Συλλογή της Νομολογίας

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
GERARD HOGAN
της 25ης Ιουνίου 2020 [1]

Υπόθεση C-763/18 P

Wallapop, SL
κατά
Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO),

Unipreus, SL

«Αίτηση αναιρέσεως – Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Διαδικασία ανακοπής – Εικονιστικό σήμα που περιλαμβάνει το λεκτικό στοιχείο "wallapop" – Προγενέστερο εθνικό εικονιστικό σήμα που περιλαμβάνει το λεκτικό στοιχείο "wala w" – Άρθρο 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009 – Ομοιότητα μεταξύ των υπηρεσιών – Κλάση 35 – Υπηρεσίες λιανικής πώλησης – Επιγραμμική αγορά»

I. Εισαγωγή

1. Η αναιρεσείουσα στην παρούσα δίκη, η Wallapop SL (στο εξής: Wallapop), είναι ισπανική εταιρία η οποία λειτουργεί σε επιγραμμική αγορά. Η εφαρμογή της εταιρίας αυτής για έξυπνα κινητά τηλέφωνα και ταμπλέτες, καθώς και η ιστοσελίδα της παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα να πραγματοποιούν επιγραμμικές πωλήσεις και αγορές προϊόντων. Η Wallapop υπέβαλε στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής: EUIPO) αίτηση καταχώρισης εικονιστικού σήματος, το οποίο περιλαμβάνει τη λέξη «wallapop». Ζητήθηκε προστασία για υπηρεσίες που εμπίπτουν στην κλάση 35 του Διακανονισμού της Νίκαιας για τη διεθνή ταξινόμηση προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση σημάτων, της 15ης Ιουνίου 1957, όπως έχει αναθεωρηθεί και τροποποιηθεί, μεταξύ άλλων για ορισμένες υπηρεσίες επιγραμμικού εμπορίου, σχετικές με τη λειτουργία επιγραμμικής αγοράς, και συναφείς υπηρεσίες.

2. Η Unipreus SL (στο εξής: Unipreus), ισπανική εταιρία λιανικής πώλησης υποδημάτων, κίνησε διαδικασία ανακοπής κατά της αίτησης της Wallapop, στηριζόμενη σε προγενέστερο εικονιστικό ισπανικό σήμα, το οποίο περιλαμβάνει το λεκτικό στοιχείο «wala w» και έχει καταχωριστεί για υπηρεσίες που εμπίπτουν στην κλάση 35 για «λιανική πώληση αθλητικών ειδών».

3. Με απόφαση της 18ης Ιανουαρίου 2017 (στο εξής: επίμαχη απόφαση), το τέταρτο τμήμα προσφυγών του EUIPO απέρριψε την προσφυγή που η Unipreus είχε ασκήσει κατά της απόφασης του τμήματος ανακοπών του EUIPO, με την οποία είχε απορριφθεί η ανακοπή της. Με την επίμαχη απόφαση, το τέταρτο τμήμα προσφυγών του EUIPO έκρινε ότι δεν υφίσταται

[1] Γλώσσα του πρωτοτύπου: η αγγλική.

κίνδυνος σύγχυσης μεταξύ των αντιπαρατιθέμενων σημείων, διότι οι υπηρεσίες που καλύπτονται από το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση και εκείνες που καλύπτονται από το προγενέστερο ισπανικό σήμα είναι διαφορετικές [2].

4. Με την απόφασή του της 3ης Οκτωβρίου 2018, Unipreus κατά EUIPO – Wallapop (wallapop) (T-186/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:640, στο εξής: αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση), το Γενικό Δικαστήριο δέχθηκε την προσφυγή ακυρώσεως της επίμαχης αποφάσεως, την οποία είχε ασκήσει η Unipreus. Το Γενικό Δικαστήριο συνήγαγε ότι οι επίμαχες υπηρεσίες είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιες.

5. Τα ζητήματα που ανακύπτουν τώρα από την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση είναι τα εξής: είναι οι υπηρεσίες επιγραμμικού εμπορίου που σχετίζονται με τη λειτουργία επιγραμμικής αγοράς διαφορετικές από τις υπηρεσίες λιανικής πώλησης ή παρόμοιες με αυτές; Εναλλακτικά, πρέπει οι εν λόγω υπηρεσίες επιγραμμικού εμπορίου που σχετίζονται με τη λειτουργία επιγραμμικής αγοράς να περιληφθούν στην έννοια των «υπηρεσιών λιανικής πώλησης», κατόπιν της πρόσφατης απόφασης του Δικαστηρίου στην υπόθεση Tulliallan Burlington [3];

6. Πάντως, πριν εξετάσω τα εν λόγω ζητήματα, είναι αναγκαίο να εκθέσω πρώτα το νομικό πλαίσιο και το ιστορικό της παρούσας διαδικασίας, καθώς και να περιγράψω με μεγαλύτερη λεπτομέρεια τα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση υπόθεσης.

II. Το νομικό πλαίσιο

A. Ο κανονισμός 207/2009

7. Το άρθρο 8, παράγραφος 1, του κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα [4], προβλέπει τα εξής:

«1. Κατόπιν ανακοπής του δικαιούχου προγενέστερου σήματος, το αιτούμενο σήμα δεν γίνεται δεκτό για καταχώριση:

[…]

β) εάν, λόγω του ταυτοσήμου του ή της ομοιότητας με το προγενέστερο σήμα και του ταυτοσήμου ή της ομοιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσδιορίζουν τα δύο σήματα, υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης του κοινού της εδαφικής περιοχής στην οποία απολαύει προστασίας το προγενέστερο σήμα· ο κίνδυνος σύγχυσης περιλαμβάνει και τον κίνδυνο συσχέτισης με το προγενέστερο σήμα.»

[2] Βλ. σημείο 14 των παρουσών προτάσεων.

[3] Απόφαση της 4ης Μαρτίου 2020, Tulliallan Burlington κατά EUIPO (C-155/18 P έως C-158/18 P, EU:C:2020:151· στο εξής: απόφαση Tulliallan Burlington).

[4] ΕΕ 2009, L 78, σ. 1. Ο κανονισμός 207/2009 αντικαταστάθηκε από τον κανονισμό (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ 2017, L 154, σ. 1).

Β. Η οδηγία 2011/83

8. Το άρθρο 6 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου[5], φέρει τον τίτλο «Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος». Η παράγραφος 1, στοιχεία β′ και γ′, του άρθρου αυτού προβλέπει:

«1. Πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο:

[…]

β) την ταυτότητα του εμπόρου, λόγου χάρη την εμπορική επωνυμία του·

γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο έμπορος είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του εμπόρου, τον αριθμό τηλεομοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, εάν υπάρχει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με τον έμπορο γρήγορα και αποτελεσματικά και, κατά περίπτωση, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί».

Γ. Ο κανονισμός 524/2013

9. Το άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο στ′, του κανονισμού (ΕΕ) 524/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Μαΐου 2013, για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (κανονισμός για την ΗΕΚΔ)[6], ορίζει:

«1. Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού:

[…]

στ) ως “ηλεκτρονική αγορά” νοείται πάροχος υπηρεσίας, σύμφωνα με τον ορισμό του άρθρου 2 στοιχείο β) της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (“οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο”) ο οποίος επιτρέπει στους καταναλωτές και τους εμπόρους να συνάπτουν ηλεκτρονικώς συμβάσεις πώλησης και παροχής υπηρεσιών μέσα από την ιστοσελίδα της ηλεκτρονικής αγοράς».

[5] ΕΕ 2011, L 304, σ. 64.

[6] ΕΕ 2013, L 165, σ. 1.

Δ. Η οδηγία 2016/1148

10. Το άρθρο 4, σημείο 17, της οδηγίας (ΕΕ) 2016/1148 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Ιουλίου 2016, σχετικά με μέτρα για υψηλό κοινό επίπεδο ασφάλειας συστημάτων δικτύου και πληροφοριών σε ολόκληρη την Ένωση[7], ορίζει:

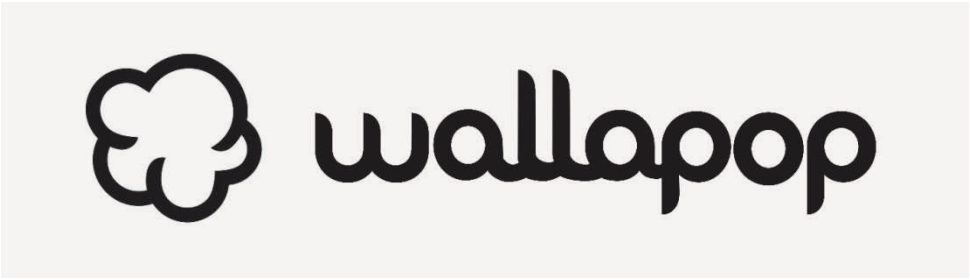
«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, εφαρμόζονται οι ακόλουθοι ορισμοί:

[…]

"επιγραμμική αγορά": ψηφιακή υπηρεσία που επιτρέπει σε καταναλωτές και/ή εμπόρους, όπως ορίζονται αντιστοίχως στο άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο α) και στο άρθρο 4 παράγραφος 1 στοιχείο β) της οδηγίας 2013/11/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου[, της 21ης Μαΐου 2013, για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας2009/22/ΕΚ (οδηγία ΕΕΚΔ) (ΕΕ 2013, L 165, σ. 63)], να συνάπτουν επιγραμμικές συμβάσεις πώλησης ή παροχής υπηρεσιών με εμπόρους είτε στον ιστοχώρο της επιγραμμικής αγοράς είτε σε ιστοχώρο εμπόρου που χρησιμοποιεί υπηρεσίες υπολογιστικής παρεχόμενες από την επιγραμμική αγορά».

III. Το ιστορικό της διαφοράς

11. Στις 18 Σεπτεμβρίου 2014 η Wallapop υπέβαλε στο EUIPO αίτηση για την καταχώριση σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης δυνάμει του κανονισμού 207/2009. Το σήμα του οποίου ζητήθηκε η καταχώριση συνίσταται στο ακόλουθο εικονιστικό σημείο (στο εξής: βαλλόμενο σήμα):



12. Οι υπηρεσίες για τις οποίες ζητήθηκε η καταχώριση εμπίπτουν στην κλάση 35 και αντιστοιχούν, ειδικότερα, στην ακόλουθη περιγραφή:

«Υπηρεσίες επιγραμμικής πώλησης, συγκεκριμένα λειτουργία επιγραμμικών αγορών για αγοραστές και πωλητές προϊόντων και υπηρεσιών· υπηρεσίες επιγραμμικού εμπορίου όπου οι πωλητές καταχωρούν προϊόντα ή υπηρεσίες προς πώληση και όπου γίνεται αγορά ή υποβολή προσφοράς μέσω του Διαδικτύου με σκοπό τη διευκόλυνση της πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών από τρίτους μέσω δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών· παροχή αξιολογικής ανάδρασης και βαθμολόγησης των ειδών και υπηρεσιών που προσφέρουν οι πωλητές, της αξίας και των τιμών των ειδών και υπηρεσιών που προσφέρουν οι πωλητές, της απόδοσης αγοραστών και πωλητών, της παράδοσης, και της συνολικής σχετικής εμπορικής εμπειρίας· παροχή αξιολογικής βάσης δεδομένων με δυνατότητα αναζήτησης για αγοραστές και πωλητές· υπηρεσίες παροχής εμπορικής ενημέρωσης σχετικά με προϊόντα ή/και υπηρεσίες, αξιολόγηση και

[7] ΕΕ 2016, L 194, σ. 1.

κατάταξη αυτού του είδους προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και των αγοραστών και πωλητών αυτού του είδους προϊόντων ή/και υπηρεσιών· υπηρεσίες αναζήτησης, συγκέντρωσης, συστηματοποίησης, επεξεργασίας και διάθεσης πληροφοριών εμπορικού χαρακτήρα σε τρίτους· […]».

13. Στις 7 Ιανουαρίου 2015 η Unipreus άσκησε ανακοπή, δυνάμει του άρθρου 41 του κανονισμού 207/2009, κατά της καταχώρισης του βαλλόμενου σήματος, για τις υπηρεσίες που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων.

