'uso effettivo. Inoltre, secondo la commissione di ricorso, detto insieme non soddisfaceva i requisiti necessari per provare l'uso effettivo del marchio contestato. Di conseguenza, la commissione di ricorso ha ritenuto di essere stata, in sostanza, costretta a limitare il suo esame, in quanto quest'ultimo non poteva essere fondato su presunzioni o probabilità a causa dell'assenza di elementi di prova convincenti.

56 Infine, sotto un quarto profilo, al punto 85 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha contestato alla ricorrente di aver fornito documenti di qualità estremamente mediocre, che andavano fino a nuocere alla loro lettura e alla loro comprensione, e, al punto 86 di detta decisione, di aver prodotto fatture contenenti codici di prodotti che non contenevano la menzione «lv-» riferita al marchio contestato. Di conseguenza, la commissione di ricorso ha ritenuto che gli importi totali fatturati non corrispondessero alla vendita esclusiva dei prodotti contrassegnati da detto marchio.

57 Secondo la giurisprudenza, e come risulta dai precedenti punti da 43 a 45, sebbene il valore probatorio di un elemento di prova sia limitato, in quanto, considerato isolatamente, esso non dimostra con certezza se, e come, i prodotti di cui trattasi siano stati immessi sul mercato, e benché tale elemento non sia, pertanto, di per sé decisivo, esso può tuttavia essere preso in considerazione nella valutazione globale dell'effettività dell'uso. Ciò vale, ad esempio, quando tale elemento corrobora gli altri fattori pertinenti del caso di specie [v., in tal senso, sentenza del 6 marzo 2014, Anapurna/UAMI – Annapurna (ANNAPURNA), T-71/13, non pubblicata, EU:T:2014:105, punto 45 e giurisprudenza citata].

58 Nel caso di specie, in primo luogo, occorre osservare che la commissione di ricorso ha potuto agevolmente esaminare l'insieme degli elementi di prova presentati dalla ricorrente e ha determinato, su tale base e in modo motivato, la durata, il luogo e l'uso del marchio contestato. Più in particolare, ai punti 35 e 36 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha affermato che i documenti contenuti negli allegati da 4 a 9 erano in gran parte espliciti e contenevano codici di prodotti nonché riferimenti al marchio contestato. Inoltre, la commissione di ricorso ha altresì ritenuto che le informazioni chiave contenute nei documenti forniti fossero chiare e comprensibili, il che le rendeva ampiamente esplicite e sufficienti ai fini del presente procedimento.

59 Pertanto, la commissione di ricorso si è contraddetta nella sua motivazione contestando alla ricorrente, ai punti da 84 a 86 della decisione impugnata, di aver prodotto elementi di prova di qualità mediocre, che non costituivano prove solide e oggettive dell'uso del marchio contestato.

60 In secondo luogo, la commissione di ricorso ha altresì inficiato la decisione impugnata per contraddittorietà della motivazione, concludendo, ai punti 72 e 73 di detta decisione, che i cataloghi prodotti negli allegati 10 e 11 non dimostravano che i prodotti interessati fossero stati effettivamente offerti in vendita nel territorio rilevante, laddove essa aveva precedentemente constatato, ai punti 70 e 71 della medesima decisione, sulla base di detti cataloghi, che la ricorrente operava nell'industria vetraria ed esportava i suoi prodotti in 140 paesi, tra cui alcuni Stati membri dell'Unione, pur constatando, peraltro, l'esistenza di un ufficio di commercializzazione e di vendita di una parte di detti prodotti in Italia.

61 In terzo luogo, contrariamente a quanto sostiene l'EUIPO, dal punto 76 della decisione impugnata risulta che la commissione di ricorso intendeva imporre, quale prova dell'uso del marchio contestato, qualsiasi elemento che consentisse di provare la vendita dei prodotti di cui trattasi a consumatori finali nel territorio dell'Unione. Orbene, considerare che l'uso esterno di un marchio, ai sensi della giurisprudenza, consista necessariamente in un uso orientato verso i consumatori finali equivarrebbe ad escludere i marchi utilizzati nei soli rapporti tra le società dalla protezione del regolamento n. 2017/1001. Infatti, il pubblico di riferimento al quale i marchi sono destinati non comprende solo i consumatori finali, ma anche specialisti, clienti industriali e altri utilizzatori professionali [v. sentenza del 1º marzo 2023, Worldwide Brands/EUIPO – Wan (CAMEL), T-552/21, non pubblicata, EU:T:2023:98, punto 88 e giurisprudenza citata].

