

# Domanda di registrazione di marchio dell'Unione europea per il segno denominativo ABOCA e uso effettivo del marchio

Trib. primo grado UE, Sez. III 19 novembre 2025, in causa T-543/24 - Škvařilová-Pelzl, pres.; Kukovec, est. - Aboca SpA Soc. agr. c. Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) ed a.

**Produzione, commercio e consumo – Marchio dell'Unione europea – Procedimento di decadenza – Marchio dell'Unione europea denominativo ABOCA – Uso effettivo del marchio – Articolo 18 e articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento (UE) 2017/1001 – Prova dell'uso effettivo – Valutazione delle prove.**

(*Omissis*)

## Sentenza

1 Con il suo ricorso ai sensi dell'articolo 263 TFUE, la Aboca SpA Soc. agr., ricorrente, chiede l'annullamento e la riforma della decisione della quarta commissione di ricorso dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) dell'8 agosto 2024 (procedimento R 555/2023-4) (in prosieguo: la «decisione impugnata»).

## Fatti

2 Il 18 novembre 2002 la Mida Milano Srl, predecessora legale della Azienda Agroalimentare Grignano Srl, interveniente, ha presentato all'EUIPO una domanda di registrazione di marchio dell'Unione europea per il segno denominativo ABOCA.

3 I prodotti per i quali il marchio è stato registrato il 30 marzo 2004 rientravano nelle classi 30 e 33 ai sensi dell'Accordo di Nizza sulla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, del 15 giugno 1957, come riveduto e modificato, e corrispondevano, per ciascuna di tali classi, alla seguente descrizione:

- classe 30: «Caffè, cacao, riso, tapioca, sago, succedanei del caffè; farine e preparati fatti di cereali, pane; pasticceria e confetteria»;
- classe 33: «Vini, liquori; bevande alcoliche».

4 Il 9 novembre 2020 la ricorrente ha presentato una domanda di decadenza del marchio contestato per tutti i prodotti per i quali esso era stato registrato, sulla base dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (GU 2017, L 154, pag. 1).

5 Con decisione del 7 febbraio 2023 la divisione di annullamento ha dichiarato la decadenza del marchio contestato per tutti i prodotti menzionati al precedente punto 3, ad eccezione dei «vini» rientranti nella classe 33.

6 Il 15 marzo 2023 la ricorrente ha proposto ricorso dinanzi all'EUIPO avverso la decisione della divisione di annullamento, nella parte in cui la sua domanda di decadenza era stata respinta per i «vini» rientranti nella classe 33.

7 Con la decisione impugnata la commissione di ricorso ha respinto il ricorso. Più specificamente, essa ha ritenuto che la divisione di annullamento avesse correttamente respinto la domanda di decadenza, ai sensi dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, per quanto riguardava i «vini» rientranti nella classe 33, poiché le prove prodotte dall'interveniente dimostravano in modo giuridicamente sufficiente l'uso effettivo del marchio contestato per detti prodotti.

## Conclusioni delle parti

8 La ricorrente chiede che il Tribunale voglia:

- annullare, e se del caso riformare, la decisione impugnata;
- condannare l'EUIPO e l'interveniente alle spese, comprese quelle relative al procedimento dinanzi alla commissione di ricorso.

9 L'EUIPO chiede che il Tribunale voglia:

- respingere il ricorso;
- condannare la ricorrente alle spese in caso di convocazione di un'udienza orale.

10 L'interveniente chiede, in sostanza, che il Tribunale voglia:

- respingere il ricorso;
- condannare la ricorrente alle spese, comprese quelle sostenute dinanzi all'EUIPO.

## In diritto

Fondazione



Copyright © - [www.osservatorioagromafie.it](http://www.osservatorioagromafie.it)

11 A sostegno del suo ricorso, la ricorrente deduce un motivo unico, vertente, in sostanza, sulla violazione dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, che si articola in due parti. La ricorrente contesta alla commissione di ricorso, da un lato, di aver interpretato e applicato in modo erroneo le disposizioni dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, in combinato disposto con l'articolo 18 del medesimo regolamento, e, dall'altro, di aver indebitamente invertito l'onere della prova dell'uso effettivo.

***Sulla prima parte del motivo di ricorso unico, vertente sull'interpretazione e sull'applicazione erronee delle disposizioni dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, in combinato disposto con l'articolo 18 del medesimo regolamento***

12 A sostegno della prima parte del suo motivo di ricorso unico, la ricorrente contesta alla commissione di ricorso di essere incorsa in un errore nell'interpretazione e nell'applicazione dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, in combinato disposto con l'articolo 18 del medesimo regolamento, concludendo nel senso dell'uso effettivo del marchio contestato per i «vini» rientranti nella classe 33, benché gli elementi di prova prodotti dall'interveniente non dimostrino un simile uso in modo giuridicamente sufficiente.

13 Ai sensi dell'articolo 18, paragrafo 1, primo comma, e dell'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, il titolare del marchio dell'Unione europea è dichiarato decaduto dai suoi diritti, su domanda presentata all'EUIPO o su domanda riconvenzionale in un'azione per contraffazione, se il marchio, per un periodo ininterrotto di cinque anni, non ha formato oggetto di un uso effettivo nell'Unione europea per i prodotti o i servizi per i quali è stato registrato e se non vi sono ragioni legittime per la mancata utilizzazione.