14. Η ανακοπή στηριζόταν, μεταξύ άλλων, στο κατωτέρω εικονιζόμενο ισπανικό εθνικό σήμα με αριθμό 2874101, για το οποίο υποβλήθηκε αίτηση στις 30 Απριλίου 2009 και το οποίο καταχωρίστηκε στις 10 Νοεμβρίου 2009 για τις υπηρεσίες που εμπίπτουν στην κλάση 35 και αντιστοιχούν στην ακόλουθη περιγραφή: «Λιανική πώληση αθλητικών ειδών».



15. Ο λόγος ανακοπής ήταν ο προβλεπόμενος στο άρθρο 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009.

16. Στις 19 Οκτωβρίου 2015 το τμήμα ανακοπών απέρριψε την ανακοπή όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων.

17. Στις 24 Νοεμβρίου 2015 η Unipreus άσκησε ενώπιον του EUIPO, δυνάμει των άρθρων 58 έως 64 του κανονισμού 207/2009, προσφυγή κατά της απόφασης του τμήματος ανακοπών, ζητώντας την ακύρωσή της στο μέτρο που με αυτήν απορρίφθηκε η ανακοπή όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων.

18. Με την επίμαχη απόφαση, το πέμπτο τμήμα προσφυγών του EUIPO απέρριψε την προσφυγή όσον αφορά τις υπηρεσίες αυτές. Το τμήμα προσφυγών έκρινε ότι τα αντιπαρατιθέμενα σημεία, θεωρούμενα ως σύνολο, είναι όμοια σε μικρό βαθμό, αλλά οι υπηρεσίες που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων είναι διαφορετικές από εκείνες που αφορά το προγενέστερο ισπανικό σήμα και ότι, κατά συνέπεια, δεν υφίσταται κίνδυνος σύγχυσης μεταξύ των σημείων όσον αφορά τις εν λόγω υπηρεσίες.

IV. Η διαδικασία ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου και η αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση

19. Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 23 Μαρτίου 2017, η Unipreus άσκησε προσφυγή ακυρώσεως της επίμαχης αποφάσεως. Προς στήριξη της προσφυγής της, η Unipreus διατύπωσε έναν και μοναδικό λόγο ακυρώσεως, με τον οποίο προέβαλε παράβαση του άρθρου 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009.

20. Στην αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση, το Γενικό Δικαστήριο δέχθηκε την προσφυγή που είχε ασκήσει η Unipreus και, κατά συνέπεια, τον μοναδικό λόγο ακυρώσεως που αυτή είχε προβάλει. Το Γενικό Δικαστήριο έκρινε, στη σκέψη 54 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι οι υπηρεσίες που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων και οι υπηρεσίες που αφορά το προγενέστερο ισπανικό σήμα είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιες. Ως εκ τούτου, το Γενικό Δικαστήριο ακύρωσε την επίμαχη απόφαση, κατά το μέρος που με αυτήν κρίθηκε ότι οι εν λόγω υπηρεσίες δεν είναι παρόμοιες με εκείνες σχετικά με τις οποίες καταχωρίστηκε το προγενέστερο ισπανικό σήμα.

21. Πρώτον, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε, στη σκέψη 36 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι στην έννοια της «λιανικής πώλησης» εμπίπτουν τόσο οι πωλήσεις που γίνονται σε πραγματικά καταστήματα όσο και οι επιγραμμικές πωλήσεις και ότι, ως εκ τούτου, και σε αντίθεση με το συμπέρασμα του τμήματος προσφυγών, το προγενέστερο ισπανικό σήμα καλύπτει επίσης τις επιγραμμικές πωλήσεις αθλητικών ειδών. Στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, το Γενικό Δικαστήριο επισήμανε ότι, εφόσον οι υπηρεσίες του βαλλόμενου σήματος αναφέρονται στο «επιγραμμικό εμπόριο», το ενδεχόμενο χρήσης εκ μέρους της Wallapop ενός «κλασικού» ιστοτόπου για την απευθείας πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στους χρήστες δεν μπορούσε να αποκλειστεί. Το Γενικό Δικαστήριο συνήγαγε εξ αυτού, στη σκέψη 38 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι οι δίαυλοι διανομής των επίμαχων υπηρεσιών είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιοι και όχι διαφορετικοί, όπως έκρινε το τμήμα προσφυγών.

22. Δεύτερον, όσον αφορά τη φύση, τον προορισμό και τη χρήση των επίμαχων υπηρεσιών, το Γενικό Δικαστήριο υπενθύμισε ότι, κατά τη νομολογία [8], ο σκοπός του λιανικού εμπορίου είναι η πώληση των προϊόντων στους καταναλωτές [9]. Το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι, εν προκειμένω, υπάρχει μερική επικάλυψη μεταξύ των υπηρεσιών που αφορά το βαλλόμενο σήμα, το οποίο αναφέρει το «επιγραμμικό εμπόριο», και των υπηρεσιών που αφορά το προγενέστερο ισπανικό σήμα, το οποίο καλύπτει τις υπηρεσίες λιανικής πώλησης, συμπεριλαμβανομένης της επιγραμμικής πώλησης αθλητικών ειδών [10]. Το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από το επιχείρημα ότι το βαλλόμενο σήμα δεν αφορά πραγματικές υπηρεσίες λιανικής πώλησης, αλλά υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή υπηρεσίες σχετικές με τη διαχείριση επιγραμμικών αγορών, συμπεριλαμβανομένης της παροχής εμπορικών πληροφοριών. Κατά το Γενικό Δικαστήριο, η παροχή των εν λόγω πληροφοριών αποσκοπεί στη διευκόλυνση της λιανικής πώλησης, μεταξύ άλλων, αθλητικών ειδών. Επομένως, μέσω των υπηρεσιών που αφορά το βαλλόμενο σήμα, το ευρύ κοινό είναι σε θέση να αγοράσει προϊόντα που είναι πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα που πωλεί η Unipreus. Επομένως, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι οι υπηρεσίες που αφορά το βαλλόμενο σήμα ικανοποιούν έμμεσα ανάγκη του ευρέος κοινού παρόμοια με εκείνη την οποία ικανοποιούν οι υπηρεσίες λιανικής πώλησης τις οποίες αφορά το προγενέστερο ισπανικό σήμα. Συνεπώς, κατά το Γενικό Δικαστήριο, ο προορισμός και η χρήση των επίμαχων υπηρεσιών είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιοι και όχι διαφορετικοί, όπως έκρινε το τμήμα προσφυγών [11].

23. Τρίτον, το Γενικό Δικαστήριο επισήμανε ότι στην αίτηση καταχώρισης που υπέβαλε η Wallapop γίνεται λόγος μόνο για «αγοραστές» και «πωλητές», χωρίς να διευκρινίζεται αν οι υπηρεσίες διαμεσολάβησης που αφορά το βαλλόμενο σήμα απευθύνονται σε ιδιώτες ή σε επαγγελματίες. Ως εκ τούτου, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι δεν αποκλείεται το ενδεχόμενο το

[8] Το Γενικό Δικαστήριο παρέπεμψε στη σκέψη 34 της απόφασης της 7ης Ιουλίου 2005, Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte (C-418/02, EU:C:2005:425· στο εξής: απόφαση Praktiker).

[9] Βλ. σκέψη 39 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

[10] Βλ. σκέψεις 41 έως 44 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

[11] Βλ. σκέψεις 41 έως 44 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

βαλλόμενο σήμα να χρησιμοποιηθεί για να φέρει σε επαφή επαγγελματίες πωλητές με καταναλωτές, καθώς και για τη διαχείριση πλατφόρμας που θα καθιστά δυνατή την πώληση καινούργιων προϊόντων και όχι μόνο μεταχειρισμένων. Κατά συνέπεια, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι κακώς θεώρησε το τμήμα προσφυγών ότι οι επίμαχες υπηρεσίες δεν απευθύνονται στους ίδιους καταναλωτές[12].

24. Τέταρτον, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να εξετάζουν τις προσφορές για το ίδιο προϊόν τόσο στον ιστότοπο της Unipreus, «www.walashop.com», όσο και στον ιστότοπο «www.walapop.com» ή στην αντίστοιχη εφαρμογή κινητού τηλεφώνου. Περαιτέρω, κατά το Γενικό Δικαστήριο, το τμήμα προσφυγών δεν εξήγησε γιατί η χρήση εφαρμογής κινητού τηλεφώνου, παρέχουσας στον καταναλωτή τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με τους πωλητές ορισμένων προϊόντων και να τα προμηθευτεί, δεν είναι δυνατόν, σε κάποιον βαθμό, να υποκαταστήσει την αγορά των προϊόντων αυτών είτε σε πραγματικό κατάστημα είτε επιγραμμικά. Κατά συνέπεια, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι δεν είναι δυνατόν να αποκλειστεί η ύπαρξη οποιασδήποτε σχέσης ανταγωνισμού μεταξύ των επίμαχων υπηρεσιών και ότι, ως εκ τούτου, το τμήμα προσφυγών εσφαλμένα έκρινε ότι οι υπηρεσίες αυτές δεν είναι ανταγωνιστικές μεταξύ τους[13].

V. Τα αιτήματα των διαδίκων και η διαδικασία ενώπιον του Δικαστηρίου

25. Με την αίτηση αναιρέσεως, η Wallapop ζητεί από το Δικαστήριο:

– να αναιρέσει την αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση·

– να καταδικάσει την Unipreus στα δικαστικά έξοδα της αναιρεσείουσας στη διαδικασία στον πρώτο βαθμό και στη διαδικασία ενώπιον του Δικαστηρίου.

26. Η Unipreus ζητεί από το Δικαστήριο:

– να απορρίψει την αίτηση αναιρέσεως·

– να καταδικάσει τη Wallapop στα δικαστικά έξοδα.

27. Το EUIPO ζητεί από το Δικαστήριο:

– να δεχθεί την αίτηση αναιρέσεως που κατέθεσε η Wallapop·

– να καταδικάσει την Unipreus στα δικαστικά έξοδα.

28. Η Wallapop, η Unipreus και το EUIPO κατέθεσαν γραπτές παρατηρήσεις. Η Wallapop, η Unipreus και το EUIPO παρέστησαν κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ενώπιον του Δικαστηρίου στις 12 Μαρτίου 2020.

[12] Βλ. σκέψεις 46 έως 49 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

[13] Βλ. σκέψεις 50 έως 53 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

VI. Η αίτηση αναιρέσεως

29. Η Wallapop διατυπώνει έναν και μοναδικό λόγο αναιρέσεως με τον οποίο προβάλλει παράβαση του άρθρου 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009.

A. Τα επιχειρήματα των διαδίκων

30. Με τον μοναδικό λόγο αναιρέσεως, η Wallapop υποστηρίζει ότι το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο, κρίνοντας ότι οι υπηρεσίες που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα είναι σε μικρό βαθμό όμοιες με τις υπηρεσίες που καλύπτει το προγενέστερο ισπανικό σήμα.

31. Ο λόγος αναιρέσεως έχει κατ' ουσίαν δύο σκέλη.

32. Με το πρώτο σκέλος, η Wallapop υποστηρίζει ότι το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε την έννοια της «επιγραμμικής αγοράς», όπως το περιεχόμενό της προκύπτει από διάφορες διατάξεις του δικαίου της Ένωσης και από τη νομολογία του Δικαστηρίου.

33. Η Wallapop ισχυρίζεται ότι το άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο στ', του κανονισμού 524/2013 και το άρθρο 4, σημείο 17, της οδηγίας 2016/1148 περιγράφουν τα βασικά στοιχεία της έννοιας της «επιγραμμικής αγοράς» κατά το δίκαιο της Ένωσης. Από τις διατάξεις αυτές προκύπτει ότι η «επιγραμμική αγορά» είναι μια ψηφιακή υπηρεσία ή μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που παρέχει σε τρίτους, ήτοι σε επαγγελματίες και/ή καταναλωτές, τη δυνατότητα να προβαίνουν σε εμπορικές συναλλαγές ή να συνάπτουν συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ανεξάρτητα από τον πάροχο υπηρεσιών επιγραμμικής αγοράς.

