

Накрая с третото правно основание, и при условията на евентуалност спрямо предходното, А2А иска отмяната на съдебното решение поради нарушение на общностното право и на съдържащите се в него принципи, в частта, в която потвърждава правомерността на разпореждането за възстановяване по Решение 2003/193/ЕО. Според жалбоподателя съдебното решение следва да бъде отменено, доколкото в противоречие с общностната съдебна практика потвърждава правомерността на съдържащото се в Решение 2003/193/ЕО общо разпореждане и по същество потвърждава пълната липса на свобода на преценка на националните органи.

(¹) Решение 2003/193/ЕО на Комисията от 5 юни 2002 година относно държавна помощ чрез освобождаване от данъци и заеми при преференциални условия, предоставена от Италия на предприятия за обществени услуги, чийто акционерен състав е с мажоритарно публично участие (ОВ L 77, 2003 г., стр. 21).

Преюдициално запитване, отправено от High Court of Justice (England and Wales), Chancery Division на 12 август 2009 г. — 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

(Дело С-324/09)

(2009/С 267/71)

Език на производството: английски

Запитваща юрисдикция

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

Страни в главното производство

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

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

Преюдициални въпроси

- 1) Когато тестери на парфюми и козметика (т.е. мостри за представяне на продуктите пред потребителите в магазините за търговия на дребно) и тестерни шишенца (т.е. съдържатели, от които могат да бъдат вземани малки количества за предлагане на потребителите като безплатни мостри), които не са предназначени за продажба на потребителите (и често са обозначени „не за продажба“ или „не за

продажба на дребно“), се предоставят без заплащане на възнаграждение на оторизираните от притежателя на марката дистрибутори, подобни стоки считат ли се за „пуснати на пазара“ по смисъла на член 7, параграф 1 от Първа директива 89/104/ЕИО (¹) на Съвета от 21 декември 1988 г. (наричана по-нататък „Директивата за марките“) и член 13, параграф 1 от Регламент 40/94 (²) на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (наричан по-нататък „Регламентът за МО“)?

- 2) Когато кутиите (или друга външна опаковка) са били отстранени от парфюмите и козметиката без съгласието на притежателя на търговската марка, това представлява ли „законно основание“ за притежателя на марката да се противопостави на по-нататъшното търгуване на разопакованите стоки по смисъла на член 7, параграф 2 от Директивата за марките и на член 13, параграф 2 от Регламента за МО?
- 3) Има ли значение за отговора на въпрос 2 по-горе ако:
 - а) в резултат на отстраняването на кутиите (или на друга външна опаковка) разопакованите стоки не съдържат информацията, която се изисква от член 6, параграф 1 от Директива 76/768/ЕИО (³) на Съвета от 27 юли 1976 година (наричана по-нататък „Директивата за козметичните продукти“), и по-специално не съдържат списък на съставките или срок на годност?
 - б) в резултат на липсата на подобна информация предлагането за продажба или продажбата на разопакованите стоки представлява наказуемо деяние според правната уредба на държавата — членка на Общността, в която те се предлагат за продажба или се продават от трети лица?
- 4) Има ли значение за отговора на въпрос 2 по-горе ако по-нататъшното търгуване уврежда или може да нанесе вреда на образа на стоките и отгук на добрата репутация на марката? Ако това е така, дали тази последица се презюмира или притежателят на марката трябва да я докаже?
- 5) Когато търговец, който извършва онлайн продажби, закупува използването на знак, идентичен с регистрирана марка, като ключова дума в търсачка, така че знакът се появява пред ползвателя на търсачката в платена препратка към уеб сайта на оператора на онлайн продажбите, появата на знака в платена препратка представлява ли „използване“ на знака по смисъла на член 5, параграф 1, буква а) от Директивата за марките и на член 9, параграф 1, буква а) от Регламента за МО?
- 6) Когато кликването върху платената препратка, посочена във въпрос 5 по-горе, отвежда ползвателя направо до реклами или оферти за продажба на стоки, идентични на тези, за които марката е регистрирана под знака, поставен на уеб сайта от други страни, като някои от тези реклами или оферти нарушават марката, а други — не, поради различното положение на съответните стоки, това представлява ли използване от страна на оператора на онлайн

продажби на знака „за“ идентични стоки по смисъла на член 5, параграф 1, буква а) от Директивата за марките и на член 9, параграф 1, буква а) от Регламента за МО?