14 In forza dell'articolo 10, paragrafo 3, del regolamento delegato (UE) 2018/625 della Commissione, del 5 marzo 2018, che integra il regolamento 2017/1001 e abroga il regolamento delegato (UE) 2017/1430 (GU 2018, L 104, pag. 1), applicabile ai procedimenti di decadenza in conformità all'articolo 19, paragrafo 1, del regolamento delegato 2018/625, le prove dell'uso del marchio devono permettere di stabilire il luogo, il tempo, l'estensione e la natura dell'uso del marchio, per i prodotti o i servizi per i quali esso è stato registrato.

15 Sussiste un uso effettivo del marchio allorché questo è utilizzato conformemente alla sua funzione essenziale che è di garantire l'identità di origine dei prodotti o dei servizi per i quali è stato registrato, al fine di trovare o di mantenere per essi uno sbocco, ad esclusione degli usi simbolici, che sono tesi soltanto a conservare i diritti conferiti dal marchio (v., per analogia, sentenza dell'11 marzo 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, punto 43).

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

17 Nell'ambito della valutazione delle prove dell'uso effettivo di un marchio, non si tratta di analizzare ciascuna prova isolatamente, bensì di esaminarle congiuntamente, al fine di identificarne il senso più probabile e coerente. Così, anche se il valore probatorio di un elemento di prova è limitato in quanto, considerato singolarmente, non dimostra con certezza se e in che modo i prodotti di cui trattasi sono stati immessi sul mercato, e tale elemento non è, pertanto, decisivo di per sé, esso può nondimeno essere preso in considerazione nella valutazione complessiva dell'effettività dell'uso del marchio in questione. Ciò avviene, ad esempio, quando tale elemento si aggiunge ad altri elementi di prova [v. sentenza del 20 dicembre 2023, Feed/EUIPO – The Feed.com (THE FEED), T-27/23, non pubblicata, EU:T:2023:856, punto 27 e giurisprudenza citata].

18 Nel caso di specie, dal punto 6 della decisione impugnata risulta che, al fine di provare l'effettività dell'uso del marchio contestato, l'interveniente ha prodotto dinanzi agli organi dell'EUIPO i seguenti elementi di prova (la numerazione degli allegati di seguito indicati, prodotti dall'interveniente nell'allegato A.4 del suo controricorso dinanzi al Tribunale, corrisponde a quella utilizzata nella decisione impugnata):

- fatture di vendita di vini emesse dall'interveniente nel periodo dal 2015 al 2020 (allegato A);
- listini prezzi per gli anni 2016 e 2017 e per l'anno 2019, nonché fotografie di bottiglie di vini e delle loro etichette (allegato B);
- fotografie di stand in fiere internazionali e una brochure (allegato C);
- un estratto del sito internet dell'interveniente (allegato D);
- esempi di etichette che compaiono sul retro delle bottiglie di diversi vini (allegato E);
- un'etichetta frontale apposta sulla bottiglia del vino Chianti Rufina Aboca (allegato F);
- talune analisi pre-imbottigliamento del 2019 e del 2020 (allegato G);
- un estratto del sito di e-commerce «Vivino» che presenta il vino Chianti Aboca e commenti degli utenti (allegato H);
- un estratto del sito di e-commerce «Winesearcher» in cui compare il vino con il segno ABOCA (allegato I);
- uno screenshot contenente recensioni dei consumatori sul vino Chianti Aboca (allegato L);
- un estratto di un articolo in italiano intitolato «Regali di natale last minute» (allegato M);
- un estratto di un articolo in italiano intitolato «Grignano Winery, vino di Toscana» (allegato N).

19 Occorre quindi esaminare se gli argomenti della ricorrente diretti a contestare il valore probatorio di tali diversi elementi di prova possano rimettere in discussione una o più conclusioni della commissione di ricorso relative al tempo,

al luogo, all'estensione e alla natura dell'uso del marchio contestato.

#### *Sul tempo dell'uso*

20 La commissione di ricorso ha preso in considerazione il periodo compreso tra il 9 novembre 2015 e l'8 novembre 2020 come periodo di riferimento di cinque anni per il quale l'interveniente era tenuta a dimostrare un uso effettivo del marchio contestato, circostanza questa che non è, del resto, contestata dalle parti. Essa ha ritenuto, inoltre, che l'uso del marchio contestato fosse stato dimostrato nel corso di tale periodo, nonostante il fatto che taluni elementi di prova non fossero datati e/o non riguardassero detto periodo.

21 Più precisamente, la commissione di ricorso ha constatato che diversi documenti prodotti dall'interveniente rientravano nel periodo di riferimento, come, in particolare, le fatture prodotte nell'allegato A, i listini prezzi contenuti nell'allegato B nonché le recensioni dei consumatori prodotte nell'allegato L. Per contro, essa ha rilevato che gli articoli prodotti negli allegati M e N non rientravano in tale periodo. Inoltre, la commissione di ricorso ha osservato che diverse prove, in particolare quelle prodotte negli allegati C, F e G, non erano datate. Essa ha tuttavia ritenuto che tali prove non potessero essere del tutto scartate, in quanto la loro funzione principale era quella di mostrare come il segno in questione era stato utilizzato e su quali prodotti.

22 La ricorrente contesta il valore probatorio, da un lato, degli articoli contenuti negli allegati M e N che fanno riferimento all'anno 2022, il quale non rientra nel periodo di riferimento, e, dall'altro, dei listini prezzi contenuti nell'allegato B, che, a suo avviso, non contengono indicazioni relative alla data. Essa sostiene altresì che le fatture di cui all'allegato A si riferiscono solo al periodo compreso tra il 20 novembre 2015 e il 21 ottobre 2020, mentre l'interveniente rivendica, senza provarlo, l'uso del marchio contestato per dieci anni.

