Teismo praktikos rinkinys

GENERALINIO ADVOKATO
GERARD HOGAN IŠVADA,
pateikta 2020 m. birželio 25 d.[1]

Byla C-763/18 P

Wallapop, SL
prieš
Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO),

Unipreus, SL

„Apeliacinis skundas – Europos Sąjungos prekių ženklas – Protesto procedūra – Vaizdinis prekių ženklas, kuriame yra žodinis elementas „wallapop“ – Ankstesnis nacionalinis vaizdinis prekių ženklas, kuriame yra žodinis elementas „wala w“ – Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktas – Paslaugų panašumas – 35 klasė – Mažmeninės prekybos paslaugos – Elektroninė prekyvietė“

I. Įvadas

1. Apeliantė šioje byloje *Wallapop SL* (toliau – *Wallapop*) yra Ispanijos bendrovė, valdanti elektroninę prekyvietę. Per jos išmaniesiems telefonams ir planšetiniams kompiuteriams skirtą programėlę bei tinklalapį vartotojai gali internetu parduoti prekes ir jų įsigyti. *Wallapop* Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (toliau – EUIPO) padavė paraišką įregistruoti vaizdinį prekių ženklą, kuriame yra žodis „wallapop“. Buvo prašoma apsaugos peržiūrėtoje ir pataisytoje 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartyje dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti nurodytos 35 klasės paslaugoms, be kita ko, tam tikroms internetinės prekybos paslaugoms, susijusioms su internetinių prekyviečių valdymu, ir susijusioms paslaugoms.

2. Ispanijos įmonė *Unipreus SL* (toliau – *Unipreus*), užsiimanti mažmenine prekyba avalyne, padavė protestą dėl *Wallapop* paraiškos, remdamasi ankstesniu vaizdiniu Ispanijos prekių ženklu, kuriame yra žodinis elementas „wala w“, įregistruotu 35 klasės paslaugoms – „mažmeninei prekybai sporto prekėmis“.

3. 2017 m. sausio 18 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) EUIPO penktoji apeliacinė taryba atmetė *Unipreus* apeliaciją dėl EUIPO protestų skyriaus sprendimo atmesti protestą. Ginčijamame sprendime EUIPO penktoji apeliacinė taryba nusprendė, kad nėra galimybės supainioti nagrinėjamų žymenų, nes paslaugos, kurioms skirtas prekių ženklas, dėl kurio pateikta registracijos paraiška, ir ankstesnis Ispanijos prekių ženklas, skiriasi[2].

[1] Originalo kalba: anglų.

[2] Žr. šios išvados 14 punktą.

4. 2018 m. spalio 3 d. Sprendime *Unipreus / EUIPO – Wallapop (wallapop)* (T-186/17, nepaskelbtas Rink., EU:T:2018:640, toliau – skundžiamas sprendimas) Bendrasis Teismas patenkino *Unipreus* ieškinį dėl ginčijamo sprendimo panaikinimo. Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad aptariamos paslaugos bent šiek tiek panašios.

5. Dabar iš skundžiamo sprendimo kyla tokie klausimai: ar prekybos internetu paslaugos, susijusios su elektroninės prekyvietės valdymu, skiriasi nuo mažmeninės prekybos paslaugų, ar yra į jas panašios? Subsidiariai – ar tokios prekybos internetu paslaugos, susijusios su elektroninės prekyvietės valdymu, turėtų būti įtrauktos į sąvoką „mažmeninės prekybos paslaugos“ vadovaujantis neseniai priimtu Teisingumo Teismo sprendimu *Tulliallan Burlington / EUIPO*[3]?

6. Vis dėlto prieš pradedant nagrinėti šiuos klausimus pirmiausia būtina nurodyti šio proceso teisinį pagrindą, genezę ir detaliau aprašyti bylos faktines aplinkybes.

II. Teisinis pagrindas

A. Reglamentas Nr. 207/2009

7. Iš dalies pakeisto 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo[4] 8 straipsnio 1 dalyje nustatyta:

„1. Ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, prekių ženklas, kurį įregistruoti buvo paduota paraiška, neregistruojamas:

<…>

b) jeigu dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklai yra skirti, panašumo ar tapatumo yra galimybė suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas; suklaidinimo galimybė apima ir galimybę sieti su ankstesniu prekių ženklu.“

B. Direktyva 2011/83

8. 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2011/83/ES dėl vartotojų teisių, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB bei panaikinamos Tarybos direktyva 85/577/EEB ir Europos Parlamento ir

[3] 2020 m. kovo 4 d. Sprendimas *Tulliallan Burlington / EUIPO* (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2020:151, toliau – Sprendimas *Tulliallan Burlington*).

[4] OL L 78, 2009, p. 1. Reglamentas Nr. 207/2009 buvo pakeistas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1).

Tarybos direktyva 97/7/EB[5], 6 straipsnis pavadintas „Informacijos reikalavimai, taikomi nuotolinės prekybos sutartims ir ne prekybai skirtose patalpose sudarytoms sutartims“. Jo 1 dalies b ir c punktuose nustatyta:

„1. Prieš vartotojui įsipareigojant pagal nuotolinės prekybos sutartį ar ne prekybai skirtose patalpose sudaromą sutartį ar atitinkamą pasiūlymą, prekiautojas aiškiai ir suprantamai pateikia vartotojui šią informaciją:

<…>

b) prekiautojo tapatybės duomenis, pavyzdžiui, jo vardą, pavardę ar pavadinimą;

c) geografinį adresą, kuriuo įsisteigęs prekiautojas, ir prekiautojo telefono bei fakso numerius ir, jei turi, elektroninio pašto adresą, kad vartotojas galėtų greitai susisiekti su prekiautoju ir veiksmingai su juo bendrauti, ir, jei taikoma, prekiautojo, kurio vardu jis veikia, adresą ir tapatybės duomenis.“

C. Reglamentas Nr. 524/2013

9. 2013 m. gegužės 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 524/2013 dėl elektroninio vartotojų ginčų sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2009/22/EB (Reglamentas dėl vartotojų EGS)[6], 4 straipsnio 1 dalies f punkte nustatyta:

„1. Šiame reglamente:

<…>

f) elektroninė prekyvietė – paslaugų teikėjas, kaip apibrėžta 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) 2 straipsnio b punkte, kuriuo leidžiama vartotojams ir komercinės veiklos subjektams sudaryti elektroninio pirkimo-pardavimo ir paslaugų sutartis elektroninės prekyvietės interneto svetainėje.“

D. Direktyva 2016/1148

10. 2016 m. liepos 6 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2016/1148 dėl priemonių aukštam bendram tinklų ir informacinių sistemų saugumo lygiui visoje Sąjungoje užtikrinti[7] 4 straipsnio 17 punkte nustatyta:

„Šioje direktyvoje vartojamų terminų apibrėžtys:

<…>

[5] OL L 304, 2011, p. 64.

[6] OL L 165, 2013, p. 1.

[7] OL L 194, 2016, p. 1.

elektroninė prekyvietė – skaitmeninė paslauga, kuria sudaromos sąlygos vartotojams ir (arba) komercinės veiklos subjektams, apibrėžtiems atitinkamai [2013 m. gegužės 21 d.] Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2013/11/ES [dėl alternatyvaus vartotojų ginčų sprendimo, kuria iš dalies keičiami Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2009/22/EB (Direktyva dėl vartotojų AGS) (OL L 165, 2013, p. 63)] 4 straipsnio 1 dalies a punkte ir b punkte, sudaryti elektroninės prekybos ar paslaugų sutartis su komercinės veiklos subjektais elektroninės prekyvietės svetainėje arba komercinės veiklos subjekto svetainėje, kurioje naudojamasi elektroninės prekyvietės teikiamomis kompiuterijos paslaugomis.“

III. Ginčo aplinkybės

11. 2014 m. rugsėjo 18 d. *Wallapop* padavė EUIPO paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą pagal Reglamentą Nr. 207/2009. Prekių ženklas, dėl kurio pateikta paraiška, buvo šis vaizdinis žymuo (toliau – ginčijamas prekių ženklas):



12. Paslaugos, kurioms skirtas prekių ženklas, dėl kurio pateikta paraiška, priskiriamos prie 35 klasės ir atitinka, be kita ko, tokį aprašymą:

„Prekyba tiesiogiai internetu, būtent prekių ir paslaugų pirkėjams ir pardavėjams skirtų tiesioginio interneto parduotuvių valdymas; internetinės prekybos paslaugos, kai pardavėjai skelbia parduoti ir pirkti skirtus produktus ar paslaugas, o kainų pasiūlymai teikiami internetu, skirtos kitų subjektų produktų pardavimui kompiuterių tinklu palengvinti; parduodamų prekių ir paslaugų įvertinimo ir įkainojimo paslaugos, parduodamų prekių ir paslaugų vertės ir kainų skelbimas, pirkėjų ir pardavėjų įpročių nustatymas, pristatymo paslaugos ir kitos su prekiavimo patirtimi susijusios paslaugos; naršomo pardavėjų ir pirkėjų duomenų banko vertinimo reikmėms teikimas internete; komercinės informacijos, susijusios su produktais ir (arba) paslaugomis, šio pobūdžio prekių bei paslaugų vertinimu ir klasifikavimu, taip pat šio pobūdžio produktų ir (arba) paslaugų pirkėjų ir pardavėjų vertinimu ir klasifikavimu, teikimo paslaugos; verslo informacijos paieškos, kaupimo, sisteminimo, dorojimo ir teikimo kitiems paslaugos <…>“

13. 2015 m. sausio 7 d. *Unipreus* pareiškė protestą pagal Reglamento Nr. 207/2009 41 straipsnį dėl ginčijamo prekių ženklo įregistravimo 12 punkte nurodytoms paslaugoms.