34. Κατά τη Wallapop, το Γενικό Δικαστήριο δεν έλαβε υπόψη ένα βασικό χαρακτηριστικό των υπηρεσιών που παρέχουν οι επιγραμμικές αγορές, το οποίο απορρέει από τον ανωτέρω ορισμό, ήτοι ότι στις επιγραμμικές αγορές δεν πραγματοποιούνται διαδικτυακές πωλήσεις, αλλά παρέχονται υπηρεσίες διαμεσολάβησης σε τρίτους, οι οποίοι χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες αυτές προκειμένου να πραγματοποιούν επιγραμμικές πωλήσεις μέσω της πλατφόρμας. Επομένως, το Γενικό Δικαστήριο έδωσε ερμηνεία, στηριζόμενη στο δίκαιο των σημάτων, των υπηρεσιών που παρέχει μια επιγραμμική αγορά, ερμηνεία η οποία είναι ασύμβατη με την ομοιόμορφη στην Ένωση έννοια της «επιγραμμικής αγοράς», όπως ορίζεται στο δίκαιο της Ένωσης.

35. Περαιτέρω, η Wallapop ισχυρίζεται ότι η συλλογιστική του Γενικού Δικαστηρίου είναι ασύμβατη με την έννοια του παρόχου υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως η έννοια αυτή ερμηνεύθηκε από το Δικαστήριο στην απόφαση της 20ής Δεκεμβρίου 2017, Asociación Profesional Elite Taxi (C-434/15, EU:C:2017:981). Στην απόφαση εκείνη, το Δικαστήριο έκρινε ότι πάροχος υπηρεσιών διαμεσολάβησης με ηλεκτρονικά μέσα, όπως η Uber, δεν μπορεί να θεωρηθεί απλώς και μόνον πάροχος υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας οποτεδήποτε παρέχει υπηρεσίες που δεν περιορίζονται στη σύνδεση τρίτων μέσω της πλατφόρμας, αλλά καθορίζει ορισμένα κρίσιμα στοιχεία των συναλλαγών που διενεργούνται μέσω της πλατφόρμας. Ωστόσο, στην υπό κρίση υπόθεση, η Wallapop ισχυρίζεται ότι, σε αντίθεση με την Uber, απλώς παρέχει υπηρεσίες διαμεσολάβησης και συναφείς υπηρεσίες, και δεν ασκεί άλλες, χωριστές δραστηριότητες.

36. Με το δεύτερο σκέλος του λόγου αναιρέσεως, η Wallapop, υποστηριζόμενη από το EUIPO, ισχυρίζεται ότι το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε τους κρίσιμους παράγοντες που έπρεπε να λάβει υπόψη προκειμένου να εκτιμήσει την ομοιότητα των σχετικών υπηρεσιών.

37. Πρώτον, όσον αφορά την εκ μέρους του Γενικού Δικαστηρίου εκτίμηση των διαύλων διανομής, η Wallapop και το EUIPO υποστηρίζουν ότι το γεγονός ότι η Unipreus πωλεί τα προϊόντα της επιγραμμικά μέσω του «κλασικού» ιστοτόπου της δεν μπορεί να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι οι επίμαχες υπηρεσίες είναι όμοιες. Κατά τους εν λόγω διαδίκους, η προσέγγιση του Γενικού Δικαστηρίου οδηγεί σε δυσανάλογη διεύρυνση του πεδίου του προγενέστερου σήματος. Το διαδίκτυο δεν είναι δίαυλος διανομής· είναι απλά ένα είδος μέσου μαζικής επικοινωνίας ή υπόθεμα διαφόρων διαύλων διανομής. Αποτελεί υπεραπλούστευση η στήριξη της ομοιότητας των επίμαχων υπηρεσιών στο γεγονός ότι έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό το διαδίκτυο. Η Wallapop δεν πραγματοποιεί απευθείας πωλήσεις προϊόντων μέσω της πλατφόρμας της. Εν πάση περιπτώσει, κάθε φορά που οι διαχειριστές πλατφόρμας πωλούν προϊόντα μέσω της πλατφόρμας τους, παρέχουν υπηρεσίες που είναι διαφορετικές από τις υπηρεσίες επιγραμμικής αγοράς. Επιπλέον, ο έμπορος (η Wallapop) έχει υποχρέωση, δυνάμει του άρθρου 6, παράγραφος 1, στοιχείο β′, της οδηγίας 2011/83, να παρέχει στον καταναλωτή πληροφορίες για την ταυτότητά του [14].

38. Δεύτερον, όσον αφορά τη φύση των επίμαχων υπηρεσιών, η Wallapop και το EUIPO επικρίνουν το Γενικό Δικαστήριο ως προς το ότι δεν παρέθεσε οποιοδήποτε στοιχείο προς στήριξη της κρίσης ότι οι υπηρεσίες που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα περιλαμβάνουν δραστηριότητες που συνιστούν υπηρεσίες λιανικής πώλησης.

39. Η Wallapop και το EUIPO ισχυρίζονται περαιτέρω ότι το Γενικό Δικαστήριο στήριξε την ανάλυσή του σχετικά με την ομοιότητα των επίμαχων υπηρεσιών σε αποσπασματική ή εσφαλμένη ανάγνωση του καταλόγου των υπηρεσιών για τις οποίες ζητήθηκε καταχώριση του βαλλόμενου σήματος. Ως εκ τούτου, το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένως συνήγαγε, στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι οι υπηρεσίες αυτές αποτελούν υπηρεσίες λιανικής πώλησης και όχι ψηφιακές υπηρεσίες που παρέχουν σε τρίτους τη δυνατότητα να πραγματοποιούν επιγραμμικές πωλήσεις. Όσον αφορά τις δύο πρώτες εκ των υπηρεσιών που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων, πλήρης ανάγνωση του ως άνω καταλόγου θα είχε οδηγήσει το Γενικό Δικαστήριο στο συμπέρασμα ότι εκείνοι που πραγματοποιούν πωλήσεις μέσω της πλατφόρμας είναι οι τρίτοι που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης, και όχι ο πάροχος των υπηρεσιών αυτών. Όσον αφορά τις άλλες τέσσερις υπηρεσίες, η Wallapop και το EUIPO προσάπτουν στο Γενικό Δικαστήριο ότι δεν τις προσδιόρισε και τις ομαδοποίησε υπό την περιγραφή «παροχή εμπορικών πληροφοριών χρήσιμων για την πραγματοποίηση πωλήσεων» [15]. Αν το Γενικό Δικαστήριο είχε αναλύσει ορθώς τις εν λόγω υπηρεσίες, θα είχε συναγάγει ότι είναι ψηφιακές υπηρεσίες αναγκαίες για τη λειτουργία μιας επιγραμμικής αγοράς. Περαιτέρω, η Wallapop εκθέτει ότι η ίδια δεν παρέχει καμία πληροφόρηση προκειμένου να ενθαρρύνει τη πραγματοποίηση πωλήσεων, αλλά ότι οι ίδιοι οι πωλητές παρέχουν την πληροφόρηση αυτή.

40. Τρίτον, η Wallapop και το EUIPO υποστηρίζουν ότι ο προορισμός των υπηρεσιών που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα είναι εντελώς διαφορετικός από τον προορισμό των υπηρεσίες λιανικής πώλησης που καλύπτει το προγενέστερο ισπανικό σήμα. Ο προορισμός των δύο πρώτων υπηρεσιών διαμεσολάβησης που παρατίθενται στο σημείο 12 των παρουσών προτάσεων είναι η προσφορά και η διατήρηση ενός ψηφιακού χώρου για την ανταλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών μεταξύ τρίτων, πωλητών και αγοραστών, χωρίς οποιονδήποτε δεσμό με τον πάροχο της υπηρεσίας. Όπως ο ιδιοκτήτης κτιρίου το οποίο χρησιμοποιείται ως εμπορικό κέντρο

[14] Στο σημείο αυτό, είναι ίσως σκόπιμο να επισημανθεί ότι το γεγονός ότι παρέχεται το όνομα του εμπόρου μπορεί να αποτελεί σημαντικό παράγοντα στο πλαίσιο της εκτίμησης του κινδύνου σύγχυσης, αλλά όσον αφορά το ζήτημα σύγχυσης στο πλαίσιο αίτησης καταχώρισης σήματος δεν μπορεί να ασκεί καθοριστική επιρροή.

[15] Στη σκέψη 41 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

εκμισθώνει καταστήματα σε τρίτους προκειμένου αυτοί να τα χρησιμοποιούν για να εμπορεύονται τα προϊόντα τους, ο ιδιοκτήτης εικονικής αγοράς παρέχει ψηφιακές υπηρεσίες σκοπός των οποίων είναι η παροχή ψηφιακού χώρου και εργαλείων για να διευκολυνθεί η εμπορία εκ μέρους τρίτων. Ο προορισμός της δεύτερης ομάδας βοηθητικών υπηρεσιών, που μνημονεύθηκαν ανωτέρω, είναι η παροχή στους πωλητές και στους αγοραστές της ευχέρειας να ενημερώνονται σχετικά με τις δυνατότητες που η εικονική πλατφόρμα προσφέρει για την πώληση ή την αγορά προϊόντων, αντιστοίχως. Το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο κρίνοντας ότι ο προορισμός των υπηρεσιών αυτών είναι σε μικρό βαθμό όμοιος.

41. Περαιτέρω, η Wallapop ισχυρίζεται ότι η προσέγγιση του Γενικού Δικαστηρίου έρχεται σε αντίθεση με τη δική του νομολογία σχετικά με τη διάκριση μεταξύ κύριου και δευτερεύοντος προορισμού. Κατά την εν λόγω νομολογία[16], όταν γίνεται σύγκριση προϊόντων ή υπηρεσιών, είναι αναγκαίος ο προσδιορισμός του κύριου προορισμού τους προκειμένου να εκτιμηθεί τυχόν ομοιότητά τους. Επομένως, ακόμη και αν οι υπηρεσίες που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα μπορεί να έχουν έμμεσα τον ίδιο προορισμό με τις υπηρεσίες που καλύπτει το προγενέστερο σήμα, ήτοι την παροχή στους καταναλωτές της δυνατότητας να αγοράζουν αθλητικά είδη, τούτο, κατά τη Wallapop, ουδόλως αναιρεί το γεγονός ότι είναι διαφορετικός ο κύριος προορισμός των επίμαχων υπηρεσιών. Το γεγονός ότι ορισμένες υπηρεσίες μπορεί να ικανοποιούν έμμεσα την ίδια ανάγκη δεν εμποδίζει τον ενδιαφερόμενο καταναλωτή να τις εκλαμβάνει ως διακριτές.

42. Τέταρτον, η Wallapop υποστηρίζει ότι οι υπηρεσίες που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα δεν είναι ανταγωνιστικές με εκείνες του προγενέστερου σήματος, δεδομένου ότι δεν αφορούν το λιανικό εμπόριο. Αντιθέτως, είναι ανταγωνιστικές σε σχέση με άλλες υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

43. Η Unipreus διατείνεται ότι κατά τη σύγκριση των επίμαχων υπηρεσιών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη η πραγματικότητα της αγοράς και η αντίληψη του μέσου καταναλωτή. Υπό το πρίσμα αυτό, η εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου είναι ορθή και η επιχειρηματολογία της Wallapop βασίζεται σε τεχνητή προσέγγιση.