23 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

24 Anzitutto, occorre constatare che quasi tutte le fatture figuranti nell'allegato A rientrano nel periodo di riferimento, circostanza questa che la ricorrente non contesta. A tal riguardo, occorre sottolineare, come ha fatto l'EUIPO, che tali fatture mostrano che vendite di vino con il segno ABOCA sono state realizzate in modo regolare durante tutto il citato periodo.

25 Secondo la giurisprudenza, poi, dal momento che la durata della vita commerciale di un prodotto si estende in genere per un periodo dato e che la continuità dell'uso fa parte delle indicazioni di cui tenere conto per stabilire che l'uso era oggettivamente destinato a creare o a conservare una quota di mercato, i documenti che non appartengono al periodo di riferimento, lunghi dall'essere irrilevanti, devono essere presi in considerazione e valutati congiuntamente agli altri elementi, poiché essi possono fornire la prova di uno sfruttamento commerciale effettivo e serio del marchio di cui trattasi [v. sentenza del 16 giugno 2015, Polytetra/UAMI – EI du Pont de Nemours (POLYTETRAFLON), T-660/11, EU:T:2015:387, punto 54 e giurisprudenza citata].

26 Ne consegue che la commissione di ricorso, nella misura in cui non ha fondato la sua valutazione dell'uso effettivo del marchio contestato sulle sole prove non datate o non rientranti nel periodo di riferimento, ma ha preso in considerazione tali elementi congiuntamente ad altri elementi di prova, come, in particolare, numerose fatture di cui all'allegato A emesse durante detto periodo, non è incorsa in un errore di diritto per quanto riguarda gli elementi presi in considerazione nell'ambito di tale valutazione.

27 Inoltre, non è necessario che le prove dirette a dimostrare come il marchio di cui trattasi appare sui prodotti per i quali esso è utilizzato siano datate [v., in tal senso, sentenza del 13 febbraio 2015, Husky CZ/UAMI – Husky of Tostock (HUSKY), T-287/13, EU:T:2015:99, punto 68]. La commissione di ricorso ha quindi correttamente preso in considerazione le prove non datate presentate dall'interveniente a tale scopo, come le fotografie delle etichette di bottiglie di vino prodotte negli allegati B e F.

28 Infine, l'affermazione della ricorrente secondo la quale l'interveniente avrebbe tentato di dimostrare un uso effettivo del marchio contestato per dieci anni è priva di qualsiasi rilevanza. Infatti, come sottolineato dall'interveniente, quest'ultima era tenuta a dimostrare l'uso del marchio contestato per un periodo di cinque anni, sicché gli elementi di prova dovevano essere valutati tenendo conto di tale periodo, come la commissione di ricorso ha fatto nel caso di specie.

29 Ne consegue che gli argomenti dedotti dalla ricorrente non rimettono in discussione la conclusione della commissione di ricorso, al punto 44 della decisione impugnata, secondo cui le prove prodotte dall'interveniente soddisfacevano il criterio del tempo dell'uso.

#### *Sul luogo dell'uso*

30 L'uso effettivo del marchio contestato, in quanto marchio dell'Unione europea, deve essere dimostrato nel territorio dell'Unione, in conformità all'articolo 58, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2017/1001, in combinato disposto con l'articolo 18, paragrafo 1, del medesimo regolamento.

31 Nel caso di specie la commissione di ricorso ha constatato, al punto 49 della decisione impugnata, che, quantomeno, le prove che riguardavano i territori della Germania e dell'Italia soddisfacevano il criterio relativo al luogo dell'uso. Inoltre, essa ha osservato che esistevano diverse fatture destinate a clienti dell'interveniente residenti in altri Stati membri.

32 La ricorrente contesta tale valutazione deducendo, da un lato, che solo due delle fatture prodotte riguardano l'uso del marchio contestato al di fuori dell'Italia e, dall'altro, che le fatture inviate in Italia riguardano tutte clienti residenti in Toscana o, eccezionalmente, in Lombardia.

33 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

34 A tal proposito, per quanto riguarda l'estensione territoriale dell'uso, si evince dalla giurisprudenza che, sebbene sia indubbiamente ragionevole attendersi che un marchio dell'Unione europea sia utilizzato in un territorio più ampio di quello oggetto di marchi nazionali, non è tuttavia necessario che tale uso sia sempre geograficamente esteso per essere qualificato come effettivo. Pertanto, l'uso di un marchio dell'Unione europea limitato al territorio di un solo Stato membro può, in determinate circostanze, soddisfare la condizione dell'uso effettivo del marchio dell'Unione europea [v. sentenza del 4 dicembre 2024, Haddad/EUIPO – Celebi (CELEBRITI), T-538/23, non pubblicata, EU:T:2024:877, punto 50 e giurisprudenza citata].

35 Nel caso di specie occorre osservare che diverse decine di fatture prodotte dall'interveniente, nelle quali il marchio contestato è utilizzato per designare vino, sono state inviate a vari clienti in Italia. A questo proposito, tenuto conto, in particolare, del numero di tali fatture nonché del fatto che i loro destinatari risiedono in città diverse, la circostanza che tali città siano situate nella stessa regione non può, contrariamente a quanto sembra sostenere la ricorrente, essere considerata un fattore decisivo per la valutazione dell'uso effettivo del marchio contestato.