14. Protestas buvo grindžiamas, be kita ko, toliau pavaizduotu Ispanijos nacionaliniu prekių ženklu Nr. 2874101, kurio paraiška buvo pateikta 2009 m. balandžio 30 d. ir kuris buvo įregistruotas 2009 m. lapkričio 10 d. 35 klasės paslaugoms, atitinkančioms tokį aprašymą: „mažmeninė prekyba sporto prekėmis“.



15. Protestas buvo grindžiamas Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkte nurodytais pagrindais.

16. 2015 m. spalio 19 d. Protestų skyrius atmetė protestą dėl šios išvados 12 punkte nurodytų paslaugų.

17. 2015 m. lapkričio 24 d. *Unipreus* padavė EUIPO apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo pagal Reglamento Nr. 207/2009 58–64 punktus ir paprašė jį panaikinti tiek, kiek buvo atmestas protestas dėl šios išvados 12 punkte nurodytų paslaugų.

18. Ginčijamu sprendimu EUIPO penktoji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją, kiek ji susijusi su šiomis paslaugomis. Apeliacinė taryba nusprendė, kad lyginami žymenys, vertinami kaip visuma, šiek tiek panašūs, tačiau šios išvados 12 punkte nurodytos paslaugos skiriasi nuo paslaugų, kurioms įregistruotas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas, ir kad todėl nėra galimybės supainioti žymenų, susijusių su šiomis paslaugomis.

IV. Procesas Bendrajame Teisme ir skundžiamas sprendimas

19. 2017 m. kovo 23 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Unipreus* ieškinį dėl ginčijamo sprendimo panaikinimo. *Unipreus* ieškinį grindė vieninteliu teisiniu pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

20. Skundžiamu sprendimu Bendrasis Teismas patenkino *Unipreus* ieškinį, taigi, pritarė jos nurodytam vieninteliam teisiniam pagrindui. Skundžiamo sprendimo 54 punkte Bendrasis Teismas konstatavo, kad šios išvados 12 punkte nurodytos paslaugos ir paslaugos, kurioms buvo įregistruotas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas, bent šiek tiek panašios. Todėl teismas panaikino ginčijamą sprendimą tiek, kiek jame nurodyta, kad šios paslaugos nepanašios į paslaugas, kurioms buvo įregistruotas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas.

21. Pirma, Bendrasis Teismas skundžiamo sprendimo 36 punkte konstatavo, kad sąvoka „mažmeninė prekyba“ apima tiek pardavimą fizinėse patalpose, tiek pardavimą internetu, todėl, priešingai nei nusprendė Apeliacinė taryba, ankstesnis Ispanijos prekių ženklas žymi ir sporto prekių pardavimą internetu. Skundžiamo sprendimo 37 punkte Bendrasis Teismas pažymėjo, kad, kadangi paslaugos, kurioms prašyta įregistruoti ginčijamą prekių ženklą, susijusios su „prekyba internetu“, negalima atmesti, kad *Wallapop* gali naudoti „klasikinę“ interneto svetainę tam, kad tiesiogiai parduotų prekes arba paslaugas vartotojams. Atsižvelgdamas į tai, skundžiamo sprendimo 38 punkte Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad nagrinėjamų paslaugų platinimo kanalai bent šiek tiek panašūs, o ne skirtingi, kaip nusprendė Apeliacinė taryba.

22. Antra, dėl nagrinėjamų paslaugų pobūdžio, paskirties ir naudojimo Bendrasis Teismas priminė, kad pagal jurisprudenciją [8] mažmeninės prekybos tikslas yra parduoti prekes vartotojams [9]. Bendrasis Teismas nusprendė, kad šioje byloje aptariamu atveju paslaugos, kurioms prašoma įregistruoti ginčijamą prekių ženklą, susijusios su „prekyba internetu“, ir paslaugos, kurioms įregistruotas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas, susijusios su mažmenine prekyba sporto prekėmis, įskaitant mažmeninę prekybą internetu, iš dalies sutampa [10]. Bendrasis Teismas konstatavo, kad šios išvados nepaneigia argumentas, jog ginčijamas prekių ženklas susijęs ne su pačiomis mažmeninės prekybos paslaugomis, o su tarpininkavimo paslaugomis arba paslaugomis, susijusiomis su elektroninių prekyviečių valdymu, įskaitant komercinės informacijos teikimą. Šis teismas nurodė, kad teikiant tokią informaciją siekiama palengvinti mažmeninę prekybą, įskaitant mažmeninę prekybą sporto prekėmis. Taigi, pasinaudodama ginčijamu prekių ženklu žymimomis paslaugomis, plačioji visuomenė gali įsigyti prekių, tapačių arba panašių į *Unipreus* parduodamas prekes. Todėl Bendrasis Teismas nusprendė, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos paslaugos netiesiogiai buvo skirtos tenkinti panašiam plačiosios visuomenės poreikiui kaip ir mažmeninės prekybos paslaugos, kurioms įregistruotas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas. Taigi, Bendrojo Teismo nuomone, nagrinėjamų paslaugų paskirtis ir naudojimas bent jau šiek tiek panašūs, o ne skirtingi, kaip nusprendė Apeliacinė taryba [11].

23. Trečia, Bendrasis Teismas pažymėjo, kad *Wallapop* registracijos paraiškoje buvo kalbama tik apie „pirkėjus“ ir „pardavėjus“, bet nebuvo patikslinta, ar ginčijamu prekių ženklu žymimos tarpininkavimo paslaugos skirtos privatiems asmenims, ar profesionalams. Todėl šis teismas konstatavo, kad negalima atmesti galimybės, jog ginčijamas prekių ženklas gali būti naudojamas profesionalių pardavėjų ir vartotojų tarpusavio santykiams užmegzti ir platformai, kurioje būtų galima prekiauti naujomis, o ne vien naudotomis prekėmis, valdyti. Taigi, Bendrasis Teismas konstatavo, kad Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog nagrinėjamos paslaugos nėra skirtos tiems patiems vartotojams [12].

24. Ketvirta, Bendrasis Teismas konstatavo, kad vartotojas gali analizuoti tos pačios prekės pasiūlymus tiek *Unipreus* interneto svetainėje www.walashop.com, tiek interneto svetainėje www.walapop.com arba atitinkamoje mobiliojoje programėlėje. Be to, šio teismo teigimu, Apeliacinė taryba nepaaiškino, kodėl naudojimasis mobiliąja programėle, kuri suteikia vartotojui galimybę susisiekti su tam tikrų prekių pardavėjais ir užsisakyti tokių prekių, tam tikru mastu nėra pakeičiamas šių prekių pirkimu fizinėje parduotuvėje arba internetu. Todėl Bendrasis Teismas nusprendė, kad negalima atmesti galimybės, jog nagrinėjamas paslaugas sieja konkurencinis ryšys, ir todėl Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, kad jos tarpusavyje nekonkuruoja [13].

V. Šalių reikalavimai ir procesas Teisingumo Teisme

25. Apeliaciniu skundu *Wallapop* Teisingumo Teismo prašo:

– panaikinti skundžiamą sprendimą,

[8] Bendrasis Teismas rėmėsi 2005 m. liepos 7 d. Sprendimo *Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte* (C-418/02, EU:C:2005:425, toliau – Sprendimas *Praktiker*) 34 punktu.

[9] Žr. skundžiamo sprendimo 39 punktą.

[10] Žr. skundžiamo sprendimo 41–44 punktus.

[11] Žr. skundžiamo sprendimo 41–44 punktus.

[12] Žr. skundžiamo sprendimo 46–49 punktus.

[13] Žr. skundžiamo sprendimo 50–53 punktus.

– priteisti iš *Unipreus* bylinėjimosi išlaidas, kurias ji patyrė pirmojoje instancijoje ir Teisingumo Teisme.

26. *Unipreus* Teisingumo Teismo prašo:

– atmesti apeliacinį skundą,

– priteisti iš *Wallapop* bylinėjimosi išlaidas.

27. EUIPO Teisingumo Teismo prašo:

– patenkinti *Wallapop* apeliacinį skundą,

– priteisti iš *Unipreus* bylinėjimosi išlaidas.

28. Rašytines pastabas pateikė *Wallapop*, *Unipreus* ir EUIPO. *Wallapop*, *Unipreus* ir EUIPO dalyvavo 2020 m. kovo 12 d. Teisingumo Teismo posėdyje.

VI. Apeliacinis skundas

29. *Wallapop* apeliacinį skundą grindžia vieninteliu pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

A. Šalių argumentai

30. Vienintelis *Wallapop* apeliacinio skundo pagrindas susijęs su tuo, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą, kai nusprendė, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos paslaugos yra šiek tiek panašios į paslaugas, žymimas ankstesniu Ispanijos prekių ženklu.

