

V

(Становища)

СЪДЕБНИ ПРОЦЕДУРИ

СЪД

Решение на Съда (първи състав) от 22 септември 2011 г.
— Кралство Белгия/Deutsche Post AG, DHL International,
Европейска комисия

(Дело C-148/09 P) ⁽¹⁾

(Обжалване — Жалба за отмяна — Държавни помощи
— Член 88, параграф 3 ЕО — Регламент (ЕО)
№ 659/1999 — Решение на Комисията да не повдига
възражения — Поняние за състояние — Услуги от общ
икономически интерес)

(2011/С 331/02)

Език на производството: немски

Страни

Жалбоподател: Кралство Белгия (представители: С. Pochet, Т. Materne, J. Meyers, advocaat)

Други страни в производството: Deutsche Post AG (представители: Т. Lübbig и J. Sedemund, Rechtsanwälte), DHL International (представители: Т. Lübbig и J. Sedemund, Rechtsanwälte), Европейска комисия (представители: В. Martenczuk и D. Grespan)

Предмет

Жалба срещу Решение на Първоинстанционния съд (втори състав) от 10 февруари 2009 г. по дело Deutsche Post и DHL International/Комисия (Т-388/03), с което Общият съд отменя Решение С(2003) 2508 окончателен на Комисията от 23 юли 2003 г. да не повдига възражения вследствие на процедурата по предварително разглеждане, предвидена в член 88, параграф 3 ЕО, срещу няколко мерки, взети от белгийските власти в полза на La Poste SA — Компенсиране на нетните разходи за услугите от общ икономически интерес — Неправилно квалифициране на определени обстоятелства като индиции за сериозни затруднения, които изискват да се образува официална процедура по разследване — Вземане предвид на недопустими правни основания — Нарушение на принципа на правната сигурност

Диспозитив

1. Отхвърля жалбата.
2. Осъжда Кралство Белгия и Европейската комисия да заплатят съдебните разноски.

⁽¹⁾ ОВ С 167, 18.7.2009 г.

Решение на Съда (първи състав) от 22 септември 2011 г.
(преюдициално запитване от High Court of Justice
(Chancery Division) — Обединеното кралство) —
Interflora Inc, Interflora British Unit/Marks & Spencer
plc, Flowers Direct Online Limited

(Дело C-323/09) ⁽¹⁾

(Марки — Реклама в интернет от ключови думи
(„keyword advertising“) — Избор от рекламодателя на
ключова дума, съответстваща на марка с добра
репутация на конкурент — Директива 89/104/ЕИО —
Член 5, параграф 1, буква а) и параграф 2 — Регламент
(ЕО) № 40/94 — Член 9, параграф 1, букви а) и в) —
Условие за нарушаване на една от функциите на
марката — Увреждане на отличителния характер на
марка с добра репутация („разтвиване“) — Неосно-
вателно извличане на полза от отличителния
характер или репутацията на тази марка („получаване
наготово“)

(2011/С 331/03)

Език на производството: английски

Запитваща юрисдикция

High Court of Justice (Chancery Division)

Страни в главното производство

Ищци: Interflora Inc, Interflora British Unit

Ответници: Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

Предмет

Преюдициално запитване — Тълкуване на член 5, параграф 1, буква а) и параграф 2 от Директива 89/104/ЕИО: Първа директива на Съвета от 21 декември 1988 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 40, стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 1, стр. 92), на член 9, параграф 1, буква а) и буква в) от Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17 том 1, стр. 146) и на член 12, параграф 1, член 13, параграф 1 и член 14, параграф 1 от Директива 2000/31/ЕО на Европейския Парламент и на Съвета от 8 юни 2000 година за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и

по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар („Директивата за електронната търговия“), (ОВ L 178, стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 13, том 29, стр. 257) — Понятие за „използване“ на марка — Регистриране от търговец на знак, идентичен на марка, при доставчик на услуги, управляващ интернет търсачка, така че след въвеждане на посочения знак като ключова дума на екрана автоматично да се появява интернет адреса (URL) на неговия уеб сайт, предлагащ стоки и услуги, които са идентични на обхванатите от марката („AdWords“) — Услуга за доставка на цвета