36 Per quanto riguarda l'uso al di fuori dell'Italia, occorre constatare che una decina di fatture prodotte dall'interveniente, contenenti il marchio contestato, sono state indirizzate a clienti in Germania. Inoltre, anche se non si tratta di quantitativi significativi, diverse fatture prodotte sono state inviate a clienti in altri Stati membri, come la Bulgaria, la Repubblica ceca, la Danimarca, la Francia, il Lussemburgo o i Paesi Bassi.

37 Pertanto, occorre dichiarare che l'argomento della ricorrente secondo il quale solo due fatture sono state indirizzate a clienti al di fuori dell'Italia è infondato in fatto.

38 Tenuto conto di quanto precede e alla luce della giurisprudenza citata al precedente punto 34, si deve dichiarare che le fatture contenute nell'allegato A consentono di confermare che la condizione relativa al luogo d'uso è stata soddisfatta nel caso di specie.

39 Peraltro, per quanto riguarda l'affermazione della ricorrente secondo cui i listini prezzi dell'allegato B non indicano alcun luogo, occorre osservare che, nella misura in cui le fatture contenute nell'allegato A consentono di accertare che il criterio del luogo dell'uso era soddisfatto, detti listini prezzi costituiscono, in ogni caso, solo un elemento supplementare che consente di confermare l'uso del marchio contestato.

#### *Sull'estensione dell'uso*

40 La commissione di ricorso ha constatato, al punto 66 della decisione impugnata, che le prove prodotte dall'interveniente erano «più che sufficienti per soddisfare (...) la condizione relativa all'estensione dell'uso».

41 La ricorrente contesta tale valutazione deducendo che i dati relativi alle vendite, quali risultano dalle fatture prodotte dall'interveniente, sono inadeguati per dimostrare l'uso effettivo del marchio contestato, stante che la produzione dell'interveniente nel 2018 corrispondeva, a suo dire, a 200 000 bottiglie.

42 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

43 A tal riguardo, occorre ricordare che il requisito dell'uso effettivo non è diretto né a valutare il successo commerciale, né a controllare la strategia economica di un'impresa, né a riservare la tutela dei marchi ai soli sfruttamenti commerciali rilevanti sotto il profilo quantitativo [v. sentenza del 19 marzo 2025, e-dialog/EUIPO – Dialoga Servicios Interactivos (Dialoga), T-1075/23, non pubblicata, EU:T:2025:311, punto 21 e giurisprudenza citata].

44 Infatti, non è escluso che per il titolare di un marchio sia economicamente e obiettivamente giustificato commercializzare un prodotto o una gamma di prodotti anche se la loro quota nel suo fatturato annuo è irrilevante. Per dimostrare l'uso effettivo del marchio, ciò che conta è fornire prove dell'attività economica realizzata attraverso lo sfruttamento commerciale di tale marchio che siano sufficienti per escludere ogni uso puramente fittizio di quest'ultimo e che attestino gli sforzi concreti compiuti dal suo titolare per creare uno sbocco commerciale sul mercato rilevante [v., in tal senso, sentenza del 19 settembre 2019, Unifarco/EUIPO – GD Tecnologie Interdisciplinari Farmaceutiche (TRICOPID), T-359/18, non pubblicata, EU:T:2019:626, punti 56 e 57 e giurisprudenza citata].

45 Come constatato dalla commissione di ricorso, le fatture contenute nell'allegato A dimostrano innegabilmente vendite di ingenti quantità di prodotti contraddistinti dal marchio contestato, vale a dire i vini.

46 La maggior parte di tali fatture conferma la vendita di numerose bottiglie di vino recanti il marchio contestato nel corso del periodo di riferimento, per importi considerevoli che vanno da qualche centinaia a diverse migliaia di euro.

47 Alla luce della giurisprudenza citata ai precedenti punti 43 e 44, occorre dichiarare che gli elementi di prova e, in particolare, le fatture prodotte nell'allegato A consentono di escludere l'esistenza di un uso puramente simbolico del marchio contestato, vale a dire di un uso il cui unico oggetto fosse il mantenimento dei diritti conferiti da tale marchio. Al pari dell'EUIPO, si deve quindi constatare che l'intensità dell'uso, come dimostrata dalle vendite di bottiglie di vino, non è minima, ma notevole.

48 La commissione di ricorso ha quindi correttamente constatato, al punto 66 della decisione impugnata, che le prove prodotte dall'interveniente soddisfacevano il criterio relativo all'estensione dell'uso.

#### *Sulla natura dell'uso*

49 Occorre esaminare, in ordine successivo, tre aspetti della natura dell'uso del marchio contestato, vale a dire, in primo luogo, il suo uso in quanto marchio, in secondo luogo, il suo uso quale è stato registrato o secondo una sua variante

che non ne altera il carattere distintivo e, in terzo luogo, il suo uso in relazione ai prodotti per i quali è stato registrato [v., in tal senso, sentenza del 16 ottobre 2024, Fractal Analytics/EUIPO – Fractalia Remote Systems (FRACTALIA), T-194/23, non pubblicata, EU:T:2024:696, punto 97].

– *Sull'uso del marchio contestato in quanto marchio*

50 La commissione di ricorso ha constatato che le prove presentate dall'interveniente dimostravano che il marchio contestato era stato utilizzato in quanto marchio nel commercio.