31. Apeliacinio skundo pagrindą iš esmės sudaro dvi dalys.

32. Pirmojoje dalyje *Wallapop* teigia, kad Bendrasis Teismas neteisingai aiškino sąvoką „elektroninė prekyvietė“, išplaukiančią iš įvairių Sąjungos teisės nuostatų ir Teisingumo Teismo jurisprudencijos.

33. *Wallapop* tvirtina, kad Reglamento Nr. 524/2013 4 straipsnio 1 dalies f punkte ir Direktyvos 2016/1148 4 straipsnio 17 punkte nurodyti pagrindiniai sąvokos „elektroninė prekyvietė“, kaip ji suprantama pagal Sąjungos teisę, elementai. Iš šių nuostatų išplaukia, kad „elektroninė prekyvietė“ yra skaitmeninė paslauga arba informacinės visuomenės paslauga, kuria sudaromos sąlygos trečiosioms šalims, būtent profesionalams ir (arba) vartotojams, sudaryti komercinius sandorius arba paslaugų sutartis nepriklausomai nuo elektroninės prekyvietės paslaugų teikėjo.

34. *Wallapop* teigimu, Bendrasis Teismas neatsižvelgė į elektroninių prekyviečių teikiamų paslaugų pagrindinį požymį, išplaukiantį iš šios apibrėžties, būtent kad elektroninės prekyvietės neužsiima prekyba internetu, o teikia tarpininkavimo paslaugas tretiesiems asmenims, kurie naudojasi tokiomis paslaugomis versdamiesi internetine prekyba platformoje. Taigi, Bendrasis

Teismas pateikė prekių ženklų teise grindžiamą elektroninės prekyvietės teikiamų paslaugų išaiškinimą, kuris yra nesuderinamas su vienoda sąvoka „elektroninė prekyvietė“, kaip ji apibrėžta Sąjungos teisėje.

35. Be to, *Wallapop* teigimu, Bendrojo Teismo argumentai nesuderinami su 2017 m. gruodžio 20 d. Teisingumo Teismo sprendime *Asociación Profesional Elite Taxi* (C-434/15, EU:C:2017:981) pateikta informacinės visuomenės paslaugos teikėjo sąvoka. Tame sprendime Teisingumo Teismas konstatavo, kad tarpininkavimo paslaugų elektroninėmis priemonėmis teikėjas, kaip antai *Uber*, negali būti laikomas paprastu informacinės visuomenės paslaugų teikėju, jeigu jis teikia paslaugas, susijusias ne vien su ryšio tarp trečiųjų šalių užmezgimu platformoje, ir nustato tam tikrus lemiamus platformoje sudaromų sandorių elementus. Vis dėlto šioje byloje *Wallapop* tvirtina, kad, kitaip nei *Uber*, ji tik teikia tarpininkavimo ir su jomis susijusias paslaugas ir nevykdo kitos atskiros veiklos.

36. Antrojoje apeliacinio skundo pagrindo dalyje *Wallapop* teigia (ir EUIPO ją palaiko), kad Bendrasis Teismas neteisingai aiškino svarbius veiksnius, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant atitinkamų paslaugų panašumą.

37. Pirma, dėl Bendrojo Teismo atlikto platinimo kanalų vertinimo *Wallapop* ir EUIPO teigia, jog tai, kad *Unipreus* savo prekėmis prekiauja internete savo „klasikinėje“ interneto svetainėje, neleidžia daryti išvados, kad nagrinėjamos paslaugos yra panašios. Jų teigimu, Bendrojo Teismo požiūris lemia neproporcingą ankstesnio prekių ženklo taikymo srities išplėtimą. Internetas nėra platinimo kanalas, o tik terpė, kurioje veikia skirtingi platinimo kanalai, arba jų pagalbinė priemonė. Pernelyg paprasta nagrinėjamų paslaugų panašumą grįsti tuo, kad jos turi bendrą požymį – internetą. *Wallapop* neparduoda prekių tiesiogiai savo platformoje. Bet kuriuo atveju, kai platformų operatoriai parduoda produktus savo platformose, jie teikia paslaugas, kurios skiriasi nuo elektroninės prekyvietės paslaugų. Be to, pagal
Direktyvos 2011/83 6 straipsnio 1 dalies b punktą prekiautoja (*Wallapop*) privalo pateikti vartotojui savo tapatybės duomenis [14].

38. Antra, dėl nagrinėjamų paslaugų pobūdžio *Wallapop* ir EUIPO kritikuoja Bendrąjį Teismą dėl to, kad šis nepateikė jokių įrodymų, patvirtinančių išvadą, jog paslaugos, kurioms skirtas ginčijamas prekių ženklas, apima su mažmeninės prekybos paslaugomis susijusią veiklą.

39. Be to, *Wallapop* ir EUIPO teigia, kad Bendrojo Teismo atlikta nagrinėjamų paslaugų panašumo analizė grindžiama paslaugų, kurioms prašyta įregistruoti ginčijamą prekių ženklą, sąrašo teksto daliniu arba klaidingu aiškinimu. Todėl šis teismas skundžiamo sprendimo 37 punkte padarė klaidingą išvadą, kad šios paslaugos yra mažmeninės prekybos paslaugos, o ne skaitmeninės paslaugos, kurias teikiant tretiesiems asmenims sudaroma galimybė prekiauti internetu. Dėl dviejų pirmųjų paslaugų, nurodytų šios išvados 12 punkte, Bendrasis Teismas, visiškai išnagrinėjęs šią formuluotę, turėjo padaryti išvadą, kad platformoje prekiauja ne tarpininkavimo paslaugų teikėja, o trečiosios šalys, kurios naudojasi šiomis paslaugomis. Dėl kitų keturių paslaugų *Wallapop* ir EUIPO priekaištauja Bendrajam Teismui dėl to, kad šis jų neatskyrė ir suplakė į vieną grupę „pardavimui naudingos komercinės informacijos teikimas“ [15]. Jeigu Bendrasis Teismas būtų tinkamai išanalizavęs šias paslaugas, jis būtų turėjęs padaryti išvadą, kad

[14] Šiame etape galbūt vertėtų pažymėti, kad aplinkybė, jog pateikiamas prekiautojos pavadinimas, gali būti svarbi vertinant galimybę supainioti, tačiau, kiek tai susiję su supainiojimo klausimu pateikus paraišką įregistruoti prekių ženklą, ši aplinkybė negali būti lemiama.

[15] Skundžiamo sprendimo 41 punkte.

tai yra skaitmeninės paslaugos, būtinos elektroninės prekyvietės veikimui. Be to, *Wallapop* tvirtina, kad ji neteikia jokios informacijos, kad paskatintų sudaryti pardavimo sandorius, bet tokią informaciją teikia patys pardavėjai.

40. Trečia, *Wallapop* ir EUIPO teigimu, ginčijamu prekių ženklu žymimų paslaugų paskirtis visiškai skiriasi nuo mažmeninės prekybos paslaugų, kurioms skirtas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas, paskirties. Šios išvados 12 punkte nurodytų pirmųjų dviejų tarpininkavimo paslaugų tikslas yra pasiūlyti ir išlaikyti skaitmeninę erdvę, skirtą trečiosioms šalims, pardavėjams ir pirkėjams tarpusavyje keistis prekėmis arba paslaugomis, be jokių sąsajų su paslaugos teikėju. Kaip pastato, naudojamo kaip prekybos centras, savininkas, nuomojantis patalpas trečiosioms šalims, kad šios galėtų prekiauti savo produktais, virtualios prekyvietės savininkas teikia skaitmenines paslaugas, kurių tikslas – suteikti skaitmeninę erdvę ir priemonių, skirtų padėti trečiosioms šalims prekiauti. Minėtos antrosios papildomų paslaugų grupės paskirtis – sudaryti sąlygas pardavėjams ir pirkėjams lengvai gauti informaciją apie virtualios platformos siūlomas galimybes – atitinkamai parduoti arba pirkti prekes. Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą, kai nusprendė, kad šių paslaugų paskirtis šiek tiek panaši.

41. Be to, *Wallapop* teigia, kad Bendrojo Teismo požiūris prieštarauja jo paties jurisprudencijai, susijusiai su pirminės ir šalutinės paskirties nustatymu. Pagal šią jurisprudenciją [16] lyginant prekes arba paslaugas būtina identifikuoti jų dominuojantį tikslą (paskirtį), kad būtų galima įvertinti jų panašumą. Taigi, *Wallapop* teigimu, net jeigu ginčijamų prekių ženklu žymimos paslaugos gali netiesiogiai turėti tą pačią paskirtį kaip paslaugos, kurioms skirtas ankstesnis prekių ženklas, o būtent sudaryti galimybę vartotojams įsigyti sporto prekių, tai niekaip nekeičia fakto, kad aptariamų paslaugų dominuojanti (pagrindinė) paskirtis skiriasi. Tai, kad tam tikros paslaugos gali netiesiogiai tenkinti tą patį poreikį, netrukdo atitinkamam vartotojui jas laikyti skirtingomis.

42. Ketvirta, *Wallapop* tvirtina, kad ginčijamu prekių ženklu žymimos paslaugos nekonkuruoja su paslaugomis, kurioms skirtas ankstesnis prekių ženklas, nes jos nesusijusios su mažmenine prekyba. Jos veikiau konkuruoja su kitomis informacinės visuomenės paslaugomis.