62 Pertanto, la commissione di ricorso ha commesso un errore di diritto imponendo alla ricorrente, in sostanza, di fornire la prova della vendita dei prodotti interessati a consumatori finali come prova dell'uso effettivo del marchio contestato. Ne consegue, inoltre, che la prova della vendita dei prodotti in questione a consumatori finali non è pertinente nel caso di specie, cosicché occorre respingere gli elementi e gli argomenti dedotti dalla ricorrente ai punti 41 e 42 del ricorso, senza che sia necessario statuire sulla loro ricevibilità.

63 In quarto luogo, occorre ricordare che, al punto 88 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha concluso che il fascicolo non conteneva elementi di prova sufficienti, anche considerati congiuntamente, che consentissero di dedurre l'estensione dell'uso del marchio contestato per i prodotti interessati.

64 A tal riguardo, sotto un primo profilo, è vero che gli allegati 10 e 11 non consentono di dimostrare in modo esplicito e inequivocabile l'uso del marchio contestato nel territorio rilevante e durante il periodo di riferimento. Tuttavia, secondo la giurisprudenza, si deve considerare che, dal momento che la durata della vita commerciale di un prodotto si estende in genere per un periodo dato e che la continuità dell'uso fa parte delle indicazioni di cui tenere conto per stabilire che l'uso era oggettivamente destinato a creare o a conservare una quota di mercato, i documenti che non appartengono al periodo di riferimento, lungi dall'essere irrilevanti, devono essere presi in considerazione e valutati congiuntamente agli altri elementi, poiché essi possono fornire la prova di uno sfruttamento commerciale effettivo e serio del marchio [v. sentenza del 16 giugno 2015, Polytetra/UAMI – EI du Pont de Nemours (POLYTETRAFLON), T-660/11, EU:T:2015:387, punto 54 e giurisprudenza citata].

65 Nel caso di specie, come giustamente rilevato dalla commissione di ricorso al punto 53 della decisione impugnata, gli allegati 10 e 11 dimostravano l'uso manifesto ed esterno del marchio contestato nella normale prassi commerciale, tra il 2014 e il 2023, ossia su un periodo superiore e più esteso rispetto al periodo di riferimento, il che costituiva un indizio pertinente nella valutazione dell'estensione dell'uso nelle circostanze del caso di specie. Ne consegue che la commissione di ricorso ha commesso un errore di valutazione astenendosi, nell'ambito della valutazione dell'estensione dell'uso, dall'esaminare in modo ragionevole e globale gli allegati 10 e 11, congiuntamente all'insieme dei riferimenti e degli elementi pertinenti che risultavano dagli allegati da 4 a 9.

66 Sotto un secondo profilo, ai punti 49 e 50 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha considerato che dall'insieme delle fatture e dei documenti commerciali risultava che i prodotti interessati erano stati venduti dalla ricorrente o, con il suo consenso, a diverse entità in diversi Stati membri dell'Unione e che tali elementi fornivano sufficienti indicazioni riguardo all'estensione territoriale dell'uso asserito. Inoltre, al punto 53 di detta decisione, la commissione di ricorso ha affermato che il marchio contestato compariva nell'indicazione dei prodotti che figurano sulle fatture e sui documenti commerciali, nei cataloghi e sugli *screenshot* di pagine del sito Internet della ricorrente, e che l'uso del marchio contestato era pubblico, esterno e manifesto per il pubblico dell'Unione. Infine, al punto 64 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha concluso che i cataloghi mostravano l'uso del marchio contestato per una varietà di prodotti designati da quest'ultimo.

67 Dal fascicolo dell'EUIPO risulta che la ricorrente ha fornito 902 pagine di fatture relative alla vendita di una moltitudine di prodotti contrassegnati dal marchio contestato, la maggior parte dei cui riferimenti disaggregati si riferivano esplicitamente al marchio contestato mediante l'uso dell'elemento «lv» prima del codice del prodotto interessato, che può essere determinato dal confronto con i cataloghi forniti agli allegati 10 e 11.

