

Преюдициално запитване от Tribunal Constitucional (Португалия), постъпило на 3 март 2021 г. —
Autoridade Tributária e Aduaneira/VectorImpacto — Automóveis Unipessoal Lda

(Дело C-136/21)

(2021/C 189/13)

Език на производството: португалски

Запитваща юрисдикция

Tribunal Constitucional

Страни в главното производство

Жалбоподател: Autoridade Tributária e Aduaneira

Ответник: VectorImpacto — Automóveis Unipessoal Lda

Преюдициален въпрос

„Може ли член 110 ДФЕС, разглеждан самостоятелно или във връзка с член 191 ДФЕС, и по-специално с параграф 2 от него, да се тълкува в смисъл, че допуска национална правна уредба, която изключва екологичния компонент при прилагането на намаления, свързани със средното търговско обезценяване на превозни средства на националния пазар, към данъка върху употребяваните превозни средства, имат общностна регистрация с безсрочна валидност в други държави — членки на Европейския съюз, като по този начин позволява така изчислената стойност да бъде по-висока от тази на еквивалентните употребявани превозни средства в страната?“

Преюдициално запитване от Tribunal d'arrondissement (Люксембург), постъпило на 8 март
2021 г. — Christian Louboutin/Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl, Amazon Services
Europe Sàrl

(Дело C-148/21)

(2021/C 189/14)

Език на производството: френски

Запитваща юрисдикция

Tribunal d'arrondissement

Страни в главното производство

Ищец: Christian Louboutin

Ответници: Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl, Amazon Services Europe Sàrl

Преюдициални въпроси

1) Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. относно марката на Европейския съюз⁽¹⁾ да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в публикувана в уебсайт реклама може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания поради смесването в посочения сайт на собствени оферти на оператора или на икономически свързани образувания и на оферти на трети лица чрез включването на тези оферти в собствените търговски отношения на оператора или на икономически свързаните образувания?

Подсилва ли се такова включване от факта, че:

— рекламите са представени по еднакъв начин в сайта,

- собствените реклами на оператора и на икономически свързани образувания и тези на трети лица продавачи се публикуват в рекламните рубрики на уебсайтове на трети лица под формата на изскачашо изображение (pop-up) без разлика, що се отнася до техния произход, но показвайки ясно логото на оператора или на икономически свързани образувания,
 - операторът или икономически свързани образувания предлагат цялостна услуга на третите лица продавачи, включваща съдействие при изготвянето на рекламите и при определянето на продажните цени, държането на стоките на склад и изпращането им,
 - сайтът на оператора и на икономически свързаните образувания е проектиран така, че да се представя под формата на бутици и на марки като „най-продаваните“, „най-търсените“ или „най-предлаганите“, без видима на пръв поглед разлика между собствените стоки на оператора и на икономически свързаните образувания и стоките на третите лица продавачи?
- 2) Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. относно марката на Европейския съюз да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в реклама, публикувана в сайт за онлайн продажби, по принцип може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания, ако във възприятието на нормално информирания и разумно внимателен потребител в интернет този оператор или икономически свързано образувание има активна роля в изготвянето на тази реклама или ако последната се възприема като част от собствените търговски отношения на този оператор?

Ще се повлияе ли това възприятие:

- от обстоятелството, че този оператор и/или икономически свързани образувания е известен дистрибутор на най-разнообрази стоки, включително на стоките от категорията на тези, които са предмет на рекламата,
 - или от обстоятелството, че така показаната реклама представлява заглавна част, в която е възпроизведена марката на услугата на този оператор или на икономически свързаните образувания, като тази марка е известна като марка на дистрибутор,
 - или пък от обстоятелството, че този оператор или икономически свързани образувания едновременно с това рекламиране предлагат услуги, обичайно предлагани от дистрибуторите на стоки от същата категория като тази, в която попада продуктът, предмет на рекламата?
- 3) Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета относно марката на Европейския съюз да се тълкува в смисъл, че изпращането — в рамките на търговската дейност и без разрешението на притежателя на марка — до крайния потребител на стока, носеща идентичен с марката знак, съставлява използване, за което е отговорен изпращачът, само ако последният действително е запознат с поставянето на този знак върху стоката?

Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание е уведомил крайния потребител, че ще извърши изпращането, след като самият той или икономически свързано лице е държало стоката на склад за тази цел?

Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание предварително е допринесъл активно за публикуването в рамките на търговската дейност на реклама за стоката, носеща този знак, или е регистрирал поръчката на крайния клиент с оглед на тази реклама?

(¹) ОВ L 154, 2017 г., стр. 1.