44. Η Unipreus υποστηρίζει, κατ' ουσίαν, ότι οι επίμαχες υπηρεσίες δεν είναι διαφορετικές αλλά παρόμοιες. Οι υπηρεσίες αυτές απευθύνονται στο ίδιο κοινό, δηλαδή στο ευρύ κοινό που επιθυμεί να αγοράσει τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα, και ειδικότερα ενδύματα, υποδήματα και αθλητικά είδη. Ο σκοπός τους είναι κοινός, συγκεκριμένα αποσκοπούν να παράσχουν στο ευρύ κοινό τη δυνατότητα να ικανοποιήσει τις αγοραστικές ανάγκες του όσον αφορά τα εν λόγω προϊόντα. Είναι συμπληρωματικές μεταξύ τους, δεδομένου ότι ο καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιήσει και τις δύο υπηρεσίες για την αγορά των προϊόντων αυτών. Τέλος, είναι επίσης ανταγωνιστικές μεταξύ τους, δεδομένου ότι, από τη σκοπιά του καταναλωτή, οι υπηρεσίες αυτές είναι εναλλάξιμες μεταξύ τους, καθόσον ο καταναλωτής μπορεί να εξετάσει την προσφορά για τα ίδιο προϊόν τόσο στον ιστότοπο της Unipreus όσο και στην εφαρμογή της Wallapop για κινητά τηλέφωνα ή στον ιστότοπό της.

[16] Η Wallapop επικαλείται την απόφαση της 2ας Ιουλίου 2015, BH Stores κατά ΓΕΕΑ – Alex Toys (ALEX) (T-657/13, EU:T:2015:449, σκέψεις 64 έως 66).

Β. Ανάλυση

1. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

45. Κατά πάγια νομολογία του Δικαστηρίου, από την ανάγνωση του άρθρου 256 ΣΛΕΕ σε συνδυασμό με το άρθρο 58, παράγραφος 1, του Οργανισμού του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης προκύπτει ότι το Γενικό Δικαστήριο είναι το μόνο αρμόδιο, αφενός, για την εξακρίβωση των πραγματικών περιστατικών, εκτός αν η ανακρίβεια του περιεχομένου των διαπιστώσεών του προκύπτει από τα έγγραφα της δικογραφίας, και, αφετέρου, για την εκτίμηση αυτών των πραγματικών περιστατικών, εκτός από την περίπτωση παραμόρφωσής τους. Όταν το Γενικό Δικαστήριο έχει εξακριβώσει ή εκτιμήσει τα πραγματικά περιστατικά, το Δικαστήριο είναι αρμόδιο, δυνάμει του άρθρου 256 ΣΛΕΕ, να ασκήσει έλεγχο όσον αφορά τον νομικό χαρακτηρισμό των πραγματικών αυτών περιστατικών από το Γενικό Δικαστήριο και τις έννομες συνέπειες που συνήγαγε εξ αυτών το Γενικό Δικαστήριο [17].

46. Περαιτέρω, επίσης από πάγια νομολογία προκύπτει ότι το Δικαστήριο δεν είναι αρμόδιο να διαπιστώσει τα πραγματικά περιστατικά ούτε, κατ' αρχήν, να εξετάσει τα αποδεικτικά στοιχεία που το Γενικό Δικαστήριο έλαβε υπόψη σχετικά με τα περιστατικά αυτά. Όταν οι αποδείξεις αυτές ελήφθησαν νομότυπα και τηρήθηκαν οι γενικές αρχές του δικαίου και οι δικονομικοί κανόνες που διέπουν τη διεξαγωγή των αποδείξεων και το βάρος αποδείξεως, το Γενικό Δικαστήριο είναι το μόνο αρμόδιο να εκτιμήσει την αξία που πρέπει να δοθεί στα στοιχεία που του υποβλήθηκαν. Επομένως, η ως άνω εκτίμηση δεν αποτελεί νομικό ζήτημα υποκείμενο στον έλεγχο του Δικαστηρίου, εκτός αν υπήρξε παραμόρφωση του περιεχομένου των στοιχείων αυτών. Συναφώς, πρέπει να υπομνησθεί ότι παραμόρφωση του περιεχομένου των αποδεικτικών στοιχείων υπάρχει όταν, χωρίς να είναι αναγκαίο να διεξαχθούν νέες αποδείξεις, προκύπτει ότι η εκτίμηση των διαθέσιμων αποδεικτικών μέσων είναι προδήλως εσφαλμένη [18].

47. Μεταξύ των πραγματικών εκτιμήσεων που δεν υπόκεινται στον αναιρετικό έλεγχο του Δικαστηρίου περιλαμβάνονται οι διαπιστώσεις του Γενικού Δικαστηρίου σχετικά με τα χαρακτηριστικά του ενδιαφερόμενου κοινού και την προσοχή, την αντίληψη ή τη συμπεριφορά των καταναλωτών, καθώς επίσης και η εκ μέρους του Γενικού Δικαστηρίου αξιολόγηση των ομοιοτήτων μεταξύ των αντιπαρατιθέμενων σημείων, η οποία πραγματοποιείται στο πλαίσιο της εξέτασης του κινδύνου σύγχυσης, κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2009. Το ίδιο πρέπει να ισχύει για την εκ μέρους του Γενικού Δικαστηρίου αξιολόγηση των ομοιοτήτων μεταξύ των προϊόντων ή των υπηρεσιών που καλύπτονται από τα αντιπαρατιθέμενα σήματα, η οποία πραγματοποιείται στο ίδιο πλαίσιο της εξέτασης του κινδύνου σύγχυσης [19].

48. Οι συγκεκριμένες αυτές εκτιμήσεις έχουν σημασία ειδικά όσον αφορά τον μοναδικό λόγο αναιρέσεως.

[17] Διάταξη της 3ης Ιουνίου 2015, The Sunrider Corporation κατά ΓΕΕΑ (C-142/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2015:371, σκέψη 47).

[18] Διάταξη της 3ης Ιουνίου 2015, The Sunrider Corporation κατά ΓΕΕΑ (C-142/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2015:371, σκέψεις 48 και 49).

[19] Βλ. διάταξη της 3ης Ιουνίου 2015, The Sunrider Corporation κατά ΓΕΕΑ (C-142/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2015:371, σκέψεις 51 και 52). Βλ., επίσης, απόφαση της 7ης Μαΐου 2009, Waterford Wedgwood κατά Assembled Investments (Proprietary) και ΓΕΕΑ (C-398/07 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2009:288, σκέψη 42).

2. Επί του πρώτου σκέλους του μοναδικού λόγου αναιρέσεως με το οποίο τίθεται το ζήτημα αν το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε ή εφάρμοσε τον ορισμό της επιγραμμικής αγοράς κατά το δίκαιο της Ένωσης και κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου

49. Είναι ίσως σκόπιμο να εξεταστεί κατ' αρχάς το πρώτο σκέλος του μοναδικού λόγου αναιρέσεως, ήτοι ο ισχυρισμός ότι το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε, ή έστω εσφαλμένα εφάρμοσε, την έννοια της «επιγραμμικής αγοράς», όπως αυτή ορίζεται, μεταξύ άλλων, στο άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο στ′, του κανονισμού 524/2013, στο άρθρο 4, σημείο 17, της οδηγίας 2016/1148, καθώς και στο σκεπτικό της απόφασης του Δικαστηρίου της 20ής Δεκεμβρίου 2017, Asociación Professional Elite Taxi (C-434/15, EU:C:2017:981).

50. Κατά την άποψή μου, ο ισχυρισμός αυτός δεν είναι ορθός.

51. Πρώτον, πρέπει να επισημανθεί ότι οι ορισμοί που περιλαμβάνονται στο άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο στ′, του κανονισμού 524/2013 και στο άρθρο 4, σημείο 17, της οδηγίας 2016/1148 έχουν εφαρμογή μόνο για τους σκοπούς του συγκεκριμένου κανονισμού και της συγκεκριμένης οδηγίας. Τούτο είναι σαφέστατο από το ίδιο το γράμμα των επίμαχων διατάξεων, στις οποίες διαλαμβάνονται τα εξής: «για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού» και «για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας». Επομένως, οι ορισμοί αυτοί δεν έχουν σκοπό να εφαρμόζονται ευρύτερα για την καταχώριση σημάτων γενικά ή για την καταχώριση σημάτων για υπηρεσίες λιανικής πώλησης που εμπίπτουν στην κλάση 35 ειδικότερα, μολονότι δέχομαι ότι οι ορισμοί της «επιγραμμικής αγοράς» που περιλαμβάνονται στις ανωτέρω διατάξεις είναι χρήσιμοι και μπορούν να εφαρμοστούν τουλάχιστον κατ' αναλογίαν στην υπό κρίση υπόθεση [20]. Το ίδιο ισχύει ειδικά όσον αφορά την εκτίμηση του αν οι επίμαχες υπηρεσίες βρίσκονται σε σχέση ανταγωνισμού μεταξύ τους, καθώς και της έκτασης στην οποία επικαλύπτονται μεταξύ τους (αν όντως επικαλύπτονται), όπως έκρινε το Γενικό Δικαστήριο στη σκέψη 40 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως [21].

52. Δεύτερον, εν πάση περιπτώσει, δεν δέχομαι ότι το Γενικό Δικαστήριο παρερμήνευσε ή εφάρμοσε εσφαλμένα την έννοια της «επιγραμμικής αγοράς», όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 4, παράγραφος 1, στοιχείο στ′, του κανονισμού 524/2013 και στο άρθρο 4, σημείο 17, της οδηγίας 2016/1148 ή στο σκεπτικό του Δικαστηρίου στην απόφαση επί της υποθέσεως C-434/15.

53. Από τις σκέψεις 37 και 41 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως είναι σαφέστατο ότι το Γενικό Δικαστήριο αντελήφθη σωστά ότι η Wallapop, όπως δηλώνεται στην αίτησή της καταχωρίσεως σήματος, έχει την πρόθεση να παρέχει, μεταξύ άλλων ή ειδικά, διαδικτυακή πλατφόρμα ή υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή διαχείρισης, *και όχι υπηρεσίες πώλησης ως τέτοιες*.

54. Συναφώς, το Γενικό Δικαστήριο διαπίστωσε, στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι στην αίτηση καταχώρισης σήματος γίνεται λόγος, ειδικότερα, για «υπηρεσίες επιγραμμικής πώλησης, συγκεκριμένα λειτουργία επιγραμμικών αγορών για πωλητές και αγοραστές προϊόντων και υπηρεσιών· υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου όπου οι πωλητές

[20] Βλ., κατ' αναλογίαν, διάταξη της 3ης Ιουνίου 2015, The Sunrider Corporation κατά ΓΕΕΑ (C-142/14 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2015:371, σκέψεις 55 και 56). Στη διάταξη αυτή, το Δικαστήριο υπενθύμισε ότι η κατά το άρθρο 256 ΣΛΕΕ αρμοδιότητά του να ελέγχει τον νομικό χαρακτηρισμό των πραγματικών περιστατικών από το Γενικό Δικαστήριο αφορά, κατά κανόνα, νομικούς χαρακτηρισμούς στους οποίους οφείλει να προβεί το Γενικό Δικαστήριο *υπό το πρίσμα των κανόνων και των αρχών που διέπουν το δίκαιο της Ένωσης στον τομέα των σημάτων της Ένωσης*.

[21] Στη σκέψη 23 της απόφασης της 29ης Σεπτεμβρίου 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442), το Δικαστήριο έκρινε ότι, κατά την εκτίμηση της ομοιότητας μεταξύ των σχετικών προϊόντων ή υπηρεσιών, επιβάλλεται να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι ασκούντες επιρροή παράγοντες που χαρακτηρίζουν τη σχέση μεταξύ των προϊόντων ή υπηρεσιών. Στους παράγοντες αυτούς περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η φύση τους, ο προορισμός τους, η χρήση τους, καθώς και ο ανταγωνιστικός ή συμπληρωματικός χαρακτήρας τους.

καταχωρούν προϊόντα ή υπηρεσίες προς πώληση και όπου γίνεται αγορά ή υποβολή προσφοράς μέσω του Διαδικτύου *με σκοπό τη διευκόλυνση της πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών από τρίτους μέσω δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών*» [22].

55. Κατά τη γνώμη μου, το Γενικό Δικαστήριο δεν παραγνώρισε τη διάκριση μεταξύ διευκόλυνσης της πώλησης προϊόντων από τρίτους [23] και άσκησης αποφασιστικής επιρροής επί των όρων της πώλησης των προσφερόμενων προϊόντων [24] ή, ακόμη, αυτής καθ' εαυτήν της επιγραμμικής πώλησης προϊόντων.