68 Infatti, nelle circostanze del caso di specie, sarebbe irragionevole ritenere che i prodotti commercializzati da un'impresa non possano essere riconosciuti in modo esplicito dal loro codice di prodotto nei cataloghi del loro produttore, dal momento che era asseritamente impossibile determinare il luogo di stampa di detti cataloghi e la loro distribuzione effettiva nel territorio pertinente durante il periodo di riferimento. Inoltre, come risulta dalla giurisprudenza citata al precedente punto 64, proprio il fatto che i prodotti siano offerti in vendita per un periodo più lungo di quello che delimita il periodo di riferimento è idoneo a rafforzare gli argomenti a favore dell'estensione dell'uso del marchio contestato.

69 Sotto un terzo profilo, come risulta dalla giurisprudenza citata al precedente punto 37 e da una giurisprudenza costante, il confronto diligente dei codici di prodotti sulle riproduzioni di prodotti su fotografie e in cataloghi, da un lato, e sulle fatture, dall'altro, non equivale ad una semplice stima di una probabilità o ad una semplice supposizione, ma implica un processo razionale e logico nell'ambito della valutazione dell'uso effettivo [v., in tal senso, sentenze del 27 aprile 2022, LG Electronics/EUIPO – Anferlux-Electrodomésticos (SmartThinQ), T-181/21, non pubblicata, EU:T:2022:247, punto 91; del 6 settembre 2023, Weider Germany/EUIPO – Den i Nosht (YIPPIE!), T-45/22, non pubblicata, EU:T:2023:513, punto 42, e del 17 luglio 2024, W. B. Studio/EUIPO – E.Land Italy (BELFE), T-50/23, non pubblicata, EU:T:2024:480, punti 60 e 61]. A tal riguardo, la ricorrente ha giustamente osservato, in udienza, che la commissione di ricorso e, *a fortiori*, la divisione di annullamento non commettevano un eccesso di potere nello stabilire, di propria iniziativa o mediante la valutazione globale degli elementi di prova loro presentati, il nesso tra le riproduzioni dei prodotti sulle fotografie e nei cataloghi, da un lato, e le fatture degli stessi prodotti, dall'altro, basandosi sulla loro rispettiva indicazione dei codici di articoli, che risultavano identici (v., in tal senso, sentenza del 17 luglio 2024, BF BELFE, T-54/23, non pubblicata, EU:C:2024:481, punto 61).

70 Pertanto, la commissione di ricorso ha commesso un errore di valutazione nel considerare, al punto 87 della decisione impugnata, che la divisione di annullamento aveva fondato il suo esame relativo all'estensione dell'uso del marchio contestato su conclusioni tratte da elementi di prova prodotti senza essere pienamente a conoscenza del loro contenuto e che essa si era così pronunciata sulla base di probabilità o di presunzioni.

71 In particolare, risulta, da un lato, dai punti 81 e 82 della decisione impugnata e, dall'altro, dalle pagine da 11 a 13 delle osservazioni della ricorrente relative alla prova dell'uso, del 14 aprile 2023, e dalle pagine 12 e 13 delle sue osservazioni in risposta al ricorso del 22 maggio 2024, che essa aveva indicato e spiegato alla divisione di annullamento e alla commissione di ricorso che i numeri di riferimento dei prodotti figuranti alle pagine 122 e 127 del catalogo di cui all'allegato 10 potevano essere oggetto di riferimenti incrociati con le fatture e aveva fornito un elenco di prodotti referenziati e figuranti nelle immagini. Peraltro, occorre altresì osservare che la commissione di ricorso non motiva neppure, in modo chiaro e sufficiente, le ragioni per le quali essa si è discostata dalle valutazioni della divisione di annullamento e ha contestato la fondatezza dei riferimenti incrociati stabiliti da quest'ultima e che le avevano consentito di caratterizzare,

sulla base di elementi che essa aveva ritenuto concreti e sostanziali, l'estensione dell'uso del marchio contestato. Pertanto, la commissione di ricorso ha altresì inficiato la sua decisione con un difetto di motivazione.

