

ROZSUDEK SOUDNÍHO DVORA (velkého senátu)

12. července 2011 *

Ve věci C-324/09,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce na základě článku 234 ES, podaná rozhodnutím High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Spojené království) ze dne 16. července 2009, došlým Soudnímu dvoru dne 12. srpna 2009, v řízení

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

proti

eBay International AG,

* Jednací jazyk: angličtina.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephenu Pottsovi,

Tracy Ratchford,

Marii Ormsby,

Jamesovi Clarkovi,

Joanně Clarke,

Glenovi Foxovi,

Rukhsaně Bi,

SOUDNÍ DVŮR (velký senát),

ve složení V. Skouris, předseda, A. Tizzano, J.N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot, K. Schiemann, J.-J. Kasel a D. Šváby, předsedové senátů, A. Rosas, R. Silva de Lapuerta, M. Ilešič (zpravodaj), M. Safjan a M. Berger, soudci,

generální advokát: N. Jääskinen,
vedoucí soudní kanceláře: L. Hewlett, vrchní rada,

s přihlédnutím k písemné části řízení a po jednání konaném dne 22. června 2010,

s ohledem na vyjádření předložená:

- za L'Oréal SA a další H. Carrem a D. Andersonem, QC, jakož i T. Mitchesonem, barrister,
- za eBay International AG a další T. van Innisem a G. Glasem, avocats,
- za vládu Spojeného království H. Walker a L. Seeboruthem, jako zmocněnci, ve spolupráci s C. May, barrister,
- za francouzskou vládu G. de Berguesem, B. Beaupère-Manokha, J. Gstalsterem a B. Cabouatem, jako zmocněnci,
- za italskou vládu G. Palmieri, jako zmocněnkyní, ve spolupráci s S. Fiorentinem, avvocato dello Stato,
- za polskou vládu M. Dowgielewiczem a A. Rutkowskou, jako zmocněnci,

- za portugalskou vládu L. Inez Fernandesem, jako zmocněncem,

- za Evropskou komisi H. Krämerem, jako zmocněncem,

po vyslechnutí stanoviska generálního advokáta na jednání konaném dne 9. prosince 2010,

vydává tento

Rozsudek

- 1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu článků 5 a 7 první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sbližují právní předpisy členských států o ochranných známkách (Úř. věst. L 40, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 92), ve znění Dohody o Evropském hospodářském prostoru ze dne 2. května 1992 (Úř. věst. 1994, L 1, s. 3, dále jen „směrnice 89/104“), článků 9 a 13 nařízení Rady (ES) č. 40/94 ze dne 20. prosince 1993 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. L 11, s. 1; Zvl. vyd. 03/16, s. 353), článku 14 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“) (Úř. věst. L 178, s. 1; Zvl. vyd. 13/25, s. 399), jakož i článku 11 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/48/ES ze dne 29. dubna 2004 o dodržování práv duševního vlastnictví (Úř. věst. L 157, s. 45; Zvl. vyd. 03/16, s. 353).

- 2 Tato žádost byla předložena v rámci sporu vedeného společností L'Oréal SA a jejími dceřinými společnostmi Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie a L'Oréal (UK) Ltd (dále společně jen „L'Oréal“) proti třem dceřiným společnostem společnosti eBay Inc., a sice eBay International AG, eBay Europe SARL a eBay (UK) Ltd (dále společně jen „eBay“), jakož i S. Pottsovi, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarkovi, J. Clarke, G. Foxovi a R. Bi (dále jen „žalované fyzické osoby“), ve věci prodeje výrobků společnosti L'Oréal bez jejího souhlasu prostřednictvím on-line tržiště provozovaného společností eBay.