43. *Unipreus* teigimu, lyginant aptariamas paslaugas būtina atsižvelgti į tikrąją padėtį rinkoje ir į vidutinio vartotojo suvokimą. Šiuo požiūriu Bendrojo Teismo vertinimas yra teisingas, o *Wallapop* argumentai grindžiami dirbtiniu požiūriu.

44. *Unipreus* iš esmės teigia, kad aptariamos paslaugos yra ne skirtingos, o panašios. Šios paslaugos skirtos tai pačiai visuomenei, t. y. plačiajai visuomenei, kuri nori įsigyti tapačių arba panašių prekių, be kita ko, drabužių, avalynės ir sporto prekių. Jomis siekiama to paties tikslo, t. y. sudaryti sąlygas plačiajai visuomenei patenkinti poreikį įsigyti šių prekių. Jos yra viena kitą papildančios, nes vartotojas gali įsigyti šių prekių naudodamasis abiem paslaugomis. Galiausiai, jos taip pat tarpusavyje konkuruoja, nes, vartotojo požiūriu, šios paslaugos yra viena kitą pakeičiančios, kadangi vartotojas gali analizuoti to paties produkto pasiūlymus ir *Unipreus* tinklalapyje, ir *Wallapop* mobiliojoje programėlėje arba interneto svetainėje.

[16] *Wallapop* remiasi 2015 m. liepos 2 d. Sprendimu *BH Stores / VRDT – Alex Toys (ALEX)*, (T-657/13, EU:T:2015:449, 64–66 punktai).

B. Analizė

1. Pirminės pastabos

45. Pagal suformuotą Teisingumo Teismo jurisprudenciją kartu aiškinant SESV 256 straipsnį ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo statuto 58 straipsnio pirmą pastraipą galima padaryti išvadą, kad tik Bendrasis Teismas kompetentingas, pirma, nustatyti faktines aplinkybes, išskyrus atvejus, kai jo išvados iš esmės neatitinka jam pateiktų dokumentų, ir, antra, jas vertinti, išskyrus atvejus, kai jos buvo iškraipytos. Bendrajam Teismui nustačius arba įvertinus faktines aplinkybes, Teisingumo Teismas gali pagal SESV 256 straipsnį peržiūrėti Bendrojo Teismo atliktą jų teisinį kvalifikavimą ir remiantis jomis Bendrojo Teismo padarytas teisines išvadas [17].

46. Be to, iš taip pat suformuotos Teisingumo Teismo jurisprudencijos išplaukia, kad Teisingumo Teismas neturi kompetencijos nei nustatyti faktinių aplinkybių, nei iš principo nagrinėti įrodymų, kuriais Bendrasis Teismas rėmėsi toms faktinėms aplinkybėms pagrįsti. Iš tikrųjų, jeigu šie įrodymai buvo gauti teisėtai, paisyta bendrųjų teisės principų ir procesinių nuostatų, susijusių su įrodinėjimo pareiga ir įrodymų rinkimu, tik Bendrasis Teismas gali įvertinti jam pateiktus įrodymus. Vadinasi, jeigu šie įrodymai nėra iškraipyti, toks vertinimas nėra teisės klausimas, kurį turi persvarstyti Teisingumo Teismas. Šiuo klausimu reikia priminti, kad įrodymai iškraipomi, kai, nesant naujų įrodymų, esamų įrodymų vertinimas atrodo akivaizdžiai klaidingas [18].

47. Tarp faktinio pobūdžio vertinimų, kurių Teisingumo Teismas netikrina apeliacine tvarka, yra Bendrojo Teismo išvados dėl atitinkamos visuomenės savybių ir vartotojų pastabumo, suvokimo arba požiūrio, taip pat Bendrojo Teismo nagrinėjant galimybę supainioti, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą, atliktas aptariamų žymenų panašumo vertinimas. Tas pats pasakytina ir apie Bendrojo Teismo nagrinėjant šią galimybę supainioti atliktą prekių arba paslaugų, kurioms skirti aptariami prekių ženklai, panašumo vertinimą. [19]

48. Šios konkrečios aplinkybės ypač svarbios kalbant apie vienintelį apeliacinio skundo pagrindą.

2. Apeliacinio skundo vienintelio pagrindo pirmoji dalis: ar Bendrasis Teismas neteisingai aiškino arba taikė elektroninės prekyvietės apibrėžtį pagal Sąjungos teisę ir Teisingumo Teismo jurisprudenciją

49. Gali būti tikslinga pirmiausia išnagrinėti apeliacinio skundo vienintelio pagrindo pirmąją dalį, t. y. kad Bendrasis Teismas neteisingai aiškino arba bent jau neteisingai taikė sąvoką „elektroninė prekyvietė“, kaip ji apibrėžta, be kita ko, Reglamento Nr. 524/2013 4 straipsnio 1 dalies f punkte ir Direktyvos 2016/1148 4 straipsnio 17 punkte, ir Teisingumo Teismo motyvus, išdėstytus 2017 m. gruodžio 20 d. Sprendime *Asociación Profesional Elite Taxi* (C-434/15, EU:C:2017:981).

50. Nemanau, kad šis teiginys teisingas.

[17] 2015 m. birželio 3 d. Nutartis *The Sunrider Corporation / VRDT* (C-142/14 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2015:371, 47 punktas).

[18] 2015 m. birželio 3 d. Nutartis *The Sunrider Corporation / VRDT* (C-142/14 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2015:371, 48 ir 49 punktai).

[19] Žr. 2015 m. birželio 3 d. Nutartį *The Sunrider Corporation / VRDT* (C-142/14 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2015:371, 51 ir 52 punktai). Taip pat žr. 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimą *Waterford Wedgwood / Assembled Investments (Proprietary) ir VRDT* (C-398/07 P, nepaskelbtas Rink., EU:C:2009:288, 42 punktas).

51. Pirma, galima pažymėti, kad Reglamento Nr. 524/2013 4 straipsnio 1 dalies f punkte ir Direktyvos 2016/1148 4 straipsnio 17 punkte pateiktos apibrėžtys taikomos tik tam konkrečiam reglamentui ir tai konkrečiai direktyvai. Tai ypač akivaizdžiai rodo pats aptariamų nuostatų tekstas, kuriame nurodyta: „šiame reglamente“ ir „šioje direktyvoje“. Taigi aptariamos apibrėžtys nėra skirtos taikyti plačiau prekių ženklų registracijai apskritai arba prekių ženklų registracijai konkrečiai, kiek tai susiję su prie 35 klasės priskirtoms mažmeninės prekybos paslaugoms, nors pripažįstu, kad šiose nuostatose pateiktos „elektroninės prekyvietės“ apibrėžtys yra naudingos ir gali būti taikomos šioje byloje bent jau pagal analogiją [20]. Jos visų pirma gali būti taip taikomos, kai vertinama, ar nagrinėjamos paslaugos tarpusavyje konkuruoja ir kiek jos sutampa (jeigu iš viso sutampa), kaip Bendrasis Teismas konstatavo skundžiamo sprendimo 40 punkte [21].

52. Antra, bet kuriuo atveju nepripažįstu, kad Bendrasis Teismas neteisingai suprato arba neteisingai taikė Reglamento Nr. 524/2013 4 straipsnio 1 dalies f punkte ir Direktyvos 2016/1148 4 straipsnio 17 punkte pateiktas sąvokos „elektroninė prekyvietė“ apibrėžtis arba Teisingumo Teismo sprendime byloje C-434/15 išdėstytus motyvus.

53. Išanalizavus skundžiamo sprendimo 37 ir 41 punktus aiškiai matyti, kad Bendrasis Teismas puikiai suprato, jog *Wallapop* pateikė paraišką įregistruoti prekių ženklą turėdama ketinimą, be kita ko arba visų pirma, pasiūlyti interneto platformą arba tarpininkavimo arba valdymo paslaugas, *o ne pačias pardavimo paslaugas*.

54. Šiuo klausimu Bendrasis Teismas skundžiamo sprendimo 37 punkte nustatė, kad prekių ženklo paraiškoje, be kita ko, nurodytos „prekybos internetu paslaugos, t. y. prekių ir paslaugų pirkėjams ir pardavėjams skirtų tiesioginio interneto parduotuvių valdymas; elektroninės prekybos paslaugos, kai pardavėjai demonstruoja parduodamas prekes arba paslaugas, kurios perkamos arba parduodamos internetu ir yra skirtos *trečiųjų šalių prekių ir paslaugų pardavimui per pasaulinį kompiuterių tinklą palengvinti*“ [22].

55. Mano manymu, Bendrasis Teismas nesupainiojo skirtumo tarp trečiosios šalies prekių pardavimo palengvinimo [23] ir lemiamos įtakos darymo siūlomų prekių pardavimo sąlygoms [24] arba net pačių prekių pardavimo internetu.

56. Be to, Bendrasis Teismas skundžiamo sprendimo 37 punkte nustatė faktinę aplinkybę, kad, nepaisant *Wallapop* ir EUIPO priešingų argumentų, išdėstytų skundžiamo sprendimo 37 ir 41 punktuose, *Wallapop* prekių ženklo paraiškoje *taip pat nurodytas* įprastos interneto svetainės naudojimas prekybai internetu. Mano nuomone, ši skundžiamo sprendimo 37 punkte padaryta išvada įrodo ne tai, kad Bendrasis Teismas neteisingai aiškino sąvoką „elektroninė prekyvietė“, o tai, kad jis puikiai žinojo apie paslaugų, kurios gali būti teikiamos internetu ir kurioms, jo nuomone, *Wallapop* nori įregistruoti prekių ženklą, skirtingą pobūdį ir skirtingą teikimo būdą.