51 La ricorrente contesta tale valutazione della commissione di ricorso affermando, in sostanza, che le prove non confermano che il marchio contestato sia stato utilizzato in quanto segno distintivo e in conformità alla sua funzione essenziale, ossia garantire l'identità di origine dei prodotti per i quali è stato registrato.

52 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

53 Nel caso di specie, occorre osservare che i vini figuranti nella maggior parte delle fatture prodotte nell'allegato A sono designati, in particolare, con il termine «aboca». Il modo in cui tale termine è utilizzato non consente di dubitare che esso miri a indicare l'origine commerciale dei vini, poiché esso è riprodotto tra virgolette e compare nella parte delle fatture intitolata «descrizione», circostanza questa che consente di ritenere che si tratti di un nome che permette di distinguere i prodotti commercializzati. Inoltre, nessuna circostanza consente di supporre che il marchio contestato sia stato utilizzato, in tale contesto, con un obiettivo diverso da quello di garantire l'identità di origine dei vini di cui trattasi.

54 A tal riguardo, occorre sottolineare che, conformemente alla giurisprudenza, l'emissione di una fattura consente di per sé di stabilire che l'uso del marchio è stato effettuato in maniera pubblica e verso l'esterno, e non unicamente all'interno dell'impresa titolare del marchio contestato [v. sentenza del 29 aprile 2020, Lidl Stiftung/EUIPO – Plásticos Hidrosolubles (green cycles), T-78/19, non pubblicata, EU:T:2020:166, punto 45 e giurisprudenza citata].

55 Pertanto, occorre constatare, come ha fatto la commissione di ricorso, che l'utilizzo del marchio contestato nelle fatture di cui all'allegato A potrebbe essere considerato sufficiente, di per sé, a stabilire un collegamento del marchio contestato con vini commercializzati dall'interveniente.

56 Ebbene, nel caso di specie l'uso del marchio contestato, dimostrato da dette fatture, è, in ogni caso, corroborato anche da altri elementi di prova presentati dall'interveniente.

57 In particolare, occorre sottolineare che diverse fotografie di etichette figuranti negli allegati B e F dimostrano che il marchio contestato era apposto sui prodotti di cui trattasi. Alcune fotografie prodotte nell'allegato B dimostrano altresì che le bottiglie di vino recanti dette etichette erano collocate sugli scaffali dei supermercati.

58 A tal riguardo, in primo luogo, occorre osservare che, contrariamente a quanto sembra sostenere la ricorrente, nell'ambito della valutazione dell'efficacia probatoria delle fatture prodotte nell'allegato A e delle etichette prodotte negli allegati B e F, non si può esigere che ciascuna etichetta sia corroborata da fatture che indichino il nome del vino apposto su tale etichetta, né che ciascuna fattura sia corroborata da etichette sulle quali sia apposto il nome del vino menzionato in tale fattura. Infatti, la giurisprudenza conferma che una serie di elementi di prova può permettere di accertare i fatti da dimostrare, anche qualora ciascuno di tali elementi, isolatamente considerato, non sia in grado di fornire la prova dell'esattezza di tali fatti (v. sentenza del 13 febbraio 2015, HUSKY, T-287/13, EU:T:2015:99, punto 66 e giurisprudenza citata).

59 In secondo luogo, nella misura in cui la ricorrente contesta l'efficacia probatoria delle fotografie delle etichette di vino contenute negli allegati B e F, a causa del modo in cui il marchio contestato vi è apposto, occorre osservare che, da un lato, per quanto riguarda i vini IGT Toscana Rosso, Chianti e Chianti Rufina, tale marchio è posizionato in un punto centrale e ben visibile sulla faccia anteriore delle bottiglie di vino commercializzate dall'interveniente.

60 Dall'altro lato, pur essendo vero che, per quanto riguarda il vino Chianti Rufina Riserva Poggio Gualtieri, il marchio contestato appare solo sulle etichette posteriori delle bottiglie, occorre constatare, come ha fatto la commissione di ricorso, che la scelta di tale posizione potrebbe essere giustificata da esigenze specifiche di marketing e/o di spazio.

61 Allo stesso modo, occorre respingere gli argomenti della ricorrente secondo i quali, da un lato, su talune etichette, il marchio contestato sarebbe apposto in un punto di solito riservato al nome delle cantine e, dall'altro, detto marchio non appare in modo uniforme su tutti i prodotti dell'interveniente.

62 Infatti, l'apposizione del marchio in un punto specifico di un prodotto rientra nella libera scelta commerciale del titolare di tale marchio, senza che quest'ultimo sia necessariamente tenuto a seguire le abitudini delle altre imprese a questo proposito o a posizionare detto marchio in modo identico su tutti i suoi prodotti.

63 Ciò che conta è che, nel caso di specie, il marchio contestato appare su tutte le etichette di vino presentate dall'interveniente, senza che vi siano indizi che facciano ritenere che il citato marchio sia stato apposto sui prodotti a fini descriptivi e, quindi, in modo non distintivo. Al contrario, esso vi figura in modo ben visibile, separato e distinto dagli altri elementi che compaiono sulle etichette di vino.

64 Inoltre, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, l'uso del marchio contestato in quanto marchio non può essere rimesso in discussione neppure dal fatto che la quasi totalità delle fatture presentate dall'interveniente e relative al vino Chianti Rufina Riserva Poggio Gualtieri non menzionano il marchio contestato, sebbene quest'ultimo sia utilizzato sulle etichette delle bottiglie di tale vino. Infatti, è probabile che talune fatture non contengano informazioni complete su tutti i prodotti a cui si riferiscono, circostanza questa che, tenuto conto degli altri elementi di prova sui quali il marchio contestato appare, non consente affatto di concludere che quest'ultimo non sia stato utilizzato in quanto marchio.