56. Επιπλέον, το Γενικό Δικαστήριο στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως θεώρησε, επίσης, αποδεδειγμένο πραγματικό περιστατικό, παρά τους περί του αντιθέτου ισχυρισμούς της Wallapop και του EUIPO που παρατίθενται στις σκέψεις 37 και 41 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι στην αίτηση της Wallapop για την καταχώριση σήματος *περιλαμβάνεται επίσης* η χρήση συμβατικού ιστοτόπου για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων. Κατά την άποψή μου, η κρίση αυτή, που εκτίθεται στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, αντί να αποδεικνύει ότι το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε την έννοια της «επιγραμμικής αγοράς», αποδεικνύει ότι το Γενικό Δικαστήριο είχε πλήρη επίγνωση της διαφορετικής φύσης των υπηρεσιών που μπορούν να παρέχονται μέσω διαδικτύου, τις οποίες έκρινε ότι αφορούσε η αίτηση καταχώρισης της Wallapop, καθώς και των διαφορετικών τρόπων λειτουργίας των υπηρεσιών αυτών.

57. Επισημαίνω συναφώς ότι η Wallapop θεωρεί ότι το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη κρίνοντας, στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο η αίτηση της Wallapop να αφορά τη χρήση συμβατικού ιστοτόπου για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων [25].

58. Κατά την άποψή μου, μολονότι η Wallapop αμφισβητεί την εν λόγω διαπίστωση του Γενικού Δικαστηρίου περί των πραγματικών περιστατικών που διαλαμβάνεται στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως [26], δεν προέβαλε ότι το Γενικό Δικαστήριο παραμόρφωσε τα πραγματικά περιστατικά όσον αφορά το ζήτημα αυτό.

59. Κατά συνέπεια, θεωρώ απαράδεκτο τον ισχυρισμό αυτόν.

60. Επιπλέον, συναφώς, η κρίση του Γενικού Δικαστηρίου, που εκτίθεται στη σκέψη 38 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι οι δίαυλοι διανομής των υπηρεσιών είναι σε μικρό βαθμό παρόμοιοι, δεν μπορεί να θεωρηθεί εσφαλμένη όσον αφορά τη χρήση συμβατικού ιστοτόπου τόσο από τη Wallapop όσο και από την Unipreus για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων.

[22] Η υπογράμμιση δική μου. Βλ., επίσης, σκέψη 40 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως.

[23] Βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 19ης Δεκεμβρίου 2019, Airbnb Ireland (C-390/18, EU:C:2019:1112).

[24] Βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 22ας Μαρτίου 2017, GROFA κ.λπ. (C-435/15 και C-666/15, EU:C:2017:232). Σε αντίθεση με την απόφαση αυτή, στην αναιρεσιβαλλόμενη απόφαση δεν υπάρχει τίποτα που να δείχνει ότι δόθηκε σημασία στο ζήτημα της άσκησης αποφασιστικής επιρροής επί των όρων πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

[25] Βλ. σημεία 67 επ. της αιτήσεως αναιρέσεως που κατέθεσε η Wallapop.

[26] Βλ. σημείο 36 των παρουσών προτάσεων.

61. Πρέπει επίσης να υπογραμμίσω ότι, στη σκέψη 38 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, το Γενικό Δικαστήριο επισήμανε ειδικά, όσον αφορά αυτή την κρίση στη σκέψη 37 της ίδιας αποφάσεως, ότι, «μολονότι αυτό είναι μόνον ένας από τους παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη, διαπιστώνεται ότι οι δίαυλοι διανομής των επίμαχων υπηρεσιών είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιοι […]».

62. Η Wallapop δεν αμφισβητεί την καταλληλότητα της αιτιολογίας αυτής. Κατά συνέπεια, θεωρώ ότι πρέπει να επικυρωθεί αυτή η κρίση του Γενικού Δικαστηρίου, που εκτίθεται στη σκέψη 38 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, όσον αφορά τους διαύλους διανομής των υπηρεσιών.

63. Επομένως, θεωρώ αβάσιμο τον ισχυρισμό της Wallapop ότι το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη κρίνοντας ότι οι δίαυλοι διανομής των επίμαχων υπηρεσιών είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοιοι.

64. Πάντως, παρά την κρίση αυτή, είναι ίσως αναγκαίο, για λόγους πληρότητας αλλά και νομικής σαφήνειας στον τομέα αυτόν, να εξεταστεί αν η κρίση του Γενικού Δικαστηρίου στη σκέψη 38 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως ότι οι (άλλοι) δίαυλοι διανομής των επίμαχων υπηρεσιών, ήτοι η πλατφόρμα της Wallapop που διευκολύνει την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών από τρίτους και ο πιο συμβατικός ιστότοπος της Unipreus, αποτελούν παρόμοιους διαύλους διανομής.

65. Σκοπεύω να εξετάσω το ζήτημα αυτό στα σημεία 72 επ. των παρουσών προτάσεων.

66. Κατά την άποψή μου, το πρώτο σκέλος του μοναδικού λόγου αναιρέσεως πρέπει να απορριφθεί από το Δικαστήριο ως αβάσιμο.

3. Επί του δευτέρου σκέλους του μοναδικού λόγου αναιρέσεως με το οποίο τίθεται το ζήτημα αν το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε τους κρίσιμους παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά οποιαδήποτε εκτίμηση της ομοιότητας των σχετικών υπηρεσιών

67. Στο σημείο αυτό, πρέπει να επισημανθεί ότι το άρθρο 8, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009 ορίζει ότι, κατόπιν ανακοπής του δικαιούχου προγενέστερου σήματος, το βαλλόμενο σήμα δεν γίνεται δεκτό για καταχώριση αν, λόγω του πανομοιότυπου ή της ομοιότητας με το προγενέστερο σήμα και του πανομοιότυπου ή της ομοιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που καλύπτονται από τα δύο σήματα, υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης του κοινού της εδαφικής περιοχής στην οποία προστατεύεται το προγενέστερο σήμα.

68. Αποτελεί πάγια νομολογία ότι, για τους σκοπούς εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 1, στοιχείο β′, του κανονισμού 207/2009, ο κίνδυνος σύγχυσης προϋποθέτει ότι το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση και το προγενέστερο σήμα είναι πανομοιότυπα ή παρόμοια, καθώς και ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αφορά η αίτηση καταχώρισης είναι πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα για τα οποία καταχωρίστηκε το προγενέστερο σήμα, οι δε προϋποθέσεις αυτές είναι σωρευτικές [27].

[27] Απόφαση της 20ής Σεπτεμβρίου 2017, The Tea Board κατά EUIPO (C-673/15 P έως C-676/15 P, EU:C:2017:702, σκέψη 47 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

69. Επίσης κατά πάγια νομολογία, κατά την αξιολόγηση της ομοιότητας των επίμαχων προϊόντων ή υπηρεσιών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι κρίσιμοι παράγοντες που αφορούν αυτά τα προϊόντα ή αυτές τις υπηρεσίες. Στους παράγοντες αυτούς περιλαμβάνονται ιδίως η φύση τους, ο προορισμός τους, η χρήση τους καθώς και ο ανταγωνιστικός ή συμπληρωματικός χαρακτήρας τους [28].

70. Το τμήμα προσφυγών έκρινε στην επίμαχη απόφαση ότι τα αντιπαρατιθέμενα σημεία είναι παρόμοια, έστω και σε μικρό βαθμό. Η κρίση αυτή δεν αμφισβητήθηκε ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου αλλά ούτε και ενώπιον του Δικαστηρίου.

71. Επιπλέον, παρεμπιπτόντως, θα μπορούσε να επισημανθεί ότι δεν προβλήθηκε ότι το προγενέστερο σήμα («wala w») χαίρει φήμης στην Ισπανία, με αποτέλεσμα ότι η χρήση παρόμοιου σήματος «θα προσπόριζε αθέμιτο όφελος από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του προγενέστερου σήματος, ή θα ήταν βλαπτική για τον εν λόγω διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη», κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 5, του κανονισμού 207/2009 [29].

72. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι το Γενικό Δικαστήριο ουδόλως αποφάνθηκε επί *αυτού καθ' εαυτό* του ζητήματος της σύγχυσης. Αντιθέτως, η προσφυγή ακυρώσεως της αποφάσεως του τμήματος προσφυγών έγινε δεκτή για τον πολύ συγκεκριμένο λόγο ότι –όπως το Γενικό Δικαστήριο έκρινε στη σκέψη 54 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως– το τμήμα προσφυγών εσφαλμένα έκρινε ότι οι υπηρεσίες που καλύπτονται από τα δύο σήματα είναι διαφορετικές, ενώ στην πραγματικότητα είναι παρόμοιες, έστω και σε μικρό βαθμό.

73. Επομένως, ο μόνος λόγος ανακοπής κατά της καταχώρισης του μεταγενέστερου σήματος της Wallapop, ο οποίος μας απασχολεί, είναι ο λόγος ότι –κατά τη διατύπωση του άρθρου 8, παράγραφος 1, στοιχείο β', του κανονισμού 207/2019– οι υπηρεσίες τις οποίες αφορά η υποβληθείσα από τη Wallapop αίτηση καταχώρισης σήματος είναι πανομοιότυπες ή παρόμοιες με τις υπηρεσίες που καλύπτονται από το προγενέστερο σήμα.

74. Σκοπεύω τώρα να εξετάσω αν είναι ορθή η εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου ότι οι υπηρεσίες που αφορά η υποβληθείσα από τη Wallapop αίτηση καταχώρισης σήματος και εκείνες που καλύπτονται από το σήμα της Unipreus είναι, έστω και σε μικρό βαθμό, όμοιες.

75. Το συγκεκριμένο σκέλος του μοναδικού λόγου αναιρέσεως έχει τέσσερις υποδιαιρέσεις. Η Wallapop θεωρεί ότι το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη όσον αφορά τις εξής κρίσεις:

– πρώτον, ότι είναι παρόμοιοι οι δίαυλοι διανομής των επίμαχων σημάτων·

– δεύτερον, ότι οι υπηρεσίες τις οποίες αφορά η αίτηση καταχώρισης του σήματος είναι υπηρεσίες λιανικής πώλησης·

– τρίτον, ότι ο προορισμός των επίμαχων υπηρεσιών και η αντίληψη του κοινού γι' αυτές είναι παρόμοιοι· και,

– τέταρτον, ότι οι επίμαχες υπηρεσίες είναι ανταγωνιστικές μεταξύ τους.

[28] Βλ. αποφάσεις της 29ης Σεπτεμβρίου 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, σκέψη 23), και της 20ής Σεπτεμβρίου 2017, The Tea Board κατά EUIPO (C-673/15 P έως C-676/15 P, EU:C:2017:702, σκέψη 48 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

[29] Όσον αφορά την οποία, βλ., για παράδειγμα, απόφαση της 27ης Νοεμβρίου 2008, Intel Corporation (C-252/07, EU:C:2008:655).

76. Σκοπεύω να εξετάσω τους ισχυρισμούς αυτούς διαδοχικά, αλλά, εφόσον όλοι εν μέρει επικαλύπτονται μεταξύ τους, είναι αναπόφευκτες κάποιες επαναλήψεις.

α) Επί της πρώτης υποδιαιρέσεως με την οποία τίθεται το ζήτημα αν είναι παρόμοιοι οι δίαυλοι διανομής των επίμαχων σημάτων

77. Όπως εξέθεσα στο σημείο 63 των παρουσών προτάσεων, θεωρώ ότι ο ισχυρισμός αυτός είναι αβάσιμος όσον αφορά το ζήτημα της λειτουργίας συμβατικού ιστοτόπου για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων από τη Wallapop και από την Unipreus.

78. Εντούτοις, για λόγους πληρότητας και νομικής σαφήνειας θα εξετάσω τον ισχυρισμό της Wallapop ότι το Γενικό Δικαστήριο έσφαλε κρίνοντας ότι το διαδίκτυο είναι δίαυλος διανομής και όχι απλώς και μόνον μέσο για διάφορους διαύλους διανομής.