[20] Pagal analogiją žr. 2015 m. birželio 3 d. Nutartį *The Sunrider Corporation / VRDT* (C-142/14 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2015:371, 55–56 punktai). Toje nutartyje Teisingumo Teismas priminė, kad SESV 256 straipsnyje nustatyta jo jurisdikcija peržiūrėti Bendrojo Teismo atliktą faktinių aplinkybių teisinį kvalifikavimą iš esmės yra susijusi su teisiniu kvalifikavimu, kurį Bendrasis Teismas atlieka *atsižvelgdamas į nuostatas ir principus, reglamentuojančius su Europos Sąjungos prekių ženklais susijusią Sąjungos teisę*.

[21] 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimo *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442) 23 punkte Teisingumo Teismas nurodė, kad, siekiant įvertinti nagrinėjamų prekių ar paslaugų panašumą, reikia atsižvelgti į visus svarbius su jomis pačiomis susijusius veiksnius. Šie veiksniai pirmiausia yra prekių arba paslaugų pobūdis, galutiniai vartotojai, naudojimas, taip pat tai, ar jos tarpusavyje konkuruoja, ar viena kitą papildo.

[22] Išskirta mano. Taip pat žr. skundžiamo sprendimo 40 punktą.

[23] Pagal analogiją žr. 2019 m. gruodžio 19 d. Sprendimą *Airbnb Ireland* (C-390/18, EU:C:2019:1112).

[24] Pagal analogiją žr. 2017 m. kovo 22 d. Sprendimą *GROFA ir kt.* (C-435/15 ir C-666/15, EU:C:2017:232). Priešingai nei šiame sprendime, skundžiamame sprendime neužsimenama, kad lemiamos įtakos darymas prekių arba paslaugų pardavimo sąlygoms turėjo kokios nors reikšmės.

57. Šiuo klausimu pažymėtina, kad *Wallapop* mano, jog Bendrasis Teismas suklydo, kai skundžiamo sprendimo 37 punkte padarė išvadą, kad negalima atmesti, jog *Wallapop* paraiškoje nurodytas įprastos interneto svetainės naudojimas prekybai internetu [25].

58. Manau, kad nors *Wallapop* ginčija šią skundžiamo sprendimo 37 punkte Bendrojo Teismo nustatytą faktinę aplinkybę [26], ji neteigia, kad Bendrasis Teismas iškraipė su tuo susijusias faktines aplinkybes.

59. Todėl manau, kad šis argumentas nepriimtinas.

60. Be to, šiuo požiūriu Teisingumo Teismo skundžiamo sprendimo 38 punkte išdėstyto teiginio, kad paslaugų platinimo kanalai yra šiek tiek panašūs, negalima kritikuoti atsižvelgiant į tai, kad *Wallapop* ir *Unipreus* naudoja įprastas interneto svetaines prekybai internetu.

61. Taip pat pažymėtina, kad skundžiamo sprendimo 38 punkte Bendrasis Teismas dėl šio sprendimo 37 punkte padarytos išvados aiškiai nurodė, jog „net jeigu tai yra tik vienas iš veiksnių, į kuriuos reikia atsižvelgti, reikia konstatuoti, kad paslaugų, dėl kurių kilo ginčas, platinimo kanalai yra bent jau šiek tiek panašūs <…>“.

62. *Wallapop* neginčijo šių motyvų pakankamumo. Todėl manau, kad reikia pritarti skundžiamo sprendimo 38 punkte Bendrojo Teismo padarytai išvadai dėl paslaugų platinimo kanalų.

63. Taigi, mano manymu, *Wallapop* pareiškimas, kad Bendrasis Teismas suklydo, kai nusprendė, kad nagrinėjamų paslaugų platinimo kanalai bent šiek tiek panašūs, yra nepagrįstas.

64. Nepaisant šios išvados, siekiant išsamumo ir teisinio aiškumo šioje srityje, ko gero, vis dėlto būtina išnagrinėti, ar skundžiamo sprendimo 38 punkte Bendrojo Teismo padaryta išvada, kad (kiti) nagrinėjamų paslaugų platinimo kanalai, būtent *Wallapop* platforma, skirta trečiųjų šalių prekių ir paslaugų pardavimui palengvinti, ir *Unipreus* įprastesnė interneto svetainė, yra panašūs platinimo kanalai.

65. Siūlau tai padaryti šios išvados 72 ir paskesniuose punktuose.

66. Taigi, mano manymu, apeliacinio skundo vienintelio pagrindo pirmąją dalį Teisingumo Teismas turėtų atmesti kaip nepagrįstą.

3. Vienintelio pagrindo antroji dalis: ar Bendrasis Teismas neteisingai aiškino atitinkamus veiksnius, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant atitinkamų paslaugų panašumą

67. Čia galima pažymėti, kad Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkte nustatyta, jog, ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, ginčijamas prekių ženklas neregistruojamas, jeigu dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklai yra skirti, panašumo ar tapatumo yra galimybė suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas.

[25] Žr. *Wallapop* apeliacinio skundo 67 ir paskesnius punktus.

[26] Žr. šios išvados 36 punktą.

68. Pagal suformuotą jurisprudenciją Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto taikymo tikslais suklaidinimo galimybė reiškia, kad prekių ženklas, dėl kurio pateikta paraiška, yra tapatus arba panašus į ankstesnį prekių ženklą ir kad registracijos paraiškoje nurodytos prekės ar paslaugos yra tapačios arba panašios į tas, kurioms buvo įregistruotas ankstesnis prekių ženklas; šios sąlygos yra kumuliacinės [27].

69. Be to, pagal suformuotą jurisprudenciją nagrinėjamų prekių ar paslaugų panašumas turi būti vertinamas atsižvelgiant į visus svarbius šių prekių ar paslaugų ryšį apibūdinančius veiksnius. Šie veiksniai apima jų pobūdį, paskirtį, naudojimą ir jų konkurencinį arba papildomą pobūdį [28].

70. Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba nusprendė, kad nagrinėjami žymenys, žinoma, bent jau šiek tiek panašūs. Ši išvada nebuvo ginčijama nei Bendrajame Teisme, nei, beje, Teisingumo Teisme.

71. Tarp kitko, dar galima pažymėti, kad neteigiama, jog ankstesnis prekių ženklas („wala w“) Ispanijoje turi gerą reputaciją, todėl dėl panašaus prekių ženklo naudojimo „gali atsirasti galimybė nesąžiningai įgyti pranašumą arba pakenkti ankstesnio prekių ženklo išskirtinumui ar jo reputacijai‘, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2019 8 straipsnio 5 dalį [29].

72. Vis dėlto pažymėtina, kad Bendrasis Teismas visiškai neišreiškė pozicijos dėl *paties* supainiojimo klausimo. Ieškinys dėl Apeliacinės tarybos sprendimo buvo patenkintas remiantis veikiau gana siauros apimties pagrindu, pagal kurį – kaip Bendrasis Teismas konstatavo skundžiamo sprendimo 54 punkte – Apeliacinė taryba padarė klaidingą išvadą, kad prekių ženklais žymimos paslaugos skiriasi, nors iš tiesų yra panašios, kad ir šiek tiek.

73. Taigi, galima padaryti išvadą, kad vienintelis protesto dėl nagrinėjamo vėlesnio *Wallapop* prekių ženklo įregistravimo pagrindas yra, atsižvelgiant į Reglamento Nr. 207/2019 8 straipsnio 1 dalies b punkto formuluotę, *Wallapop* paraiškoje nurodytų paslaugų tapatumas ankstesniu prekių ženklu žymimoms paslaugoms arba panašumas į jas.

74. Dabar siūlau išnagrinėti, ar Bendrasis Teismas teisingai įvertino, kad paslaugos, kurios yra nurodytos *Wallapop* paraiškoje ir kurioms skirtas *Unipreus* prekių ženklas, yra bent šiek tiek panašios.

75. Šią apeliacinio skundo vienintelio pagrindo dalį sudaro keturi punktai. *Wallapop* manymu, Bendrojo Teismo sprendimas grindžiamas tokiomis klaidingomis išvadomis:

– pirma, kad nagrinėjamais prekių ženklais žymimų paslaugų platinimo kanalai yra panašūs,

– antra, kad prekių ženklo paraiškoje nurodytos paslaugos yra mažmeninės prekybos paslaugos,

– trečia, kad nagrinėjamų paslaugų paskirtis yra panaši ir visuomenė jas suvokia panašiai, ir

– ketvirta, kad nagrinėjamos paslaugos konkuruoja tarpusavyje.

[27] 2017 m. rugsėjo 20 d. Sprendimas *The Tea Board / EUIPO* (C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, 47 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija).

[28] Žr. 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 23 punktas) ir 2017 m. rugsėjo 20 d. Sprendimą *The Tea Board / EUIPO* (C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, 48 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija).

[29] Šiuo klausimu žr., pavyzdžiui, 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimą *Intel Corporation* (C-252/07, EU:C:2008:655).