65 Pertanto, occorre dichiarare che le fatture di cui all'allegato A nonché le fotografie di cui agli allegati B e F, considerate nel loro insieme, confermano in modo giuridicamente sufficiente che l'interveniente ha utilizzato il marchio contestato in quanto marchio in maniera pubblica e verso l'esterno.

66 Tale conclusione non può essere rimessa in discussione dall'argomento della ricorrente secondo il quale la commissione di ricorso ha erroneamente ritenuto che il marchio contestato fosse utilizzato nel commercio al fine di distinguere una gamma particolare di vini «tutti caratterizzati dal fatto di essere stati ottenuti mediante procedimenti biologici».

67 A tal riguardo, sebbene taluni elementi di prova, ossia un estratto del sito internet dell'interveniente e due articoli contenuti negli allegati D, M e N, depongano a favore di un utilizzo del marchio contestato a questo fine particolare, la ricorrente sostiene giustamente, nondimeno, che alcuni dei vini recanti tale marchio non sono identificati né nelle fatture di cui all'allegato A né sulle etichette contenute nell'allegato B come vini biologici.

68 Pertanto, le prove presentate dinanzi alla commissione di ricorso non consentono di constatare, senza alcun possibile dubbio, che l'interveniente abbia utilizzato il marchio contestato esclusivamente per i suoi vini appartenenti alla categoria dei vini biologici.

69 Tuttavia, tale circostanza non è un elemento decisivo in sede di valutazione dell'uso del marchio contestato in quanto marchio. Infatti, gli elementi di prova dimostrano in modo sufficiente che il marchio contestato è stato utilizzato per indicare l'origine commerciale dei prodotti di cui trattasi, indipendentemente dal fatto che essi appartengano o meno alla categoria dei vini biologici.

70 Occorre osservare, a tal riguardo, che l'interveniente è libera di scegliere, tra i suoi prodotti, quelli per i quali il marchio contestato sarà utilizzato. Infatti, si tratta di una scelta commerciale che non può incidere sulla valutazione dell'uso di detto marchio in quanto marchio.

71 Inoltre, la ricorrente sostiene che, nel documento contenuto nell'allegato G delle osservazioni dell'interveniente dinanzi alla divisione di annullamento, la parola «aboca», associata alla parola «taglio», è utilizzata in modo descrittivo per indicare un tipo di taglio delle uve.

72 L'EUIPO, sostenuto dall'interveniente, afferma che tale argomento è stato presentato per la prima volta dinanzi al Tribunale ed è, pertanto, irricevibile.

73 La ricorrente contesta l'asserita irricevibilità del suo argomento menzionato al precedente punto 71.

74 Ai sensi dell'articolo 188 del regolamento di procedura del Tribunale, le memorie delle parti non possono modificare l'oggetto della controversia dinanzi alla commissione di ricorso. Inoltre, spetta al Tribunale, nell'ambito di un ricorso proposto dinanzi a esso ai sensi dell'articolo 72, paragrafo 2, del regolamento 2017/1001, controllare la legittimità della decisione della commissione di ricorso. Di conseguenza, il sindacato operato dal Tribunale non può andare oltre l'ambito fattuale e giuridico della controversia nei termini in cui quest'ultima è stata proposta alla commissione di ricorso [sentenza del 22 giugno 2004, «Drie Mollen sinds 1818»/UAMI – Nabeiro Silveria (Galáxia), T-66/03, EU:T:2004:190, punto 45].

75 Si deve necessariamente constatare che la decisione impugnata non prende posizione sull'argomento sintetizzato al precedente punto 71. Infatti, dinanzi alla commissione di ricorso, la ricorrente non ha dedotto che il termine «aboca» potrebbe avere un significato rispetto ai prodotti di cui trattasi, ma ha unicamente sostenuto che tale termine, così come era presentato su tali prodotti, vale a dire in un carattere tipografico di piccole dimensioni e in una posizione defilata, poteva essere percepito dal consumatore come un segno descrittivo e non poteva, di conseguenza, essere identificato in quanto marchio.

76 Occorre quindi dichiarare che tale argomento, presentato per la prima volta dinanzi al Tribunale, è irricevibile in applicazione della giurisprudenza citata al precedente punto 74.

77 Tenuto conto di quanto precede e senza che sia necessario esaminare ulteriormente le altre prove prodotte dall'interveniente, e quindi gli argomenti dedotti dalla ricorrente per contestarne l'efficacia probatoria, si deve concludere che il marchio contestato è stato utilizzato in quanto marchio.

– *Sull'uso del marchio contestato, quale è stato registrato o secondo una sua variante accettabile che non ne altera il carattere distintivo*

78 In conformità all'articolo 18, paragrafo 1, secondo comma, lettera a), del regolamento 2017/1001, costituisce uso di un marchio dell'Unione europea l'utilizzazione del marchio dell'Unione europea in una forma che si differenzia per taluni elementi che non alterano il carattere distintivo del marchio nella forma in cui esso è stato registrato, a prescindere dal fatto che il marchio sia o no registrato anche nella forma in cui è usato a nome del titolare.