79. Στο σημείο αυτό, είναι αναγκαίες ορισμένες εξηγήσεις σχετικά με τη συζήτηση ως προς το τι αποτελεί υπηρεσία λιανικής πώλησης κατά την έννοια της κλάσης 35.

80. Το ζήτημα αυτό εξετάστηκε ευθέως από το Δικαστήριο για πρώτη φορά στην απόφαση Praktiker. Στην υπόθεση εκείνη, η Praktiker είχε υποβάλει στο Deutsches Patent- und Markenamt (γερμανικό γραφείο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και σημάτων) αίτηση καταχώρισης του σήματος «Praktiker», μεταξύ άλλων, για την υπηρεσία «λιανικό εμπόριο ειδών οικοδομικών εργασιών, μαστορέματος και κηπουρικής καθώς και άλλων χρήσιμων προϊόντων στον τομέα του do it yourself [της ερασιτεχνικής ενασχολήσεως με μαστορέματα]». Το Deutsches Patent- und Markenamt απέρριψε την αίτηση αυτή. Έκρινε ότι η επίμαχη έννοια «λιανικό εμπόριο» δεν καλύπτει ανεξάρτητες υπηρεσίες με αυτοτελή οικονομική σημασία. Αφορά μόνον αυτή καθ' εαυτήν τη διανομή προϊόντων.

81. Στην απόφασή του, το Δικαστήριο σημείωσε ότι ο σκοπός του λιανικού εμπορίου είναι η πώληση των προϊόντων στους καταναλωτές. Το εμπόριο αυτό περιλαμβάνει, εκτός από τη νομική πράξη της πώλησης, όλες τις ενέργειες στις οποίες προβαίνει ο επιχειρηματίας προκειμένου να προωθήσει τη διενέργεια μιας τέτοιας πράξεως. Οι ενέργειες αυτές συνίστανται, μεταξύ άλλων, στην επιλογή ποικιλίας προϊόντων που προσφέρονται προς πώληση και στην παροχή διαφόρων υπηρεσιών που σκοπεύουν να παροτρύνουν τον καταναλωτή να τελέσει την εν λόγω πράξη με τον συγκεκριμένο έμπορο και όχι με ανταγωνιστή του.

82. Το Δικαστήριο έκρινε ότι δεν υπάρχει επιτακτικός λόγος να μην εμπίπτουν οι παροχές αυτές στον όρο «υπηρεσίες» και ότι, επομένως, ο όρος «υπηρεσίες» περιλαμβάνει τις υπηρεσίες που παρέχονται στο πλαίσιο της λιανικής πώλησης εμπορευμάτων [30].

83. Όπως ήταν φυσικό, υπό τη σκιά της απόφασης Praktiker εκδικάστηκε η πιο πρόσφατη υπόθεση όπου εξετάστηκε το ζήτημα αυτό, ήτοι η υπόθεση Tulliallan Burlington [31]. Στην εν λόγω υπόθεση, το ζήτημα ήταν αν η εκμετάλλευση εμπορικής στοάς με ειδίκευση στην πώληση ειδών

[30] Το Δικαστήριο έκρινε, στη σκέψη 36 της απόφασης Praktiker, ότι τούτο προκύπτει εμφανώς από την επεξηγηματική σημείωση για την κλάση 35 της ταξινόμησης της Νίκαιας, κατά την οποία η εν λόγω κλάση περιλαμβάνει «τη συγκέντρωση διαφόρων προϊόντων [...] για λογαριασμό τρίτων, προκειμένου οι καταναλωτές να μπορούν να δουν και να αγοράσουν σε άνετες συνθήκες τα προϊόντα αυτά».

[31] Απόφαση της 4ης Μαρτίου 2020 (C-155/18 P έως C-158/18 P, EU:C:2020:151).

πολυτελείας εμπίπτει στην κατηγορία των υπηρεσιών λιανικής πώλησης της κλάσης 35. Στην απόφασή του, το Γενικό Δικαστήριο, παραπέμποντας στην απόφαση Praktiker, έκρινε ότι η εκμετάλλευση εμπορικής στοάς όντως εμπίπτει στην εν λόγω κατηγορία [32].

84. Κατά της αποφάσεως του Γενικού Δικαστηρίου κατατέθηκε αίτηση αναιρέσεως ενώπιον του Δικαστηρίου. Στις προτάσεις μου στην υπόθεση Tulliallan Burlington κατά EUIPO [33] εξέφρασα ορισμένες επιφυλάξεις όσον αφορά την ορθότητα της ως άνω κρίσης. Οι επιφυλάξεις αυτές συνοψίζονται στο σημείο 96 των προτάσεών μου στην υπόθεση εκείνη:

«Από την ομοιόμορφη ερμηνεία που δίδει το Δικαστήριο στις "υπηρεσίες λιανικής πωλήσεως" της κλάσεως 35 είναι σαφές ότι οι εν λόγω υπηρεσίες, ωστόσο, δεν καλύπτουν τις υπηρεσίες εμπορικής στοάς, καθόσον η οντότητα που παρέχει τις εν λόγω υπηρεσίες δεν εμπορεύεται κατ' ουσίαν τα επίμαχα προϊόντα. Αντιθέτως, η εν λόγω οντότητα παρέχει υπηρεσίες στον έμπορο των εν λόγω προϊόντων, οι οποίες, κατά τη γνώμη μου, διαφέρουν αρκετά από τις υπηρεσίες λιανικής πωλήσεως της κλάσεως 35 και, όντως, προβλέπονται σε άλλη κλάση. Επομένως, επί παραδείγματι, οι υπηρεσίες εμπορικής στοάς μπορούν να περιλαμβάνουν τη μίσθωση καταστημάτων η οποία εμπίπτει στην κλάση 36 και την παροχή υπηρεσιών διαφημίσεως και προωθήσεως η οποία εμπίπτει στην κλάση 35» [34].

85. Ωστόσο, αυτή η ανάλυση της απόφασης Praktiker δεν ακολουθήθηκε από το Δικαστήριο στην απόφαση Tulliallan Burlington. Το Δικαστήριο συνήγαγε το αντίθετο, λέγοντας για παράδειγμα (στις σκέψεις 127 και 128):

«127. Επομένως, η έννοια των "υπηρεσιών λιανικής πωλήσεως" καλύπτει υπηρεσίες που απευθύνονται στον καταναλωτή και που συνίστανται, για λογαριασμό των εμπορικών επιχειρήσεων που κατέχουν καταστήματα μιας εμπορικής στοάς, στη συγκέντρωση διαφόρων προϊόντων σε ευρύ φάσμα καταστημάτων ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να βλέπει και να αγοράζει με άνεση τα εν λόγω προϊόντα καθώς και στην παροχή διαφόρων υπηρεσιών που είναι διαφορετικές από την πράξη της πωλήσεως και που αποβλέπουν στο να ωθήσουν τον εν λόγω καταναλωτή να αγοράσει τα πωλούμενα στα καταστήματα αυτά προϊόντα.

128. Από τις ανωτέρω σκέψεις προκύπτει ότι, όπως ορθώς έκρινε το Γενικό Δικαστήριο, με τη σκέψη 32 των αναιρεσιβαλλομένων αποφάσεων, η ερμηνεία στην οποία προέβη το Δικαστήριο, με τη σκέψη 34 της αποφάσεως Praktiker, δεν επιτρέπει να συναχθεί ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται από τις εμπορικές στοές ή τα εμπορικά κέντρα αποκλείονται, εξ ορισμού, από το πεδίο εφαρμογής της έννοιας των "υπηρεσιών λιανικής πωλήσεως" που ορίζεται στην κλάση 35, κατά την έννοια του Διακανονισμού της Νίκαιας.»

86. Μολονότι, βεβαίως, το Δικαστήριο ουδόλως δεσμεύεται από νομολογιακό προηγούμενο, θα πρέπει ωστόσο να θεωρηθεί ότι η απόφαση Tulliallan Burlington έλυσε οριστικά το ζήτημα. Επομένως, γνωρίζουμε από την απόφαση αυτή ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται από συνήθεις

[32] Απόφαση της 6ης Δεκεμβρίου 2017, Tulliallan Burlington κατά EUIPO – Burlington Fashion (Burlington) (T-120/16, EU:T:2017:873, σκέψη 34).

[33] Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα G. Hogan στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις Tulliallan Burlington κατά EUIPO (C-155/18 P έως C-158/18 P, EU:C:2019:538).

[34] Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα G. Hogan στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις Tulliallan Burlington κατά EUIPO (C-155/18 P έως C-158/18 P, EU:C:2019:538). Στο σημείο 95 των προτάσεων αυτών, επισήμανα ότι, στη σκέψη 34 της απόφασης Praktiker, το Δικαστήριο έκρινε ότι «ο σκοπός του λιανικού εμπορίου είναι η πώληση των προϊόντων στους καταναλωτές. Το εμπόριο αυτό περιλαμβάνει, εκτός από τη νομική πράξη της πωλήσεως, όλες τις ενέργειες στις οποίες προβαίνει *ο επιχειρηματίας* προκειμένου να προωθήσει τη σύναψη μιας τέτοιας πράξεως. Οι ενέργειες αυτές συνίστανται, μεταξύ άλλων, στην επιλογή μιας ποικιλίας προϊόντων με σκοπό την πώλησή τους και στην παροχή διαφόρων υπηρεσιών που αποβλέπουν στο να ωθήσουν τον καταναλωτή να συνάψει την εν λόγω πράξη με τον οικείο έμπορο παρά με κάποιον ανταγωνιστή του». Η υπογράμμιση δική μου.

εμπορικές στοές –«προς τον καταναλωτή προκειμένου να παρασχεθεί στον τελευταίο η δυνατότητα να βλέπει και να αγοράζει με άνεση τα εν λόγω αγαθά και προς όφελος των εμπορικών επιχειρήσεων που καταλαμβάνουν τον χώρο της οικείας στοάς»[35] – εμπίπτουν, κατ' αρχήν, στον ορισμό της κλάσης 35 για τις υπηρεσίες λιανικής πώλησης.

87. Επομένως, ο ισχυρισμός της Wallapop ότι δεν εμπλέκεται η ίδια σε δραστηριότητες λιανικής πώλησης, αλλά απλώς παρέχει επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης, ακόμη και αληθής υποτιθέμενος, δεν αρκεί από μόνος του για την επίλυση του ζητήματος.

88. Το πραγματικό ζήτημα είναι αν, και σε ποια έκταση, η αρχή που διατυπώθηκε στην απόφαση Tulliallan Burlington όσον αφορά τις παρεχόμενες από εμπορική στοά υπηρεσίες έχει εφαρμογή στις σχετικές με τη λιανική πώληση υπηρεσίες διαμεσολάβησης που παρέχονται επιγραμμικά.

89. Στην απόφαση Tulliallan Burlington, το Δικαστήριο έκρινε (στη σκέψη 130) ότι η έννοια των υπηρεσιών λιανικής πώλησης περιλαμβάνει τις υπηρεσίες που παρέχονται από εμπορική στοά «προς τον καταναλωτή προκειμένου να παρασχεθεί στον τελευταίο η δυνατότητα να βλέπει και να αγοράζει με άνεση τα εν λόγω αγαθά και προς όφελος των εμπορικών επιχειρήσεων που καταλαμβάνουν τον χώρο της οικείας στοάς». Το ίδιο θα μπορούσε να λεχθεί κατ' αναλογίαν όσον αφορά τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης που παρέχονται από πλατφόρμα επιγραμμικών λιανικών αγορών. Όπως μια παραδοσιακή εμπορική στοά υπηρετεί τον σκοπό προσφοράς ευρείας ποικιλίας προϊόντων προς λιανική πώληση σε ενιαίο και βολικό πραγματικό κατάστημα, διαδικτυακή πλατφόρμα λιανικού εμπορίου, όπως αυτή την οποία παρέχει η Wallapop, όντως αποτελεί ένα είδος «εικονικής» εμπορικής στοάς, προσβάσιμης μέσω του διαδικτύου[36].