76. Siūlau šiuos argumentus išnagrinėti iš eilės, tačiau, kadangi jie visi iš dalies sutampa ir, tiesą sakant, yra tarpusavyje susiję, neišvengiamai būtinas tam tikras pakartojimas.

a) Pirmasis punktas: ar nagrinėjamais prekių ženklais žymimų paslaugų platinimo kanalai yra panašūs

77. Kaip nurodžiau šios išvados 63 punkte, manau, kad šis teiginys nepagrįstas, kiek jis susijęs su įprastos interneto svetainės, skirtos *Wallapop* ir *Unipreus* prekybai internetu, valdymu.

78. Vis dėlto, siekdamas išsamumo ir teisinio aiškumo, išnagrinėsiu *Wallapop* teiginį, kad Bendrasis Teismas suklydo, kai nusprendė, kad internetas yra platinimo kanalas, o ne tik terpė, kurioje veikia skirtingi platinimo kanalai, arba jų pagalbinė priemonė.

79. Atrodo, kad šiame etape reikėtų pateikti šiokių tokių paaiškinimų, susijusių su diskusija dėl to, kas yra mažmeninės prekybos paslauga, kaip tai suprantama kalbant apie 35 klasės paslaugas.

80. Teisingumo Teismas šį klausimą pirmą kartą tiesiogiai išnagrinėjo Sprendime *Praktiker*. Toje byloje išnagrinėtu atveju bendrovė *Praktiker* pateikė *Deutsches Patent- und Markenamt* (Vokietijos patentų ir prekių ženklų biuras) paraišką įregistruoti prekių ženklą „Praktiker“ būtent paslaugai „mažmeninė prekyba statybinėmis medžiagomis, namų apyvokos ir sodo reikmenimis ir kitomis „pasidaryk pats“ (angl. *do-it-yourself*) srities prekėmis“. *Deutsches Patent- und Markenamt* šią paraišką atmetė. Jo nuomone, nurodyta „mažmeninės prekybos“ sąvoka neapibūdina nepriklausomų, savarankišką ekonominę reikšmę turinčių paslaugų. Ji susijusi tik su prekių platinimu.

81. Sprendime Teisingumo Teismas pažymėjo, kad mažmeninės prekybos tikslas yra parduoti prekes vartotojams. Be teisinio pardavimo sutarties sudarymo, ši prekyba apima visą veiklą, kurią ūkio subjektas vykdo skatindamas tokios sutarties sudarymą. Šią veiklą sudaro būtent prekyboje siūlomų prekių asortimento parinkimas ir įvairios siūlomos paslaugos, kuriomis siekiama, kad vartotojas sudarytų šią sutartį su šiuo prekybininku, o ne su jo konkurentu.

82. Teismas konstatavo, kad joks privalomas pagrindas nedraudžia tokių paslaugų priskirti „paslaugų“ sąvokai, todėl padarė išvadą, kad sąvoka „paslaugos“ apima mažmeninėje prekyboje teikiamas paslaugas [30].

83. Savaime suprantama, kad Sprendimu *Praktiker* daug remiamasi naujausiame su šiuo klausimu susijusiame sprendime, o būtent Sprendime *Tulliallan Burlington* [31]. Toje byloje buvo sprendžiamas klausimas, ar prekybos galerijos, kurios specializacija – prekyba prabangos prekėmis, valdytojos veikla pateko į 35 klasėje nurodytą mažmeninės prekybos paslaugų kategoriją, kuriai taikoma apsauga. Bendrasis Teismas, remdamasis Sprendimu *Praktiker*, savo sprendime padarė išvadą, kad prekybos galerijos valdytojos teikiamos paslaugos patenka į šią kategoriją [32].

[30] Sprendimo *Praktiker* 36 punkte Teisingumo Teismas nurodė, kad šis paaiškinimas iliustruojamas su Nicos klasifikacijos 35 klase susijusioje aiškinamojoje pastaboje, pagal kurią ši klasė apima „įvairių prekių surinkimą <…> trečiųjų asmenų naudai, kad pirkėjai galėtų jas patogiai apžiūrėti ir įsigyti“ (aiškinamoji pastaba anglų kalba „the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods <…> enabling customers to conveniently view and purchase those goods“).

[31] 2020 m. kovo 4 d. sprendimas (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2020:151).

[32] 2017 m. gruodžio 6 d. Sprendimo *Tulliallan Burlington / EUIPO – Burlington Fashion (Burlington)* (T-120/16, EU:T:2017:873) 34 punktas.

84. Tuomet Bendrojo Teismo sprendimas buvo apskųstas Teisingumo Teismui. Išvadoje byloje *Tulliallan Burlington / EUIPO*[33] išreiškiau tam tikrų abejonių dėl šios išvados pagrįstumo. Šios abejonės apibendrintos mano išvados 96 punkte:

„Teisingumo Teismo pateikiamas vienodas prie 35 klasės priskiriamų „mažmeninės prekybos paslaugų“ aiškinimas aiškiai rodo, kad vis dėlto šios paslaugos negali būti taikomos prekybos galerijų paslaugoms, nes šias paslaugas teikiantis subjektas iš tiesų neprekiauja nagrinėjamomis prekėmis. Šis subjektas veikiau teikia paslaugas prekiautojui prekėmis, ir jos, mano nuomone, pakankamai skiriasi nuo mažmeninės prekybos paslaugų, priskiriamų prie 35 klasės, ir yra faktiškai priskiriamos prie kitos klasės. Taigi prekybos galerijų paslaugos galėtų apimti prie 36 klasės priskiriamą parduotuvių nuomą ir prie 35 klasės priskiriamą reklamos ir prekių pristatymo paslaugų teikimą.“[34]

85. Vis dėlto Sprendime *Tulliallan Burlington* Teisingumo Teismas nesivadovavo šia byloje *Praktiker* pateikta analize. Teisingumo Teismas padarė priešingą išvadą ir nurodė, pavyzdžiui (127–128 punktuose):

„127. Taigi sąvoka „mažmeninės prekybos paslaugos“ apima vartotojui skirtas paslaugas, kurias teikiant prekybos galerijos parduotuves užimančių prekių ženklų naudai sugrupuojamos įvairios prekės skirtingose parduotuvėse, taip suteikiant galimybę vartotojui jas patogiai apžiūrėti ir įsigyti, ir kurios leidžia atskirai nuo pardavimo sandorio siūlyti įvairias paslaugas, kuriomis siekiama paskatinti vartotoją pirkti šiose parduotuvėse parduodamas prekes.

128. Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad, kaip skundžiamų sprendimų 32 punkte teisingai nusprendė pats Bendrasis Teismas, Sprendimo *Praktiker* 34 punkte pateiktas Teisingumo Teismo išaiškinimas neleidžia tvirtinti, kad prekybos galerijų ar prekybos centrų teikiamos paslaugos pagal apibrėžtį nepatenka į Nicos sutarties 35 klasės sąvokos „mažmeninės prekybos paslaugos“ taikymo sritį.“

86. Nors, žinoma, Teisingumo Teismo visiškai nesaisto precedento doktrina, turi būti laikoma, kad Sprendime *Tulliallan Burlington* šis klausimas buvo išspręstas. Taigi iš šio sprendimo aišku, kad įprastų prekybos galerijų paslaugos, „[teikiamos vartotojui], kad vartotojas galėtų patogiai apžiūrėti ir įsigyti šias prekes, ir siekiant naudos atitinkamoje galerijoje esantiems prekių ženklams“[35], iš esmės patenka į prie 35 klasės priskiriamų mažmeninės prekybos paslaugų apibrėžtį.

87. Todėl darytina išvada, kad vien *Wallapop* teiginio, jog ji pati nevykdo mažmeninės prekybos, o veikiau siūlo tarpininkavimo internetu paslaugas, net jeigu tai iš tikrųjų būtų tiesa, nepakanka šiam klausimui išspręsti.

88. Iš tiesų kyla klausimas, ar Sprendime *Tulliallan Burlington* įtvirtintas principas dėl galerijos teikiamų paslaugų taikomas mažmenininkams skirtoms tarpininkavimo paslaugoms, kurios teikiamos internetu.

[33] Generalinio advokato G. Hogan išvada sujungtose bylose *Tulliallan Burlington / EUIPO* (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2019:538).

[34] Generalinio advokato G. Hogan išvada sujungtose bylose *Tulliallan Burlington / EUIPO* (C-155/18 P–C-158/18 P, EU:C:2019:538). Šios išvados 95 punkte pažymėjau, kad Sprendimo *Praktiker* 34 punkte Teisingumo Teismas pripažino, kad „mažmeninės prekybos tikslas yra parduoti prekes vartotojams. Be teisinio pardavimo sutarties sudarymo, ši prekyba apima visą veiklą, kurią *ūkio subjektas* vykdo skatindamas tokios sutarties sudarymą. Šią veiklą sudaro būtent prekyboje siūlomų prekių asortimento parinkimas ir įvairios siūlomos paslaugos, kuriomis siekiama, kad vartotojas sudarytų šią sutartį su šiuo prekybininku, o ne su jo konkurentu.“ Išskirta mano.

[35] Sprendimo *Tulliallan Burlington* 130 punktas.