- 7) Когато рекламираните и предлагани за продажба стоки в уеб сайта, посочен във въпрос 6 по-горе, включват стоки, които не са пуснати на пазара в ЕИП от или със съгласието на притежателя на марката, достатъчно ли е рекламната или офертата за продажба да е насочена към потребителите на територията, обхваната от марката, за да попада подобно използване в приложното поле на член 5, параграф 1, буква а) от Директивата за марките и на член 9, параграф 1, буква а) от Регламента за МО и извън приложното поле на член 7, параграф 1 от Директивата за марките и член 13, параграф 1 от Регламента за МО, или притежателят на марката трябва да докаже, че рекламната или офертата за продажба непременно има за последица пускането на въпросните стоки на пазара на територията, обхваната от марката?
- 8) Има ли някакво значение за отговорите на въпроси 5—7 по-горе ако използването, от което се оплаква притежателят на марката, се състои в появата на знака в самия уеб сайт на оператора на онлайн продажби, а не в платена препратка?
- 9) Щом като за да попадне подобно използване в приложното поле на член 5, параграф 1, буква а) от Директивата за марките и на член 9, параграф 1, буква а) от Регламента за МО и извън приложното поле на член 7, параграф 1 от Директивата за марките и на член 13, параграф 1 от Регламента за МО е достатъчно рекламната или офертата за продажба да е насочена към потребители на територията, обхваната от марката:
- а) подобно използване състои ли се от или включва ли „съхраняване на информация, предоставяна [от] получателя на услугата“ по смисъла на член 14, параграф 1 от Директивата за електронната търговия?
- б) ако използването не се състои изключително от дейности, включени в приложното поле на член 14, параграф 1 от Директивата за електронната търговия, но включва подобни дейности, дали операторът на онлайн продажбите е освободен от отговорност, доколкото използването се състои от подобни дейности, и ако това е така, могат ли да се присъдят обезщетения за вреди или други парични обезщетения във връзка с подобно използване, доколкото той не е освободен от отговорност?
- в) когато операторът на онлайн продажбите има сведения, че стоки се рекламират, предлагат за продажба и се продават в неговия уеб сайт в нарушение на регистрирани марки, и че нарушенията на подобни регистрирани марки вероятно ще продължат да се извършват посредством рекламната, предлагането за продажба и продажбата на същите или на сходни стоки от същите или от различни ползватели на уеб сайта, това представя ли „[притежаване на] сведения“ или „запоз-

наване с [...] факти“ по смисъла на член 14, параграф 1 от Директивата за електронната търговия?

- 10) Когато услугите на посредник, както е операторът на уеб сайт, се използват от трето лице за нарушаване на регистрирана марка, изисква ли член 11 от Директива 2004/48 на Европейския парламент и на Съвета⁽⁴⁾ от 29 април 2004 година относно упражняването на права върху интелектуалната собственост („Директивата относно упражняването на правата върху интелектуалната собственост“) от държавите членки да гарантират на притежателя на марката, че може да получи налагане на забрана на посредника, за да се преустановят по-нататъшни нарушения на посочената марка, вместо този конкретен акт на нарушение да продължи, и ако това е така, какъв е обхватът на забраната, която следва да бъде наложена?

- (¹) Първа директива 89/104/ЕИО 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).
- (²) ОВ L 11, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17 том 1, стр. 146.
- (³) Директива 76/768/ЕИО на Съвета от 27 юли 1976 година относно сближаването на законодателствата на държавите членки, свързани с козметични продукти (ОВ L 262, стр. 169; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 3, стр. 101).
- (⁴) ОВ L 157, стр. 45; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 2, стр. 56.

Жалба, подадена на 17 август 2009 г. от Iride SpA, по-рано AMGA Spa, срещу решението, постановено от Първоинстанционния съд (осми разширен състав) на 11 юни 2009 г. по дело T-300/02, AMGA/Комисия

(Дело C-329/09 P)

(2009/C 267/72)

Език на производството: италиански

Страни

Жалбоподател: Iride Spa, по-рано известно като AMGA Spa (представители: L. Radicati di Brozolo и T. Ubaldi, avvocati)

Други страни в производството: Комисия на Европейските общности, A2A SpA, по-рано известно като ASM Brescia SpA

Искания на жалбоподателя

— Да се отмени решението, постановено по дело T-300/02 поради изопачаване на доказателствата от преписката и грешка в правните заключения, които Първоинстанционният съд е извел от тези доказателства в частта, в която обявява, че Azienda Mediterranea Gas и Acqua S.p.A. (AMGA) не е лично засегнато от спорното решение⁽¹⁾ и че подадената от него жалба по дело T-300/02 е недопустима,