90. Τα τελευταία χρόνια, η παραδοσιακή διάκριση μεταξύ των επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα στους πελάτες τους σε πραγματικά καταστήματα, αφενός, και εκείνων που δραστηριοποιούνται σε απευθείας επιγραμμικές πωλήσεις, αφετέρου, έχει υποχωρήσει – σχεδόν σε σημείο κατάργησης– συνεπεία τόσο της τεχνολογικής εξέλιξης όσο και της μεταβολής των μορφών καταναλωτικής συμπεριφοράς. Όλα αυτά καθίστανται εναργέστερα από το γεγονός ότι, όπως διαπίστωσε το Γενικό Δικαστήριο στη σκέψη 51 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ο καταναλωτής που αναζητεί συγκεκριμένα (καινούργια) αθλητικά υποδήματα μπορεί να βρει τα ίδια προϊόντα να προσφέρονται προς πώληση στους επιμέρους ιστοτόπους τόσο της Unipreus («www.walashop.com») όσο και της Wallapop («www.wallapop.com»), έστω και αν, στην τελευταία περίπτωση, ο πωλητής λιανικής είναι τρίτος που συμβαίνει να χρησιμοποιεί τη διαδικτυακή πλατφόρμα της Wallapop.

91. Επομένως, δεν αμφισβητείται ότι, όπως μόλις επισήμανα, υποδήματα τα οποία πωλούνται επιγραμμικά από την Unipreus προσφέρονται επίσης προς πώληση μέσω της πλατφόρμας της Wallapop, έστω και αν αυτό γίνεται από τρίτους πωλητές λιανικής και όχι από την ίδια τη Wallapop. Επομένως, θεωρώ ότι, από τη σκοπιά του καταναλωτή που επιθυμεί να αγοράσει τα εν

[35] Απόφαση Tulliallan Burlington, σκέψη 130.

[36] Είμαι της γνώμης ότι ο χρησιμοποιούμενος τρόπος λιανικής πώλησης (επιγραμμικός ή άλλος) για την παροχή υπηρεσιών λιανικής πώλησης κατά την κλάση 35 δεν ασκεί επιρροή προκειμένου οι υπηρεσίες αυτές να εμπίπτουν στην κλάση αυτή. Αντιθέτως, αυτό που έχει σημασία είναι η φύση των επίμαχων υπηρεσιών. Το Γενικό Δικαστήριο έκρινε, στη σκέψη 36 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι στην έννοια της «λιανικής πώλησης» περιλαμβάνονται τόσο οι πωλήσεις που διενεργούνται σε πραγματικό κατάστημα όσο και οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου. Η Wallapop δεν αμφισβητεί την κρίση αυτή. Σημειωτέον ότι, στη σκέψη 125 της απόφασης Tulliallan Burlington, το Δικαστήριο επισήμανε ότι η επεξηγηματική σημείωση σχετικά με την κλάση 35 διευκρινίζει ότι η κλάση αυτή περιλαμβάνει, ειδικότερα, τη συγκέντρωση, προς εξυπηρέτηση τρίτων, ποικιλίας εμπορευμάτων, εκτός της μεταφοράς αυτών, ώστε να έχουν οι πελάτες τη δυνατότητα να βλέπουν και να αγοράζουν με άνεση τα εμπορεύματα αυτά. Οι εν λόγω υπηρεσίες μπορούν να παρέχονται από καταστήματα λιανικού ή χονδρικού εμπορίου, μέσω αυτόματων πωλητών, μέσω καταλόγων πωλήσεων δι' αλληλογραφίας ή με ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας, όπως οι ιστότοποι ή τα προγράμματα τηλεπωλήσεων.

λόγω προϊόντα, η πλατφόρμα της Wallapop και η ιστοσελίδα της Unipreus είναι παρόμοιοι δίαυλοι διανομής. Ακριβώς σε αυτό το σημείο έρχεται στο προσκήνιο ο κίνδυνος σύγχυσης μεταξύ των δύο σημάτων που έχουν, έστω και μικρή, ομοιότητα.

92. Κατ' εμέ, είναι σημαντικό ότι στην απόφαση Tulliallan Burlington το Δικαστήριο απέρριψε το επιχείρημα ότι «η έλλειψη οποιασδήποτε σαφούς ενδείξεως όσον αφορά τα προϊόντα που μπορούν να διατίθενται προς πώληση εντός των διαφόρων καταστημάτων μιας εμπορικής στοάς […] παρεμπόδιζε κάθε συσχέτιση μεταξύ των τελευταίων και των προϊόντων τα οποία αφορούν τα επίμαχα σήματα», και έκανε δεκτούς, ακριβώς για αυτόν τον λόγο, τους ισχυρισμούς των ιδιοκτητών της εμπορικής στοάς[37]. Σε γενικές γραμμές, το ίδιο ισχύει όσον αφορά την υπό κρίση αίτηση αναιρέσεως.

93. Οι ισχυρισμοί της Unipreus στην υπό κρίση υπόθεση είναι, αν μη τι άλλο, πιο πειστικοί. Σε αντίθεση με την υπόθεση Tulliallan Burlington –όπου το ζήτημα αν τα προϊόντα μόδας τα οποία παρήγε η εκεί παρεμβαίνουσα[38] ήταν όντως ανταγωνιστικά σε σχέση με τα είδη πολυτελείας που πωλούνταν από τρίτους εμπόρους λιανικής στην εμπορική στοά της προσφεύγουσας ήταν τουλάχιστον αβέβαιο–, εν προκειμένω η Unipreus έχει καταχωρίσει σήμα για υπηρεσίες που εμπίπτουν στην κλάση 35 και αντιστοιχούν στην ακόλουθη περιγραφή: «Λιανική πώληση αθλητικών ειδών». Με αυτόν τον τρόπο, η Unipreus εξειδίκευσε τόσο τις υπηρεσίες όσο και τα προϊόντα που αφορά το σήμα, το κύρος του οποίου δεν αμφισβητείται. Τούτο στοιχεί πλήρως με τη νομολογία που διαμόρφωσαν οι αποφάσεις Praktiker και Tulliallan Burlington. Κατά την άποψή μου, είναι ανεπίτρεπτο να μην μπορεί η Unipreus να επικαλεστεί το δικό της σήμα στο πλαίσιο ανακοπής κατά της καταχώρισης παρόμοιου σήματος στην κλάση 35, το οποίο δεν προσδιορίζει τα προϊόντα που αφορά[39], απλώς και μόνο διότι προσδιορίζει λεπτομερέστερα τις υπηρεσίες που αφορά.

94. Για τους λόγους αυτούς, θεωρώ ότι η συγκεκριμένη υποδιαίρεση του δεύτερου σκέλους πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμη.

β) Επί της δεύτερης υποδιαιρέσεως με την οποία τίθεται το ζήτημα της φύσεως των επίμαχων υπηρεσιών

95. Η Wallapop υποστηρίζει ότι το Γενικό Δικαστήριο δεν ανέφερε, στις σκέψεις 39 επ. της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, για ποιον λόγο οι υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στην αίτησή της καταχώρισης σήματος συνιστούν υπηρεσίες λιανικής πώλησης, σύμφωνα με τη σκέψη 34 της απόφασης Praktiker.

96. Ουσιαστικά, ο ισχυρισμός της Wallapop είναι ότι, ως προς το σημείο αυτό, το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο, παραθέτοντας ακατάλληλη αιτιολογία.

97. Επισημαίνεται ότι το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι η φύση των επίμαχων υπηρεσιών είναι, τουλάχιστον σε μικρό βαθμό, παρόμοια. Η καταλληλότητα της αιτιολογίας πρέπει να εκτιμηθεί υπό το πρίσμα της κρίσης αυτής.

[37] Απόφαση Tulliallan Burlington, σκέψη 137.

[38] Η Burlington Fashion GmbH.

[39] Κριτήριο που επέβαλε η απόφαση Praktiker και που σχετικοποιήθηκε με την απόφαση Tulliallan Burlington, μόνον όμως όσον αφορά προγενέστερο σήμα, το κύρος του οποίου δεν αμφισβητείται.

98. Πάντως, είμαι της γνώμης ότι το Γενικό Δικαστήριο ακολούθησε τη συλλογιστική που εκτίθεται στη σκέψη 34 της απόφασης Praktiker, σχεδόν με τον ίδιο τρόπο όπως το Δικαστήριο έπραξε στη σκέψη 130 της απόφασης Tulliallan Burlington.

99. Στη σκέψη 39 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, το Γενικό Δικαστήριο υπενθύμισε την κρίση του Δικαστηρίου στην απόφαση Praktiker ότι ο σκοπός του λιανικού εμπορίου είναι η πώληση των προϊόντων στους καταναλωτές. Το εμπόριο αυτό περιλαμβάνει, πέρα από τη νομική πράξη της πώλησης, όλες τις ενέργειες στις οποίες προβαίνει ο επιχειρηματίας προκειμένου να προωθήσει την τέλεση μιας τέτοιας πράξεως. Οι ενέργειες αυτές συνίστανται, μεταξύ άλλων, στην επιλογή μιας ποικιλίας προϊόντων που προσφέρονται προς πώληση και στην παροχή διαφόρων υπηρεσιών που σκοπό έχουν να παροτρύνουν τον καταναλωτή να τελέσει την εν λόγω πράξη με τον συγκεκριμένο έμπορο και όχι με ανταγωνιστή του.

100. Το Γενικό Δικαστήριο, εφαρμόζοντας τη συλλογιστική της απόφασης Praktiker, έκρινε ότι *όλες* οι υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στην αίτηση καταχώρισης που υπέβαλε η Wallapop –επομένως, όχι μόνον οι υπηρεσίες επιγραμμικής πώλησης και ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και οι υπηρεσίες διαμεσολάβησης ή διαχείρισης επιγραμμικών αγορών για πωλητές και αγοραστές, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών παροχής εμπορικών πληροφοριών χρήσιμων για τις πωλήσεις– εμπίπτουν στον ορισμό των υπηρεσιών λιανικής πώλησης, διότι όλες αυτές οι υπηρεσίες έχουν τελικά τον σκοπό να προωθήσουν την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές[40].

101. Είμαι της γνώμης ότι η εν λόγω αιτιολογία είναι σαφώς κατάλληλη και δείχνει την πορεία της νομικής συλλογιστικής με την οποία το Γενικό Δικαστήριο κατέληξε στα συμπεράσματά του επί του ζητήματος αυτού.

102. Κατά συνέπεια, φρονώ ότι η συγκεκριμένη υποδιαίρεση του δεύτερου σκέλους πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμη.

γ) Επί της τρίτης υποδιαιρέσεως με την οποία τίθεται το ζήτημα αν είναι παρόμοιοι ο προορισμός των επίμαχων υπηρεσιών και η περί αυτού αντίληψη του κοινού

103. Κρίσιμο σημείο στην επιχειρηματολογία της Wallapop είναι ο ισχυρισμός ότι οι υπηρεσίες διαμεσολάβησης που παρέχει δεν εμπίπτουν, ως εκ της φύσεώς τους ως επιγραμμικών υπηρεσιών, στην έννοια των υπηρεσιών λιανικής πώλησης. Η Wallapop θεωρεί ότι ο πρωτεύων και κύριος σκοπός των υπηρεσιών που αφορά το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση (ήτοι η εκμετάλλευση επιγραμμικών αγορών και οι συναφείς υπηρεσίες παροχής πληροφοριών) διαφέρει σαφώς από τον σκοπό των υπηρεσιών που αφορά το σήμα της ανακόπτουσας (λιανική πώληση αθλητικών ειδών).