I – Právní rámec

A – Směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94

- 3 Směrnice 89/104 byla zrušena směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2008/95/ES ze dne 22. října 2008, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (kodifikované znění) (Úř. věst. L 299, s. 25), která vstoupila v platnost dne 28. listopadu 2008, a nařízení č. 40/94 bylo zrušeno nařízením Rady (ES) č. 207/2009 ze dne 26. února 2009 o ochranné známce Společenství (kodifikované znění) (Úř. věst. L 78, s. 1), které vstoupilo v platnost dne 13. dubna 2009. Nicméně spor v původním řízení se nadále vzhledem k době rozhodné z hlediska skutkového stavu řídí směrnicí 89/104 a nařízením č. 40/94.
- 4 Článek 5 směrnice 89/104, nadepsaný „Práva z ochranné známky“ byl následujícího znění:

„Ze zapsané ochranné známky vyplývají pro jejího majitele výlučná práva. Majitel je oprávněn zakázat všem třetím osobám, které nemají jeho souhlas, aby v obchodním styku užívaly:

- a) označení totožné s ochrannou známkou pro zboží nebo služby, které jsou totožné s těmi, pro něž je známka zapsána;
- b) označení, u něhož z důvodu jeho totožnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a totožnosti či podobnosti zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou a označením existuje nebezpečí záměny u veřejnosti, včetně nebezpečí asociace označení s ochrannou známkou.

2. Každý členský stát může rovněž stanovit, že majitel je oprávněn zakázat všem třetím osobám, které nemají jeho souhlas, aby užívaly v obchodním styku označení totožné s ochrannou známkou nebo jí podobné pro zboží nebo služby, které nejsou podobné těm, pro něž byla ochranná známka zapsána, jestliže tato ochranná známka získala v členském státě dobré jméno a užívání takového označení bez řádného důvodu by protiprávně těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména ochranné známky nebo jim působilo újmu.

3. Pokud jsou splněny podmínky uvedené v odstavcích 1 a 2, může být zakázáno zejména:

- a) umísťovat označení na zboží nebo jeho obaly;
- b) nabízet zboží pod tímto označením, uvádět je na trh nebo skladovat za tímto účelem anebo nabízet či poskytovat pod tímto označením služby;

- c) dovážet či vyvážet pod tímto označením zboží;
- d) užívat toto označení v obchodních listinách a v reklamě.

[...]"

- 5 Znění čl. 9 odst. 1 písm. a) a b) nařízení č. 40/94 odpovídalo v podstatě znění čl. 5 odst. 1 směrnice 89/104. Odstavec 2 uvedeného článku 9 odpovídal odstavci 3 uvedeného článku 5. Pokud jde o čl. 9 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, ten stanovil:

„Z ochranné známky Společenství vzniká jejímu majiteli výlučné právo. Majitel je oprávněn zakázat všem třetím stranám užívat bez jeho souhlasu v obchodním styku:

[...]

- c) označení totožné s ochrannou známkou Společenství nebo jí podobné pro výrobky nebo služby, které nejsou podobné těm, pro které je ochranná známka Společenství zapsána, pokud jde o ochrannou známku, která má v rámci Společenství dobré jméno, a pokud by užívání tohoto označení bez řádného důvodu neprávem těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména ochranné známky Společenství nebo jim bylo na újmu.“
- 6 Článek 7 směrnice 89/104, nadepsaný „Vyčerpání práv z ochranné známky“, uváděl:

„1. Ochranná známka neopravňuje majitele, aby zakázal její užívání pro zboží, které bylo pod touto ochrannou známkou uvedeno majitelem nebo s jeho souhlasem na trh ve smluvní straně [Dohody o evropském hospodářském prostoru].

2. Odstavec 1 se nepoužije, podává-li majitel na základě zákonných důvodů námitky proti dalšímu uvádění zboží na trh, zejména když došlo ke změně nebo zhoršení stavu zboží poté, co bylo uvedeno na trh.“

- 7 Podle čl. 13 odst. 1 nařízení č. 40/94 „[o]chranná známka Společenství neopravňuje majitele, aby zakázal její užívání na výrobcích, které byly pod touto ochrannou známkou uvedeny na trh [v Evropské unii] majitelem ochranné známky nebo s jeho souhlasem.“ Znění odstavce 2 téhož článku je totožné se zněním čl. 7 odst. 2 směrnice 89/104.

