

3) Enfin, A2A, par son troisième moyen et à titre plus subsidiaire, demande l'annulation de l'arrêt, pour violation du droit communautaire et de ses principes, en ce qu'il confirme la légalité de l'ordre de récupération visé dans la décision. D'après la requérante, l'arrêt doit être annulé en ce que, méconnaissant la jurisprudence des juridictions communautaires, il avalise la légalité de l'ordre générique contenu dans la décision et déclare, en substance, que les autorités nationales ne disposent d'aucune marge d'appréciation.

(<sup>1</sup>) Décision de la Commission, du 5 juin 2002, 2003/193/CE, relative à une aide d'État aux exonérations fiscales et prêts à des conditions préférentielles consentis par l'Italie à des entreprises de services publics dont l'actionariat est majoritairement public (JO 2003, L 77, p. 21).

**Demande de décision préjudicielle présentée par la High Court of Justice (England and Wales), Chancery Division, le 12 août 2009 — L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L'Oréal (UK) Limited/eBay International AG, eBay Europe SARL, eBay (UK) Limited, Stephan Potts, Tracy Ratchford, Marie Ormsby, James Clarke, Joanna Clarke, Glen Fox, Rukhsana Bi**

(Affaire C-324/09)

(2009/C 267/71)

*Langue de procédure: l'anglais*

#### Juridiction de renvoi

High Court of Justice (England and Wales), Chancery Division.

#### Parties dans la procédure au principal

*Parties requérantes:* L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L'Oréal (UK) Limited

*Parties défenderesses:* eBay International AG, eBay Europe SARL, eBay (UK) Limited, Stephan Potts, Tracy Ratchford, Marie Ormsby, James Clarke, Joanna Clarke, Glen Fox, Rukhsana Bi

#### Questions préjudicielles

1) La fourniture gratuite, aux distributeurs agréés du titulaire de la marque, de parfums et de produits cosmétiques de démonstrations (c'est-à-dire d'échantillons destinés à la démonstration aux consommateurs dans les points de vente) et de bouteilles échantillons (c'est-à-dire de récipients dont des petites quantités peuvent être prélevées pour être données aux consommateurs en tant qu'échantillons gratuits), qui ne sont pas destinés à la vente aux consommateurs (et portent souvent les mentions «vente interdite» ou «interdit à la vente individuelle»), constitue-t-elle une «mise dans le commerce» des produits en question au sens de l'article 7, paragraphe 1, de la première directive 89/104/CEE (<sup>1</sup>) du Conseil, du 21 décembre 1988 («la

directive sur les marques») et de l'article 13, paragraphe 1 du règlement (CE) n° 40/94 (<sup>2</sup>) du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire («le règlement n° 40/94»)?

2) Le retrait des emballages (ou d'un autre emballage externe) de parfums et de cosmétiques sans le consentement du titulaire de la marque constitue-t-il un «motif légitime» pour le titulaire de la marque de s'opposer à la commercialisation ultérieure des produits sans emballages, au sens de l'article 7, paragraphe 2 de la directive sur les marques et de l'article 13, paragraphe 2 du règlement n° 40/94?

3) La réponse à la question n° 2 est-elle différente si:

a) le retrait des emballages (ou d'un autre emballage externe) a pour effet que les produits sans emballages n'indiquent pas les informations requises aux termes de l'article 6, paragraphe 1 de la directive 76/768/CEE (<sup>3</sup>) du Conseil, du 27 juillet 1976 («la directive sur les produits cosmétiques») et, en particulier, une liste d'ingrédients ou une «date limite d'utilisation»?

b) l'absence de ces informations a pour effet que l'offre de vente ou la vente des produits sans emballages constitue une infraction pénale en vertu de la loi de l'État membre de la Communauté dans lequel les produits sont proposés à la vente ou vendus par des tiers?

4) La réponse à la question n° 2 ci-dessus est-elle différente si la commercialisation ultérieure porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte à l'image des produits et, par conséquent, à la renommée de la marque? Si tel est le cas, y a-t-il lieu de présumer une telle atteinte ou bien le titulaire de la marque est-il tenu de la prouver?

5) Lorsqu'un commerçant qui exploite une place de marché en ligne achète, auprès d'un exploitant d'un moteur de recherche, l'utilisation d'un signe identique à une marque enregistrée et destiné à être utilisé en tant que mot clé, de sorte que le signe est présenté à un utilisateur par le moteur de recherche dans un lien commercial conduisant au site internet de l'exploitant de la place de marché en ligne, l'affichage du signe dans le lien commercial constitue-t-il un «usage» du signe au sens de l'article 5, paragraphe 1, sous a) de la directive sur les marques et de l'article 9, paragraphe 1, sous a) du règlement n° 40/94?

6) Le fait qu'un clic sur le lien commercial mentionné dans la question n° 5 ci-dessus conduise l'utilisateur directement à des publicités ou des offres de vente, qui se rapportent à des produits identiques à ceux pour lesquels la marque est enregistrée sous le signe présenté par d'autres parties sur le site internet et dont certaines portent atteinte à la marque

et d'autres n'y portent pas atteinte en fonction des différents statuts des produits respectifs, constitue-t-il un usage du signe par l'exploitant de la place de marché en ligne «pour les» produits contrevenants, au sens de l'article 5, paragraphe 1, sous a) de la directive sur les marques et de l'article 9, paragraphe 1, sous a) du règlement n° 40/94?