104. Στο πλαίσιο αυτό, η Wallapop θεωρεί ουσιαστικά ότι το Γενικό Δικαστήριο υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο κρίνοντας, στη σκέψη 43 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι «οι υπηρεσίες τις οποίες αφορά το σήμα του οποίου ζητείται η καταχώριση ικανοποιούν έμμεσα ανάγκη παρόμοια, από τη σκοπιά του ευρέος κοινού, με εκείνη την οποία ικανοποιούν οι υπηρεσίες λιανικής πώλησης αθλητικών ειδών τις οποίες καλύπτει το προγενέστερο σήμα, παρέχουν δε στο ευρύ κοινό τη δυνατότητα αγοράς των επίμαχων προϊόντων κατόπιν συλλογής

[40] Στη σκέψη 40 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι οι υπηρεσίες επιγραμμικής πώλησης και ηλεκτρονικού εμπορίου και οι υπηρεσίες λιανικής πώλησης επικαλύπτονται εν μέρει. Στις σκέψεις 41 και 42 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, το Γενικό Δικαστήριο αιτιολόγησε περαιτέρω την κρίση του επισημαίνοντας ότι ο ισχυρισμός της Wallapop και του EUIPO, ότι το βαλλόμενο σήμα δεν αφορά αυτές καθ' εαυτές τις υπηρεσίες λιανικής πώλησης αλλά υπηρεσίες διαμεσολάβησης, και αληθής υποτιθέμενος, δεν ασκεί επιρροή, δεδομένου ότι οι υπηρεσίες αυτές διευκολύνουν τις πωλήσεις.

σχετικών πληροφοριών». Η Wallapop θεωρεί ότι, στο σημείο αυτό, το Γενικό Δικαστήριο εσφαλμένα ερμήνευσε την έννοια του «προορισμού». Επιπλέον, επισημαίνει ότι ο κατάλογος των υπηρεσιών που περιλαμβάνεται στην αίτησή της καταχώρισης είναι διαφορετικός, και ότι το Γενικό Δικαστήριο δεν έπρεπε να συγκρίνει συλλήβδην τις υπηρεσίες αυτές με εκείνες που αφορά το προγενέστερο ισπανικό σήμα.

105. Κατ' εμέ, η απόφαση Tulliallan Burlington ουσιαστικά έλυσε το ζήτημα αυτό. Όπως προανέφερα, δεδομένου ότι το Δικαστήριο έκρινε στην υπόθεση εκείνη ότι ο ιδιοκτήτης εμπορικής στοάς παρέχει υπηρεσίες λιανικής πώλησης κατά την έννοια της κλάσης 35, το ίδιο μπορεί να λεχθεί για εκείνον που εκμεταλλεύεται εικονική εμπορική στοά, όπως είναι η διαδικτυακή πλατφόρμα της Wallapop. Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται ούτε από τον προσδιορισμό οποιουδήποτε κύριου προορισμού των επίμαχων υπηρεσιών.

106. Όσον αφορά τις άλλες τέσσερις υπηρεσίες που αναφέρει η αίτηση της Wallapop για την καταχώριση σήματος –ήτοι την παροχή αξιολογικής ανατροφοδότησης και βαθμολόγησης των προϊόντων και υπηρεσιών των πωλητών, σε συνδυασμό με τη γενική αξία και την απόδοσή τους, την παροχή βάσης δεδομένων αξιολόγησης με δυνατότητα αναζήτησης για αγοραστές και πωλητές, και την παροχή εμπορικών πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα και/ή τις υπηρεσίες–, είναι αληθές ότι οι υπηρεσίες αυτές εξετάστηκαν συλλήβδην από το Γενικό Δικαστήριο, στις σκέψεις 41 και 42 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως. Πάντως, κατ' ουσίαν το Γενικό Δικαστήριο συνήγαγε ότι, από τη σκοπιά του ευρέος κοινού, οι εν λόγω υπηρεσίες απλώς και μόνον παρέχουν χρήσιμες εμπορικές πληροφορίες σχετικά με την πώληση των ίδιων των προϊόντων.

107. Από την πλευρά μου, όσον αφορά το σημείο αυτό συμφωνώ με τα συμπεράσματα του Γενικού Δικαστηρίου. Η εφαρμογή του σκεπτικού της απόφασης Praktiker, όπως ερμηνεύθηκε στην απόφαση Tulliallan Burlington, οδηγεί κατ' ανάγκην στο συμπέρασμα ότι επίσης οι εν λόγω υπηρεσίες πρέπει να θεωρηθούν ως χαρακτηριστικά υπηρεσιών λιανικής πώλησης, αν μη τι άλλο επειδή συνίστανται στην «παροχή διαφόρων υπηρεσιών που είναι διαφορετικές από την πράξη της πωλήσεως και που αποβλέπουν στο να ωθήσουν τον εν λόγω καταναλωτή να αγοράσει τα πωλούμενα στα καταστήματα αυτά προϊόντα» [41].

108. Δεν αμφιβάλλω ότι, με την εμφάνιση του διαδικτυακού εμπορίου, αυτού του είδους οι υπηρεσίες αξιολόγησης, σύγκρισης και ανατροφοδότησης είναι δυνατόν να παρέχονται με πιο εύκολο και πιο αποτελεσματικό τρόπο σε όσους επιθυμούν να κάνουν χρήση της επιγραμμικής πλατφόρμας αγορών. Θεωρώ, ωστόσο, ότι αυτό το είδος υπηρεσιών παροχής πληροφοριών δεν διαφέρει, κατ' αρχήν, από το είδος υπηρεσιών παροχής πληροφοριών που μπορούσαν να παρέχονται –και που κατά πάσα πιθανότητα παρέχονται ακόμη– από τους ιδιοκτήτες παραδοσιακών εμπορικών στοών. Ακόμη και στις ημέρες πριν από την έλευση του διαδικτύου, χωρίς αμφιβολία οι ιδιοκτήτες των εν λόγω εμπορικών στοών παρείχαν τακτικά πληροφορίες αυτού του είδους στους μισθωτές τους σχετικά με ζητήματα όπως οι προτιμήσεις των καταναλωτών, η επισκεψιμότητα, τα ευρήματα των ερευνών καταναλωτή, και ούτω καθεξής.

109. Επομένως, για όλους τους ανωτέρω λόγους θεωρώ ότι ο προορισμός των υπηρεσιών αυτών καθώς και η αντίληψη του κοινού γι' αυτόν δεν αναιρούν τον χαρακτήρα τους ως υπηρεσιών λιανικής πώλησης κατά την έννοια της κλάσης 35, όπως ερμηνεύθηκε από το Δικαστήριο στην απόφαση Praktiker και, ειδικότερα, στην απόφαση Tulliallan Burlington.

[41] Απόφαση Tulliallan Burlington, σκέψη 127.

110. Κατά συνέπεια, η αιτίαση αυτή πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμη.

δ) Επί της τέταρτης υποδιαιρέσεως με την οποία τίθεται το ζήτημα αν οι υπηρεσίες που καλύπτει το βαλλόμενο σήμα της Wallapop είναι ανταγωνιστικές σε σχέση με εκείνες που καλύπτει το προγενέστερο σήμα της Unipreus

111. Η Wallapop εμμένει στον ισχυρισμό ότι οι υπηρεσίες που παρέχει αποτελούν απλώς υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και δεν σχετίζονται με το λιανικό εμπόριο.

112. Η Wallapop τονίζει το γεγονός ότι οι υπηρεσίες τις οποίες αφορά το σήμα για το οποίο υποβλήθηκε αίτηση καταχώρισης είναι ανταγωνιστικές όχι σε σχέση με τις υπηρεσίες πώλησης αθλητικών ειδών που αφορά το προγενέστερο σήμα της ανακόπτουσας, αλλά σε σχέση με άλλες ψηφιακές υπηρεσίες ή υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

113. Όπως είναι σαφές από τα σημεία 45 και 46 καθώς και 51 και 52 των παρουσών προτάσεων, η κρίση του Γενικού Δικαστηρίου, που εκτίθεται στη σκέψη 37 της αναιρεσιβαλλομένης αποφάσεως, ότι δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο η αίτηση της Wallapop να έχει εφαρμογή για τη χρήση συμβατικού ιστοτόπου για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων, αποτελεί διαπίστωση περί των πραγματικών περιστατικών που δεν υπόκειται σε αναιρετικό έλεγχο, εφόσον δεν προβάλλεται παραμόρφωση των περιστατικών αυτών. Κατά συνέπεια, οι επίμαχες υπηρεσίες [42] σαφώς έχουν ανταγωνιστικό χαρακτήρα μεταξύ τους.

114. Επιπλέον, όπως έχω ήδη επισημάνει, το επιχείρημα αυτό βασίζεται σε σαφή διάκριση μεταξύ επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, διαδικτυακού εμπορίου και λιανικού εμπορίου σε πραγματικά καταστήματα. Εντούτοις, όπως η Unipreus κατέβαλε μεγάλη προσπάθεια να τονίσει το σημείο αυτό κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η σύγκριση αυτή δεν λαμβάνει υπόψη την πραγματικότητα της αγοράς, τη μεταβολή των καταναλωτικών συνηθειών όσον αφορά τις αγορές μέσω διαδικτύου και, πάνω απ' όλα, την αντίληψη του μέσου καταναλωτή. Αυτό καθ' εαυτό το γεγονός ότι, για να το επαναλάβω άλλη μία φορά, το Γενικό Δικαστήριο διαπίστωσε ότι τα αθλητικά υποδήματα που πωλούνται επιγραμμικά από την Unipreus προσφέρονται προς πώληση επίσης μέσω της πλατφόρμας της Wallapop αποτελεί από μόνο του απόδειξη των ισχυρισμών της Unipreus, ακόμη και αν η διαδικτυακή λιανική πώληση γίνεται από τρίτους πωλητές λιανικής οι οποίοι κάνουν χρήση των εν λόγω υπηρεσιών διαμεσολάβησης, και όχι από την ίδια τη Wallapop.

115. Κατά συνέπεια, η αιτίαση αυτή πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμη.

116. Για όλους τους λόγους που εκτίθενται στις παρούσες προτάσεις, φρονώ ότι ορθώς το Γενικό Δικαστήριο κατέληξε στα συμπεράσματά του όσον αφορά την ομοιότητα των επίμαχων υπηρεσιών και ότι ουδόλως ανέκυψε πλάνη περί το δίκαιο.

[42] Η χρήση συνήθους ιστοτόπου για την πραγματοποίηση επιγραμμικών πωλήσεων.

VII. Επί των δικαστικών εξόδων

117. Κατά το άρθρο 184, παράγραφος 2, του Κανονισμού Διαδικασίας, όταν η αίτηση αναιρέσεως απορρίπτεται ως αβάσιμη, το Δικαστήριο αποφαίνεται επί των δικαστικών εξόδων. Κατά το άρθρο 138, παράγραφος 1, του ίδιου Κανονισμού, το οποίο εφαρμόζεται, δυνάμει του άρθρου του 184, παράγραφος 1, στη διαδικασία που έχει ως αντικείμενο αναίρεση, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα εφόσον υπάρχει σχετικό αίτημα του νικήσαντος διαδίκου.

118. Δεδομένου ότι η Unipreus υπέβαλε αίτημα για τα δικαστικά έξοδα και η Wallapop ηττήθηκε στην παρούσα αναιρετική δίκη, η Wallapop θα πρέπει να φέρει, πέρα από τα δικαστικά της έξοδα, τα δικαστικά έξοδα της Unipreus.

119. Δεδομένου ότι το EUIPO ηττήθηκε, αλλά η Unipreus δεν υπέβαλε αίτημα καταδίκης του στα δικαστικά της έξοδα όσον αφορά την αναιρετική διαδικασία, το EUIPO θα πρέπει να φέρει τα δικαστικά του έξοδα όσον αφορά τη διαδικασία αυτή.

VIII. Πρόταση

120. Κατά συνέπεια, υπό το πρίσμα των ανωτέρω εκτιμήσεων, προτείνω στο Δικαστήριο:

– να απορρίψει την υπό κρίση αίτηση αναιρέσεως και να επικυρώσει την απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου·

– να ορίσει ότι η Wallapop, SL φέρει τα δικαστικά της έξοδα καθώς και τα δικαστικά έξοδα στα οποία η Unipreus, SL υποβλήθηκε στο πλαίσιο της αναιρετικής διαδικασίας,

– να ορίσει ότι το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO) φέρει τα δικαστικά του έξοδα στο πλαίσιο της αναιρετικής διαδικασίας.