Диспозитив

1. Член 5, параграф 1, буква а) от Първа директива 89/104/ЕИО на Съвета от 21 декември 1988 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките и член 9, параграф 1, буква а) от Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността трябва да се тълкуват в смисъл, че притежателят на марка има право да забрани на конкурент, изхождайки от идентична с тази марка ключова дума, която този конкурент е избрал без съгласието на притежателя, в рамките на услуга по включване в каталог в интернет, да рекламира стоки или услуги, идентични с тези, за които е регистрирана тази марка, когато това използване може да засегне някоя от функциите на марката. Такова използване:

— засяга функцията на марката за указване на произход, когато рекламата, показвана в резултат на посочената ключова дума, не позволява или позволява трудно на относително осведомен и в разумни граници наблюдавателен интернет потребител да разбере дали посочените в съобщението стоки или услуги са с произход от притежателя на марката или от икономически свързано с него предприятие, или напротив, са с произход от трето лице,

— в рамките на услуга по включване в каталог с характеристики като тези в случая, предмет на главното производство, не засяга рекламната функция на марката, и

— засяга функцията на марката, свързана с инвестиции, ако създава съществени затруднения за използването на марката от нейния притежател за придобиването или запазването на репутация, годна да привлича и да създава постоянна клиентела.

2. Член 5, параграф 2 от Директива 89/104 и член 9, параграф 1, буква в) от Регламент № 40/94 трябва да се тълкуват в смисъл, че притежателят на марка с добра репутация има право да забрани на конкурент да прави реклама, изхождайки от съответстваща на тази марка ключова дума, която този конкурент е избрал, без съгласието на посочения притежател в рамките на услуга по включване в каталог в интернет, когато посоченият конкурент по този начин извлича неоснователно полза от отличителния характер или от добрата репутация на марката (получаване на зотово) или когато посочената реклама уврежда нейния отличителен характер (разливане) или добрата ѝ репутация (опетняване).

Реклама, изхождаща от такава ключова дума, уврежда отличителния характер на марката с добра репутация (разливане) в частност, ако тя допринася за израздането ѝ в родово понятие.

Притежателят на марка с добра репутация обаче няма право да забрани, в частност, показвани от конкуренти реклами, изхождащи от съответстващи на тази марка ключови думи, които, без да предлагат просто имитация на стоките или услугите на притежателя на марката, без да причиняват разливане или опетняване и без освен това да засягат функциите на марката с добра репутация, предлагат алтернатива на стоките или услугите на притежателя на посочената марка.

(¹) ОВ C 282, 21.11.2009 г.

Решение на Съда (първи състав) от 22 септември 2011 г. (преюдициално запитване от Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division), Обединеното кралство) — Budějovický Budvar, národní podnik/Anheuser-Busch, Inc.

(Дело C-482/09) (¹)

(Марки — Директива 89/104/ЕИО — Член 9, параграф 1 — Понятие „бездействие“ — Ограничаване в резултат на бездействие — Начален момент на срока, след изтичането на който правата биват ограничени поради бездействие — Необходими условия, за да започне да тече срокът, след изтичането на който правата биват ограничени поради бездействие — Член 4, параграф 1, буква а) — Регистрация на две идентични марки, обозначаващи идентични стоки — Функции на марката — Добросъвестно паралелно използване)

(2011/C 331/04)

Език на производството: английски

Запитваща юрисдикция

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Страни в главното производство

Ищец: Budějovický Budvar, národní podnik

Ответник: Anheuser-Busch, Inc.

Предмет

Преюдициално запитване — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Тълкуване на член 4, параграф 1, буква а) и член 9, параграф 1 от Директива 89/104/ЕИО: Първа директива на Съвета от 21 декември 1988 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 40, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 92) — Ограничаване в резултат на бездействие — Понятие „бездействие“ — Общностноправно понятие? — Възможност за прилагане на националното право в съответната област, включително на правилата относно добросъвестното паралелно използване на две идентични марки