72 Pertanto, sotto un quarto profilo, dai punti da 81 a 83 della decisione impugnata risulta che le spiegazioni fornite dalla ricorrente dinanzi alla divisione di annullamento, e successivamente dinanzi alla commissione di ricorso, potevano mettere in evidenza la vendita di diversi prodotti menzionati al precedente punto 5, durante il periodo di riferimento e in volumi e per importi sufficientemente elevati per concludere nel senso dell'uso continuato, effettivo e conseguente del marchio contestato per i prodotti interessati, in forza della giurisprudenza secondo cui un marchio è oggetto di un uso effettivo, ai sensi dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, allorché assolve alla sua funzione essenziale, che è di garantire l'identità di origine dei prodotti o dei servizi per i quali è stato registrato, al fine di trovare o di mantenere per essi uno sbocco, ad esclusione degli usi simbolici, che sono tesi soltanto a conservare i diritti conferiti dal marchio (sentenza del 3 luglio 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, punto 38; v. anche, per analogia, sentenza dell' 11 marzo 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, punto 43).

73 In ogni caso, risulta chiaramente dagli allegati da 4 a 9, come sostiene la ricorrente, che prodotti del marchio contestato sono stati venduti nel territorio rilevante tra il 2017 e il 2022. Infatti, conformemente agli argomenti della ricorrente, è possibile constatare che le fatture contengono 2 919 righe comprendenti il riferimento LV, che, come risulta dal precedente punto 67, si riferiscono così alla vendita di prodotti commercializzati dalla ricorrente, il cui importo totale ammonta a oltre EUR 6,485 milioni, ripartiti nel periodo di riferimento.

74 Peraltro, contestando alla ricorrente, ai punti 72 e 83 della decisione impugnata, di essersi deliberatamente astenuta dal presentare informazioni supplementari o di aver consapevolmente deciso di non fornire ulteriori dettagli quanto ai riferimenti precisi contenuti nelle fatture, la commissione di ricorso ha inteso, alla lettura dei punti da 73 a 85 di detta decisione, imporre alla ricorrente di effettuare il lavoro di referenziazione incrociata di tutte le 2 919 righe delle fatture con ciascuno dei prodotti corrispondenti e che figuravano nei cataloghi. Inoltre, come è stato confermato in udienza, la commissione di ricorso non ha chiesto alcuna informazione o spiegazione supplementare, cosicché essa non può contestare alla ricorrente una qualsivoglia astensione intenzionale dal fornire, come le spettava a suo avviso, elementi di prova o di fatto. Orbene, la commissione di ricorso era ragionevolmente in grado di valutare l'estensione dell'uso effettivo del marchio contestato sulla base di tutti gli elementi di prova, considerati nel loro insieme, che le erano stati presentati o sulla base dei diversi indizi elaborati nelle fasi successive del suo esame o, ancora, grazie alle indicazioni che la ricorrente aveva fornito nelle sue memorie successive e che erano state riprese dalla divisione di annullamento.

75 Pertanto, in tali circostanze, si deve ritenere, da un lato, che la commissione di ricorso abbia commesso un errore di valutazione quanto alla portata dell'esame degli elementi di prova presentati dalla ricorrente al fine di dimostrare l'estensione dell'uso del marchio contestato e, dall'altro, che quest'ultima abbia inteso imporre alla ricorrente un requisito eccessivo per quanto riguarda la qualità di prova e un onere della prova irragionevole nell'ambito di un procedimento di decadenza per mancato uso effettivo.

76 A tal riguardo, sotto un quinto profilo, è vero che, in linea di principio, incombe al titolare del marchio contestato, e non all'EUIPO che agisce d'ufficio, dimostrare l'uso effettivo di tale marchio (sentenza del 26 settembre 2013, Centrotherm Systemtechnik/UAMI e centrotherm Clean

Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, punto 63). Tuttavia, come ricordato al precedente punto 42, la prova dell'uso effettivo si limita alla produzione di documenti e di altri elementi giustificativi, quali listini dei prezzi, cataloghi o fatture, come nel caso di specie.

77 Inoltre, conformemente alla giurisprudenza citata al precedente punto 44, la prova dell'uso effettivo deve basarsi su elementi concreti ed oggettivi che provino un uso effettivo e sufficiente del marchio sul mercato interessato. Tuttavia, tale requisito di una prova certa non può dar luogo a un onere della prova irragionevole o eccessivo né essere fondato su requisiti di qualità della prova più rigorosi delle condizioni ricordate dalla giurisprudenza relativa all'articolo 18, paragrafo 1, e all'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001.