B – *Směrnice 2000/31 („směrnice o elektronickém obchodu“)*

- 8 Článek 2 odst. a) směrnice 2000/31 definuje „služby informační společnosti“ odkazem na čl. 1 odst. 2 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/34/ES o postupu při poskytování informací v oblasti norem a technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti (Úř. věst. L 204, s. 37; Zvl. vyd. 13/20, s. 337), ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/48/ES ze dne 20. července 1998 (Úř. věst. L 217, s. 18; Zvl. vyd. 13/21, s. 8, dále jen „směrnice 98/34“), jako „každ[ou] služb[u] poskytovan[ou] zpravidla za úplatu, na dálku, elektronicky a na individuální žádost příjemce služeb“.
- 9 Článek 1 odst. 2 směrnice 98/34 dále stanoví:

„[...]

Pro účely této definice se rozumí:

- ‚službou poskytovanou na dálku‘: služba poskytovaná bez současné přítomnosti stran,
- ‚službou poskytovanou elektronicky‘: služba odeslaná z výchozího místa a přijatá v místě jejího určení prostřednictvím elektronického zařízení pro zpracování a uchovávání dat [...] a jako celek odeslaná, přenesená nebo [a] přijatá drátově, rádiově, opticky nebo jinými elektromagnetickými prostředky,
- ‚službou na individuální žádost příjemce služeb‘: služba poskytovaná přenosem dat na individuální žádost.

[...]“

10 Článek 6 směrnice 2000/31 uvádí:

„Vedle ostatních informačních požadavků podle práva [Unie] dbají členské státy na to, aby obchodní sdělení, která jsou součástí služby informační společnosti [...], splňovala alespoň tyto podmínky:

[...]

- b) fyzická nebo právnická osoba, na jejíž objednávku obchodní sdělení probíhá, musí být jasně rozeznatelná;

[...]“

¹¹ Kapitola II směrnice 2000/31 obsahuje oddíl 4, nadepsaný „Odpovědnost poskytovatelů zprostředkovatelských služeb“, který zahrnuje články 12 až 15.

¹² Článek 14 směrnice 2000/31, nadepsaný „Shromažďování informací“, stanoví:

„1. Členské státy zajistí, aby v případě služby informační společnosti spočívající v ukládání informací poskytovaných příjemcem služby nebyl poskytovatel služby odpovědný za informace ukládané na žádost příjemce, pokud:

a) poskytovatel nebyl účinně seznámen s protiprávní činností nebo informací a ani s ohledem na nárok na náhradu škody si není vědom skutečností nebo okolností, z nichž by byla zjevná protiprávní činnost nebo informace,

nebo

b) poskytovatel, jakmile se o tomto dozvěděl, jednal s cílem odstranit tyto informace nebo k nim znemožnit přístup.

2. Odstavec 1 se nepoužije, pokud je příjemce závislý na poskytovateli nebo podléhá jeho dohledu.

3. Tímto článkem není dotčena možnost soudního nebo správního orgánu požadovat od poskytovatele služby v souladu s právním řádem členských států, aby ukončil protiprávní jednání nebo mu předešel, ani možnost členských států zavést postupy, které umožní odstranění nebo znemožní přístup k informacím.“

- ¹³ Článek 15 směrnice 2000/31, nadepsaný „Neexistence obecné povinnosti dohledu“, stanoví:

„1. Členské státy neukládají poskytovatelům služeb uvedených v člancích 12, 13 a 14 obecnou povinnost dohlížet na jimi přenášené nebo ukládané informace nebo obecnou povinnost aktivně vyhledávat skutečnosti a okolnosti poukazující na protiprávní činnost.

[...]“

- ¹⁴ Kapitola III směrnice 2000/31 obsahuje zejména článek 18, nadepsaný „Soudní prostředky“, který stanoví:

„1. Členské státy zajistí, aby soudní prostředky dostupné ve vnitrostátním právu pro oblast služeb informační společnosti umožnily rychlé přijetí opatření včetně předběžných opatření s cílem ukončit zjištěné porušování práva a předejít dalšímu poškození dotčených zájmů.