79 La commissione di ricorso ha constatato che gli elementi di prova dimostravano l'uso del marchio contestato alle condizioni previste dall'articolo 18 del regolamento 2017/1001.

80 Infatti, al punto 82 della decisione impugnata la commissione di ricorso ha constatato che in alcune prove il marchio contestato era presentato nella sua forma denominativa, mentre in altre era presentato in forme, di seguito riprodotte, leggermente diverse da quella in cui era stato registrato:





81 La commissione di ricorso ha considerato, da un lato, che le vesti grafiche in cui appariva il marchio contestato non ne alteravano il carattere distintivo. Non vi è motivo di rimettere in discussione tali valutazioni, del resto non contestate dalla ricorrente.

82 Dall'altro lato, la commissione di ricorso ha altresì ritenuto che il carattere distintivo del marchio contestato non fosse alterato neppure dal suo uso congiunto con altre parole, come «grignano», «chianti», «vino biologico» o «rufina».

83 Senza sostenere esplicitamente che il carattere distintivo del marchio contestato era alterato dal suo uso congiunto con tali parole, la ricorrente deduce, in tale contesto, che il marchio che indica l'origine commerciale dei prodotti è composto dai termini «grignano» e «chianti rufina» e che «[q]uale sia dunque la funzione del termine Aboca in tale contesto è sconosciuto».

84 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

85 Come sottolineato dalla commissione di ricorso, non esiste alcuna regola in materia di marchio dell'Unione europea che obblighi a provare l'utilizzazione di un marchio in maniera isolata, indipendentemente da ogni altro marchio [v. sentenza del 14 dicembre 2011, Völkl/UAMI – Marker Völkl (VÖLKL), T-504/09, EU:T:2011:739, punto 100 e giurisprudenza citata].

86 Occorre altresì sottolineare che, in materia di etichettatura di prodotti vinicoli, l'apposizione congiunta di marchi o di indicazioni separate sullo stesso prodotto, in particolare il nome dello stabilimento vinicolo nonché il nome del prodotto, costituisce una prassi commerciale corrente. Inoltre, nel settore vinicolo, il consumatore ha spesso un interesse particolare per l'origine geografica precisa del prodotto e per l'identità del produttore del vino, dato che la reputazione di tali prodotti è spesso legata al fatto che essi sono prodotti in una regione geografica determinata da parte di uno stabilimento vinicolo determinato [sentenza dell'8 dicembre 2005, Castellblanch/UAMI – Champagne Roederer (CRISTAL CASTELLBLANCH), T-29/04, EU:T:2005:438, punti 34 e 37].

87 Nel caso di specie, come constatato dalla commissione di ricorso, il termine «grignano» fa riferimento a uno stabilimento vinicolo, mentre i termini «chianti», «vino biologico» o «rufina» costituiscono indicazioni descrittive relative alla natura dei prodotti, comprese le indicazioni geografiche. A causa della loro diversa posizione, nonché della diversità di caratteri tipografici e dimensioni, tali termini e il marchio contestato non sono percepiti come un'unità, bensì come una giustapposizione di elementi indipendenti.

88 Non si tratta quindi di una situazione in cui il marchio contestato è utilizzato in una forma che differisce da quella in cui è stato registrato, bensì di una situazione in cui più indicazioni sono utilizzate contemporaneamente senza alterare il carattere distintivo di tale marchio. Ciò posto, secondo la giurisprudenza, l'uso di un marchio insieme ad altre indicazioni che non ne alterano il carattere distintivo è irrilevante ai fini della questione se il titolare di un marchio dell'Unione europea abbia provato l'uso effettivo di tale marchio (v., in tal senso, sentenza dell'8 dicembre 2005, CRISTAL CASTELLBLANCH, T-29/04, EU:T:2005:438, punto 38).

89 In tali circostanze, occorre dichiarare che gli argomenti della ricorrente non possono rimettere in discussione le valutazioni della commissione di ricorso secondo le quali gli elementi di prova dimostrano l'uso del marchio contestato alle condizioni previste dall'articolo 18 del regolamento 2017/1001.

– *Sull'uso del marchio contestato in relazione ai prodotti per i quali è stato registrato*

90 La commissione di ricorso ha constatato, al punto 92 della decisione impugnata, che non era controverso che l'uso dimostrato per mezzo delle prove si riferiva a «vini» rientranti nella classe 33.

91 Non vi è motivo di rimettere in discussione tali valutazioni, del resto non contestate dalla ricorrente.

*Sulla valutazione complessiva dell'uso del marchio contestato*

92 Per esaminare l'effettività dell'uso del marchio anteriore, occorre procedere a una valutazione complessiva tenendo conto di tutti i fattori pertinenti del caso di specie. Tale valutazione implica una certa interdipendenza dei fattori considerati. Infatti, uno scarso volume di prodotti commercializzati con detto marchio può essere compensato da una notevole intensità o da una grande costanza nel tempo dell'uso di tale marchio e viceversa [sentenze dell'8 luglio 2004, MFE Marienfelde/UAMI – Vétoquinol (HIPOVITON), T-334/01, EU:T:2004:223, punto 36, e dell'8 luglio 2004, Sunrider/UAMI – Espadafor Caba (VITAFRUIT), T-203/02, EU:T:2004:225, punto 42].

93 Tenuto conto delle valutazioni riguardanti il tempo, il luogo, l'estensione e la natura dell'uso, occorre constatare che, nel caso di specie, gli elementi di prova consentono di concludere che vi è stato un uso effettivo del marchio contestato per i vini nel corso del periodo di riferimento.