7) Lorsque les produits dont il est fait la publicité et qui sont proposés à la vente sur le site internet mentionné dans la question n° 6 ci-dessus comprennent des produits qui n'ont pas été mis dans le commerce à l'intérieur de l'EEE par le titulaire de la marque ou avec son consentement, est-il suffisant, pour qu'un tel usage tombe dans le champ d'application de l'article 5, paragraphe 1, sous a) de la directive sur les marques et de l'article 9, paragraphe 1, sous a) du règlement n° 40/94 tout en restant en dehors du champ d'application de l'article 7, paragraphe 1 de la directive sur les marques et de l'article 13, paragraphe 1 du règlement n° 40/94, que la publicité ou l'offre de vente soit destinée aux consommateurs situés sur le territoire couvert par la marque ou bien le titulaire de la marque doit-il démontrer que la publicité ou l'offre de vente implique nécessairement la mise dans le commerce des produits en question à l'intérieur du territoire couvert par la marque?

8) La réponse aux questions n° 5, 6 et 7 ci-dessus est-elle différente si l'usage incriminé par le titulaire de la marque consiste dans l'affichage du signe sur le site internet de l'exploitant de la place de marché en ligne elle-même plutôt que dans un lien commercial?

9) Si, pour qu'un tel usage tombe dans le champ d'application de l'article 5, paragraphe 1, sous a) de la directive sur les marques et de l'article 9, paragraphe 1, sous a) du règlement n° 40/94 tout en restant en dehors du champ d'application de l'article 7, paragraphe 1 de la directive sur les marques et de l'article 13, paragraphe 1 du règlement n° 40/94, il suffit que la publicité ou que l'offre de vente soit destinée aux consommateurs situés sur le territoire couvert par la marque:

a) un tel usage consiste-t-il dans le fait de «stocker des informations fournies par un destinataire du service» au sens de l'article 14, paragraphe 1 de la directive sur le commerce électronique ou comprend-il un stockage de ce type?

b) si l'usage ne consiste pas exclusivement dans des activités tombant dans le champ d'application de l'article 14, paragraphe 1 de la directive sur le commerce électronique, mais qu'il comprend ces activités, l'exploitant de la place de marché en ligne est-il exonéré de responsabilité dans la mesure où l'usage consiste dans de telles activités et, si tel est le cas, des dommages et intérêts ou d'autres compensations financières peuvent-ils être alloués eu égard à un tel usage pour autant que celui-ci n'est pas exonéré de responsabilité?

c) la connaissance par l'exploitant de la place de marché en ligne du fait que des biens ont fait l'objet d'une publicité, qu'ils ont été proposés à la vente ou vendus sur son site internet en violation de droits de marques et que la violation de ces droits est susceptible de se poursuivre au travers de la publicité, de l'offre de vente et de la vente effectuées pour les mêmes produits ou des

produits similaires par les mêmes utilisateurs ou des utilisateurs différents du site internet équivaut-elle à avoir une «connaissance effective» ou des «connaissances» au sens de l'article 14, paragraphe 1, de la directive sur le commerce électronique?

10) Lorsque les services d'un intermédiaire tel qu'un exploitant d'un site internet ont été utilisés par un tiers pour porter atteinte à une marque enregistrée, l'article 11 de la directive 2004/48/CE<sup>(4)</sup> du Parlement européen et du Conseil, du 29 avril 2004, relative au respect des droits de propriété intellectuelle (ci-après la «directive sur le respect des droits») exige-t-il des États membres d'assurer que le titulaire de la marque peut obtenir une injonction contre l'intermédiaire pour empêcher qu'il soit ultérieurement porté atteinte à ladite marque, par opposition à la poursuite de cette infraction spécifique, et, si tel est le cas, quel est l'objet de l'injonction qui doit être mise à disposition?

(1) Première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (89/104/CEE)

JO L 40, p. 1

(2) JO L 11, p. 1

(3) Directive 76/768/CEE du Conseil, du 27 juillet 1976, concernant le rapprochement des législations des États membres relatives aux produits cosmétiques

JO L 262, p. 169

(4) JO L 157, p. 45

**Pourvoi formé le 17 août 2009 par Iride SpA, anciennement AMGA SpA, contre l'arrêt rendu le 11 juin 2009 par le Tribunal de première instance (huitième chambre élargie) dans l'affaire T-300/02, Iride SpA, AMGA/Commission**

(Affaire C-329/09 P)

(2009/C 267/72)

*Langue de procédure: l'italien*

#### Parties

*Partie requérante:* Iride SpA, anciennement AMGA SpA (représentants: L. Radicati di Brozolo et T. Ubaldi, avocats)

*Autres parties à la procédure:* Commission des Communautés européennes, A2A SpA, anciennement ASM Brescia SpA

#### Conclusions de la partie requérante

— annuler l'arrêt prononcé dans l'affaire T-300/02, pour dénaturation des éléments versés au dossier et erreur dans les conséquences juridiques tirées par le Tribunal desdits éléments, en ce qu'il a déclaré que Azienda Mediterranea Gas e Acqua S.p.A. (AMGA) n'était pas individuellement concernée par la décision attaquée<sup>(1)</sup> et que le recours qu'elle avait formé dans l'affaire T-300/02 était irrecevable;