78 In via preliminare, occorre respingere anzitutto gli argomenti dell'EUIPO, presentati nel suo controricorso, basati, in sostanza, sugli insegnamenti tratti dalla sentenza del 5 ottobre 2022, Puma/EUIPO – CMS (CMS Italy) (T-711/20, non pubblicata, EU:T:2022:604), relativo a un procedimento vertente su un pregiudizio alla notorietà, fondato sull'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento 2017/1001, che è autonomo rispetto al presente procedimento e i cui requisiti specifici non possono essere considerati equivalenti.

79 Nel caso di specie, la commissione di ricorso ha adottato un approccio molto rigoroso al punto 83 della decisione impugnata, esigendo dalla ricorrente di stabilire un nesso chiaro tra i diversi codici delle fatture e i prodotti considerati, che sia «spiegato, espresso e dimostrato». Orbene, la commissione di ricorso non può, senza commettere un errore di diritto, imporre, nell'ambito di un procedimento di decadenza fondato sull'articolo 18, paragrafo 1, e sull'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, un requisito di qualità della prova che ecceda la soglia ammissibile della prova di un uso effettivo e sufficiente che sia corroborato da elementi o da un insieme di indizi sufficienti derivanti dall'interdipendenza dei diversi fattori pertinenti, ai sensi della giurisprudenza citata ai precedenti punti 44 e 45.

80 Sotto un sesto profilo, occorre ricordare, al pari dell'EUIPO nel suo controricorso (v. punto 38 *supra*), che l'applicazione dei requisiti legali relativi all'onere della prova che incombe al titolare di un marchio nell'ambito di un procedimento di decadenza per dimostrare l'uso effettivo del marchio contestato non deve condurre a imporgli un onere della prova irragionevole.

81 Infatti, l'imposizione di un onere della prova irragionevole o eccessivo può sfociare in una violazione del diritto a una buona amministrazione, che fa parte dei principi generali del diritto dell'Unione e che è parimenti sancito dall'articolo 41 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea [v., per analogia, sentenze del 19 ottobre 2022, Raffigurazione di un motivo a scacchiera II, T-275/21, non pubblicata, EU:T:2022:654, punto 31; del 6 marzo 2024, Lidl Stiftung/EUIPO – MHCS (Tonalità del colore arancione), T-652/22, non pubblicata, EU:T:2024:152, punto 87, e ordinanza del 1º luglio 2025, Santos/EUIPO (Forma di uno spremiagrumi), T-668/24, non pubblicata, EU:T:2025:668, punto 31].

82 Alla luce di tutto quanto precede, occorre constatare che, in primo luogo, e come risulta dai precedenti punti da 58 a 60, la commissione di ricorso ha inficiato la decisione impugnata con diverse contraddizioni nella motivazione, in secondo luogo, come risulta dai precedenti punti da 67 a 75, la commissione di ricorso ha commesso diversi errori di valutazione e di diritto quanto all'esame degli elementi di prova relativi all'estensione dell'uso del marchio contestato e, in terzo luogo, essa ha pertanto imposto alla ricorrente un requisito di qualità della prova eccessivo e, di

conseguenza, un onere della prova irragionevole, in violazione dell'articolo 18, paragrafo 1, e dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, per cui occorre accogliere il motivo unico della ricorrente e annullare la decisione impugnata.

Sulle spese

83 Ai sensi dell'articolo 134, paragrafo 1, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda.

84 Poiché la decisione impugnata è annullata, l'EUIPO dev'essere condannato a farsi carico delle proprie spese nonché di quelle sostenute dalla ricorrente, conformemente alla domanda di quest'ultima.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Terza Sezione)

dichiara e statuisce:

1) **La decisione della quarta commissione di ricorso dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) del 22 agosto 2024 (procedimento R 214/2024-4) è annullata.**

2) **L'EUIPO è condannato a farsi carico, oltre che delle proprie spese, di quelle sostenute dalla Gürok Turizm ve Madencilik AŞ.**

Škvařilová-Pelzl Nõmm Kukovec

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 19 novembre 2025.

Firme