94 Infatti, anche se alcune delle prove presentate dall'interveniente non soddisfano talune delle condizioni cui devono conformarsi le prove dell'uso effettivo menzionate al precedente punto 14, esse corroborano le fatture contenute nell'allegato A, che soddisfano pienamente dette condizioni e che, pertanto, costituiscono, di per sé, una prova sufficiente dell'uso effettivo del marchio contestato per quanto riguarda i vini. Di conseguenza, la commissione di ricorso ha correttamente constatato che gli argomenti della ricorrente diretti a contestare l'efficacia probatoria dei diversi elementi di prova non conformi a una o più delle condizioni connesse all'uso non possono essere accolti.

95 Peraltro, occorre respingere anche l'argomento della ricorrente secondo il quale, poiché nessuna guida, libro o

rivista riguardante i vini menzionerebbe alcun vino recante il marchio contestato, l'uso effettivo di tale marchio non può essere confermato. Infatti, come sostenuto dall'EUIPO, il mero fatto che i vini recanti il marchio contestato non siano menzionati in simili fonti non riveste un'importanza decisiva per la valutazione dell'uso effettivo di detto marchio, in particolare nella misura in cui tale uso è stato dimostrato da altre prove.

96 In considerazione di quanto precede, occorre respingere la prima parte del motivo di ricorso unico.

***Sulla seconda parte del motivo di ricorso unico, vertente sull'inversione dell'onere della prova dell'uso effettivo***

97 La ricorrente contesta alla commissione di ricorso di aver indebitamente invertito l'onere della prova dell'uso effettivo del marchio contestato considerando, al punto 79 della decisione impugnata, che «[la] circostanza per cui sui cartellini del prezzo [di un supermercato] un vino [dell'interveniente] (...) non presenta il [marchio] in contestazione "ABOCA" (...) non prova il mancato uso del [marchio] in contestazione nel commercio poiché le politiche dei singoli punti vendita esulano dal controllo [dell'interveniente] e, di per sé, non determinano che il [marchio] in contestazione non sia stato usato come marchio di impresa nel commercio».

98 L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

99 A tal riguardo, occorre osservare, come hanno fatto l'EUIPO e l'interveniente, che le censure della ricorrente si basano su una lettura erronea della decisione impugnata, in quanto da quest'ultima non si può dedurre che, come sostenuto dalla ricorrente, la commissione di ricorso abbia invertito l'onere della prova che incombe esclusivamente all'interveniente.

100 Infatti, la valutazione della commissione di ricorso contenuta al punto 79 della decisione impugnata costituisce una mera risposta all'argomento della ricorrente, dedotto dinanzi alla commissione di ricorso, secondo il quale l'assenza del marchio contestato sui cartellini del prezzo di un supermercato proverebbe che tale marchio non era stato utilizzato per un periodo di cinque anni. A tal riguardo, la commissione di ricorso ha constatato che tale circostanza non poteva rimettere in discussione l'uso effettivo del marchio contestato che era stato dimostrato da altre prove solide e sufficienti. Così facendo, la commissione di ricorso non ha invertito l'onere della prova, ma ha solamente risposto all'argomento della ricorrente.

101 Pertanto, occorre dichiarare che gli argomenti della ricorrente dedotti nell'ambito della seconda parte del motivo di ricorso unico non sono tali da rimettere in discussione la legittimità della decisione impugnata, sicché detta parte deve essere respinta.

102 In considerazione di quanto precede, occorre respingere il motivo di ricorso unico e, pertanto, il ricorso nel suo complesso, senza che sia necessario pronunciarsi sull'eccezione di irricevibilità dell'EUIPO diretta contro il primo capo delle conclusioni della ricorrente, nella parte riguardante la riforma della decisione impugnata.

### **Sulle spese**

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

104 Poiché si è tenuta un'udienza e la ricorrente è rimasta soccombente, essa deve essere condannata alle spese dinanzi al Tribunale, conformemente alla domanda dell'EUIPO e dell'interveniente.

105 Inoltre, l'interveniente ha altresì chiesto che la ricorrente fosse condannata a rimborsare le spese sostenute dinanzi agli organi dell'EUIPO.

106 In proposito si deve ricordare che, ai sensi dell'articolo 190, paragrafo 2, del regolamento di procedura, solo le spese indispensabili sostenute dalle parti ai fini del procedimento dinanzi alla commissione di ricorso sono considerate spese ripetibili. Pertanto, la domanda dell'interveniente riguardante le spese relative al procedimento dinanzi alla divisione di annullamento, che non costituiscono spese ripetibili, è irricevibile.

107 Per quanto riguarda le spese relative al procedimento dinanzi alla commissione di ricorso, è sufficiente rilevare che, poiché la presente sentenza respinge il ricorso proposto avverso la decisione impugnata, è il dispositivo di quest'ultima che continua a regolare le spese di cui trattasi [v., in tal senso, sentenza del 19 maggio 2021, Yongkang Kugoo Technology/EUIPO – Ford Motor Company (kugoo), T-324/20, non pubblicata, EU:T:2021:280, punto 89].

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Terza Sezione)

dichiara e statuisce:

- 1) Il ricorso è respinto.**
- 2) La Aboca SpA Soc. agr. è condannata a farsi carico delle proprie spese nonché di quelle sostenute dall'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) e dalla Azienda Agroalimentare Grignano Srl ai fini del procedimento dinanzi al Tribunale.**

(*Omissis*)