89. Sprendime *Tulliallan Burlington* Teisingumo Teismas konstatavo (130 punkte), kad sąvoka „mažmeninės prekybos paslaugos“ apima prekybos galerijos vartotojui teikiamas paslaugas, kad vartotojas galėtų patogiai apžiūrėti ir įsigyti šias prekes, ir siekiant naudos atitinkamoje galerijoje esantiems prekių ženklams“. Tą patį pagal analogiją galima pasakyti apie tarpininkavimo paslaugas, kurios teikiamos internetinėje mažmeninės prekybos platformoje. Nors tradicinės prekybos galerijos tikslas – teikti įvairius mažmeninius pasiūlymus vienoje patogioje fizinėje patalpoje, mažmeninės prekybos platforma internete, kaip antai siūloma *Wallapop*, iš esmės yra „virtuali“ prekybos galerija, kurią galima pasiekti internetu [36].

90. Tradicinis skirtumas tarp, pirma, pardavimo vietų, kuriose prekės ir paslaugos klientams parduodamos fizinėse patalpose, ir, antra, subjektų, prekiaujančių tiesiogiai internetu, pastaraisiais metais sumažėjo – jo beveik neliko – dėl technologinių pokyčių ir vartotojų elgsenos modelių kaitos. Visa tai taip pat patvirtina aplinkybė, kad, kaip skundžiamo sprendimo 51 punkte konstatavo Bendrasis Teismas, vartotojas, ieškantis tam tikrų (naujų) sporto avalynės produktų, tu pačių produktų galėtų rasti atskirose *Unipreus* (www.walashop.com) ir *Wallapop* (www.wallapop.com) interneto svetainėse, nors pastaruoju atveju mažmenininkas būtų trečioji šalis, besinaudojanti *Wallapop* interneto platforma.

91. Taigi neginčijama, kad, kaip ką tik nurodžiau, *Unipreus* internetu parduodama avalynė taip pat parduodama *Wallapop* platformoje, net jeigu tai daro trečiosios šalys mažmenininkės, o ne pati *Wallapop*. Todėl manau, kad, vartotojo, siekiančio įsigyti nagrinėjamų prekių, požiūriu, *Wallapop* platforma ir *Unipreus* interneto svetainė yra panašūs platinimo kanalai. Būtent dėl to gali atsirasti didžiausia galimybė supainioti šiuos du šiek tiek panašius prekių ženklus.

92. Man atrodo svarbu, kad Sprendime *Tulliallan Burlington* Teisingumo Teismas atmetė argumentą, jog „aplinkybė, kad nėra tikslios informacijos apie prekes, kurios gali būti parduodamos prekybos galerijos <…> atskirose parduotuvėse, užkerta kelią bet kokiai ankstesnių prekių ženklų sąsajai su prašomais įregistruoti prekių ženklais žymimomis prekėmis“, ir, beje, patenkino prekybos galerijos savininkų reikalavimą remdamasis būtent šiuo pagrindu [37]. Tą patį apskritai galima pasakyti apie šioje byloje nagrinėjamą apeliacinį skundą.

93. Tarp kitko, šioje byloje *Unipreus* pateikti argumentai yra tvirtesni. Kitaip nei byloje, kurioje priimtas Sprendimas *Tulliallan Burlington*, – joje klausimas, ar kitos apeliacinio proceso šalies [38] gaminamos mados prekės faktiškai konkuravo su trečiųjų šalių mažmenininkių apeliantės galerijoje parduodamomis prabangiomis mados prekėmis, geriausiu atveju buvo neaiškus, – šioje byloje aptariamu atveju *Unipreus* yra įregistravusi prekių ženklą 35 klasės paslaugoms, atitinkančioms tokį aprašymą: „mažmeninė prekyba sporto prekėmis“. Taigi, *Unipreus* yra nurodžiusi paslaugas ir prekes, kurioms skirtas jos prekių ženklas, ir šio prekių ženklo galiojimas nėra ginčijamas. Tai visiškai atitinka sprendimuose *Praktiker* ir *Tulliallan Burlington* suformuotą jurisprudenciją. Mano manymu, būtų nepriimtina, jeigu *Unipreus* negalėtų remtis savo prekių

[36] Mano manymu, mažmeninės prekybos paslaugos priskiriamos prie 35 klasės, nepaisant to, kokiu būdu jos teikiamos (internetu arba kitaip). Svarbus yra veikiau nagrinėjamų paslaugų pobūdis. Skundžiamo sprendimo 36 punkte Bendrasis Teismas konstatavo, kad sąvoka „mažmeninė prekyba“ apima pardavimą parduotuvėje ir pardavimą internetu. *Wallapop* šios išvados neginčija. Pažymėtina, kad Sprendimo *Tulliallan Burlington* 125 punkte Teisingumo Teismas pažymėjo, jog 35 klasės aiškinamojoje pastaboje nurodyta, kad ši klasė, be kita ko, apima prekių sukaupimą (išskyrus vežimą) tretiesiems asmenims, kuriuo vartotojams suteikiama galimybė patogiai apžiūrėti ir įsigyti tų prekių. Šias paslaugas gali teikti mažmeninės parduotuvės, didmeninės parduotuvės, taip pat jos gali būti teikiamos pasitelkiant prekybos automatus, prekybos paštu katalogus arba elektroninėmis priemonėmis, pavyzdžiui, interneto svetainėse ar teleparduotuvės laidose.

[37] Sprendimo *Tulliallan Burlington* 137 punktas.

[38] *Burlington Fashion GmbH.*

ženklu tam, kad paduotų protestą dėl panašaus 35 klasei skirto žymens registracijos paraiškos, kurioje nenurodytos prekės [39], vien todėl, kad joje detaliau nurodytos paslaugos, dėl kurių ji paduota.

94. Taigi, dėl šių priežasčių manau, kad šį punktą reikia atmesti kaip nepagrįstą.

b) Antrasis punktas: nagrinėjamų paslaugų pobūdis

95. *Wallapop* teigimu, skundžiamo sprendimo 39 ir paskesniuose punktuose Bendrasis Teismas nenurodė, kodėl jo prekių ženklo paraiškoje nurodytos paslaugos yra mažmeninės prekybos paslaugos, kaip tai suprantama pagal Sprendimo *Praktiker* 34 punktą.

96. *Wallapop* esminis argumentas susijęs su tuo, kad Bendrasis Teismas šiuo klausimu nepateikė pakankamai motyvų, todėl padarė teisės klaidą.

97. Pažymėtina, kad Bendrasis Teismas padarė išvadą, jog nagrinėjamos paslaugos yra bent šiek tiek panašaus pobūdžio. Pateiktų motyvų pakankamumą reikia vertinti atsižvelgiant į šią išvadą.

98. Vis dėlto manau, kad Bendrasis Teismas vadovavosi Sprendimo *Praktiker* 34 punkte pateiktais argumentais beveik taip pat kaip Teisingumo Teismas tai darė Sprendimo *Tulliallan Burlington* 130 punkte.

99. Skundžiamo sprendimo 39 punkte Bendrasis Teismas priminė Teisingumo Teismo sprendime *Praktiker* padarytą išvadą, kad mažmeninės prekybos tikslas yra parduoti prekes vartotojams. Be teisinio pardavimo sutarties sudarymo, ši prekyba apima visą veiklą, kurią ūkio subjektas vykdo skatindamas tokios sutarties sudarymą. Šią veiklą sudaro būtent prekyboje siūlomų prekių asortimento parinkimas ir įvairios siūlomos paslaugos, kuriomis siekiama, kad vartotojas sudarytų šią sutartį su šiuo prekybininku, o ne su jo konkurentu.

100. Remdamasis Sprendimo *Praktiker* loginiu pagrindu Bendrasis Teismas nusprendė, kad *visos Wallapop* paraiškoje nurodytos paslaugos – t. y. ne tik prekybos internetu ir elektroninės prekybos paslaugos, bet ir su elektroninėmis prekyvietėmis susijusios pardavėjams ir pirkėjams teikiamos tarpininkavimo arba valdymo paslaugos, įskaitant pardavimui naudingos komercinės informacijos teikimą, – patenka į mažmeninės prekybos paslaugų apibrėžtį, nes visų šių paslaugų tikslas galiausiai yra skatinti prekių pardavimą vartotojams [40].

101. Mano manymu, akivaizdu, kad šių motyvų užtenka ir jie iliustruoja teisinių motyvų grandinę, kuria remdamasis Bendrasis Teismas išsprendė šį klausimą.

102. Todėl manau, kad šį punktą reikia atmesti kaip nepagrįstą.

[39] Reikalavimas, nustatytas Sprendime *Praktiker* ir tik sušvelnintas Sprendime *Tulliallan Burlington*, susijęs su ankstesniu prekių ženklu, kurio galiojimas neginčijamas.

[40] Skundžiamo sprendimo 40 punkte Bendrasis Teismas konstatavo, kad prekybos internetu paslaugos ir elektroninės prekybos paslaugos iš dalies sutampa su mažmeninės prekybos paslaugomis. Skundžiamo sprendimo 41 ir 42 punktuose Bendrasis Teismas savo poziciją pagrindė dar vienu argumentu, pagal kurį *Wallapop* ir EUIPO teiginys, kad ginčijamas prekių ženklas yra susijęs ne su pačiomis mažmeninės prekybos paslaugomis, o su tarpininkavimo paslaugomis, yra nesvarbus, net jeigu jis yra teisingas, nes pastarosios paslaugos palengvina pardavimą.

c) Trečiasis punktas: ar nagrinėjamų paslaugų paskirtis yra panaši ir visuomenė jas suvokia panašiai

103. *Wallapop* iš esmės nurodo, jog dėl to, kad tarpininkavimo paslaugas ji teikia internetu, šios paslaugos nėra priskiriamos prie mažmeninės prekybos paslaugų. Jos manymu, paslaugų, kurioms skirtas prekių ženklas, dėl kurio pateikta paraiška (interneto parduotuvių valdymas ir susijusios informavimo paslaugos), svarbiausias ir pagrindinis tikslas akivaizdžiai skiriasi nuo paslaugų, kurioms įregistruotas protestą pareiškusios šalies prekių ženklas (mažmeninė prekyba sporto įranga), tikslo.

104. Šiomis aplinkybėmis *Wallapop* iš esmės mano, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą, kai skundžiamo sprendimo 43 punkte nurodė, kad „paslaugos, kurioms skirtas prekių ženklas, dėl kurio pateikta paraiška, plačiosios visuomenės požiūriu netiesiogiai tenkina poreikį, panašų į tą, kurį tenkina mažmeninės prekybos sporto prekėmis paslaugos, kurioms skirtas ankstesnis prekių ženklas, ir sudaro sąlygas asmenims pirkti nagrinėjamas prekes po to, kai jie surenka informaciją apie atitinkamas prekes“. Jos nuomone, taip Bendrasis Teismas neteisingai aiškino sąvoką „paskirtis“. Be to, *Wallapop* pažymi, kad jos paraiškoje pateiktas paslaugų sąrašas skiriasi ir kad Bendrasis Teismas turėjo jas visas kartu palyginti su paslaugomis, kurioms skirtas ankstesnis Ispanijos prekių ženklas.

105. Mano manymu, Teisingumo Teismo sprendime *Tulliallan Burlington* šis klausimas iš esmės išspręstas. Kaip jau nurodžiau, atsižvelgiant į tai, kad Teisingumo Teismas tame sprendime nurodė, jog prekybos galerijos savininkė teikė prie 35 klasės priskiriamas mažmeninės prekybos paslaugas, tą patį galima pasakyti ir apie virtualios prekybos galerijos, kaip antai interneto platformos, kurią valdo *Wallapop*, operatorę. Šiai išvadai neturi įtakos ir jokia nustatyta tariama pagrindinė nagrinėjamų paslaugų paskirtis.

106. Dėl kitų keturių paslaugų, nurodytų *Wallapop* prekių ženklo paraiškoje – pavyzdžiui, parduodamų prekių ir paslaugų įvertinimo ir įkainojimo paslaugų kartu su tokių prekių ir paslaugų bendros vertės bei pardavimo rezultatų skelbimu, pirkėjams ir pardavėjams suteikiant naršomą duomenų banką vertinimo reikmėms, taip pat komercinės informacijos, susijusios su prekėmis ir (arba) paslaugomis, teikimo – pažymėtina, kad iš tiesų Bendrasis Teismas visas šias paslaugas kartu išnagrinėjo skundžiamo sprendimo 41 ir 42 punktuose. Vis dėlto Bendrasis Teismas iš esmės padarė išvadą, kad, plačiosios visuomenės požiūriu, šios paslaugos yra tik naudingos komercinės informacijos, susijusios su pačių prekių pardavimu, teikimas.

107. Šiuo klausimu pritariu Bendrojo Teismo išvadoms. Taikant Sprendimo *Praktiker* loginį pagrindą, kaip jis aiškinamas Sprendime *Tulliallan Burlington*, būtina nurodyti, kad šios paslaugos taip pat turi būti laikomos mažmeninės prekybos paslaugų požymiu bent jau todėl, kad jos leidžia „atskirai nuo pardavimo sandorio siūlyti įvairias paslaugas, kuriomis siekiama paskatinti vartotoją pirkti šiose parduotuvėse parduodamas prekes“ [41].

108. Neabejoju, kad, atsiradus galimybių apsipirkti internete, tokio pobūdžio vertinimo, palyginimo ir grįžtamosios informacijos teikimo paslaugos gali būti lengviau ir veiksmingiau teikiamos asmenims, pageidaujantiems naudotis prekybos internetu platforma. Vis dėlto manau, kad tokio pobūdžio informavimo paslaugos iš esmės nesiskiria nuo informavimo paslaugų, kurias būtų galėję teikti – ir, labai tikėtina, tebeteikia – tradicinių prekybos galerijų savininkai. Juk net ir

[41] Sprendimo *Tulliallan Burlington* 127 punktas.

tais laikais, kai dar nebuvo interneto, tokie galerijų savininkai neabejotinai nuolat teikė savo nuomininkams tokio pobūdžio informaciją dėl tokių klausimų kaip vartotojų prioritetai, srautai, vartotojų apklausų rezultatai ir t. t.

109. Taigi, dėl visų šių priežasčių manau, kad šių paslaugų paskirtis ir tai, kaip jas suvokia visuomenė, neturi įtakos jų, kaip 35 klasės mažmeninės prekybos paslaugų, kaip šią sąvoką Teisingumo Teismas aiškina Sprendime *Praktiker* ir juo labiau Sprendime *Tulliallan Burlington*, statusui.

110. Todėl šis teiginys turi būti atmestas kaip nepagrįstas.

d) Ketvirtasis punktas: ar paslaugos, kurioms skirtas ginčijamas Wallapop *prekių ženklas, konkuruoja su* Unipreus *ankstesniu prekių ženklu žymimomis paslaugomis*

111. *Wallapop* tvirtina, kad jos teikiamos paslaugos yra tik informacinės visuomenės paslaugos ir kad jos nėra susijusios su mažmenine prekyba.

112. *Wallapop* pabrėžia tai, kad prekių ženklu, dėl kurio paduota paraiška, žymimos paslaugos konkuruoja ne su protestą pateikusios įmonės prekių ženklu žymimomis sporto prekių pardavimo paslaugomis, o veikiau su kitomis skaitmeninėmis arba informacinės visuomenės paslaugomis.

113. Kaip aiškiai nurodyta šios išvados 45, 46, 51 ir 52 punktuose, skundžiamo sprendimo 37 punkte Bendrojo Teismo padaryta išvada, kad negalima atmesti galimybės, jog *Wallapop* paduota paraiška taikoma įprastos interneto svetainės naudojimui prekybai internetu, yra faktinė išvada, kurios negalima ginčyti apeliacine tvarka, jeigu nėra duomenų, kad buvo iškraipytos faktinės aplinkybės. Todėl galima padaryti išvadą, kad nagrinėjamos paslaugos[42] akivaizdžiai konkuruoja tarpusavyje.

114. Be to, kaip jau pažymėjau, šis argumentas grindžiamas aiškiu internetinių tarpininkavimo paslaugų, prekybos internetu ir mažmeninės prekybos fizinėse patalpose atskyrimu. Vis dėlto, kaip *Unipreus* stengėsi pabrėžti per teismo posėdį, šis palyginimas atliktas neatsižvelgiant į tikrąją padėtį rinkoje, vartotojų įpročių pokyčius, susijusius su pirkimu internetu, ir ypač į vidutinio vartotojo suvokimą. Pati aplinkybė, kad, kaip jau buvo nurodyta, Bendrasis Teismas nustatė, jog sportine avalyne, kurią *Unipreus* parduoda internetu, taip pat prekiaujama *Wallapop* platformoje, įrodo ši aspektą, net jeigu mažmeninę prekybą internetu vykdo trečiosios šalys mažmenininkės, kurios naudojasi šiomis tarpininkavimo paslaugomis, o ne pati *Wallapop*.

115. Todėl šis teiginys turi būti atmestas kaip nepagrįstas.

116. Dėl visų šioje išvadoje nurodytų priežasčių manau, kad Bendrasis Teismas visiškai pagrįstai padarė aptariamas išvadas dėl nagrinėjamų paslaugų panašumo ir kad nenustatyta jokios teisės klaidos.

[42] Įprastos interneto svetainės naudojimas prekybai internetu.

VII. Bylinėjimosi išlaidos

117. Pagal Procedūros reglamento 184 straipsnio 2 dalį, jeigu apeliacinis skundas yra nepagrįstas, bylinėjimosi išlaidų klausimą sprendžia Teisingumo Teismas. Pagal šio reglamento 138 straipsnio 1 dalį, taikomą apeliacinėse bylose pagal jo 184 straipsnio 1 dalį, pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jei laimėjusi šalis to reikalavo.

118. Kadangi *Unipreus* prašė priteisti bylinėjimosi išlaidas, o *Wallapop* apeliacinis skundas netenkintinas, *Wallapop* turi būti nurodyta padengti savo ir *Unipreus* patirtas bylinėjimosi išlaidas.

119. Kadangi EUIPO pralaimėjo bylą, tačiau *Unipreus* neprašė iš jos priteisti bylinėjimosi išlaidų, kurias *Unipreus* patyrė per apeliacinį procesą, EUIPO turi būti nurodyta padengti savo bylinėjimosi išlaidas.

VIII. Išvada

120. Atsižvelgdamas į tai, kas išdėstyta, Teisingumo Teismui siūlau:

– atmesti šį apeliacinį skundą ir patvirtinti Bendrojo Teismo sprendimą,

– nurodyti *Wallapop, SL* padengti savo ir *Unipreus, SL* apeliaciniame procese patirtas bylinėjimosi išlaidas,

– nurodyti Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) padengti savo bylinėjimosi išlaidas, susijusias su apeliaciniu procesu.