[...]“

C – Směrnice 2004/48 („směrnice o dodržování práv duševního vlastnictví“)

- 15 První až třetí, dvacátý třetí, dvacátý čtvrtý a třicátý druhý bod odůvodnění směrnice 2004/48 uvádí:

„(1) K vytvoření vnitřního trhu je třeba odstranit omezení svobody pohybu a narušování hospodářské soutěže při vytvoření prostředí podporujícího inovaci a investice. V této souvislosti je ochrana duševního vlastnictví základním předpokladem [...].

(2) [...] Současně by [ochrana duševního vlastnictví] neměla bránit svobodě projevu ani volnému pohybu informací nebo ochraně osobních údajů, včetně údajů na internetu.

(3) Bez účinných prostředků k dodržování práv duševního vlastnictví je bržděna inovace a tvořivost a jsou omezovány investice. Je proto nezbytné zajistit, aby hmotné právo duševního vlastnictví, které nyní tvoří rozsáhlou část *acquis communautaire*, bylo [v] [Unii] používáno účinně. [...]

[...]

(23) [...] měli by mít nositelé práv možnost požádat o soudní zákaz vůči zprostředkovateli, jehož služeb využívá třetí osoba k porušování průmyslových práv nositele práv. Podmínky a řízení týkající se těchto soudních zákazů by měly být upraveny vnitrostátním právem členských států. Pokud jde o porušení autorského práva a práv s ním souvisejících, zajišťuje směrnice [Evropského parlamentu a Rady]

2001/29/ES [ze dne 22. května 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti (Úř. věst. L 167, s. 10; Zvl. vyd. 17/01, s. 230)] vysoký stupeň harmonizace. Touto směrnicí by tudíž neměl být dotčen čl. 8 odst. 3 směrnice 2001/29/ES.

- (24) V závislosti na konkrétním případě a odůvodňují-li to okolnosti, měla by opatření, řízení a nápravná opatření zahrnovat zakazující opatření k předcházení dalšímu porušování práv duševního vlastnictví. [...]

[...]

- (32) Tato směrnice je založena na účtě k základním lidským právům [...] uznávaný[m] Listinou základních práv Evropské unie. Jejím cílem je především zajistit plné dodržování práv duševního vlastnictví v souladu s čl. 17 odst. 2 uvedené listiny.“

16 Článek 2 směrnice 2004/48, který definuje její působnost, stanoví:

„1. Aniž jsou dotčeny prostředky stanovené právními předpisy [Unie] nebo vnitrostátními právními předpisy, které jsou nebo mohou být pro nositele práv výhodnější, použijí se opatření, řízení a nápravná opatření stanovená touto směrnicí [...] na jakékoli porušení práv duševního vlastnictví stanovené právem [Unie] nebo vnitrostátním právem dotyčného členského státu.

[...]

3. Touto směrnicí nejsou dotčeny:

a) [...] směrnice 2000/31/ES obecně a zvláště články 12 až 15 směrnice 2000/31/ES;

[...]“

- ¹⁷ Kapitola II směrnice 2004/48, nadepsaná „Opatření, řízení a nápravná opatření“, obsahuje šest oddílů, z nichž první, nadepsaný „Obecná ustanovení“, obsahuje zejména článek 3, který stanoví:

„1. Členské státy stanoví opatření, řízení a nápravná opatření potřebná k zajištění dodržování práv duševního vlastnictví, na něž se vztahuje tato směrnice. Tato opatření, řízení a nápravná opatření musí být spravedlivá a nestranná a nesmějí být nadměrně složitá nebo nákladná, nesmějí obsahovat nerozumné lhůty ani nesmějí mít za následek bezdůvodná zdržení.

2. Tato opatření, řízení a nápravná opatření musí být [...] účinná, přiměřená a odrazující a musí být používána způsobem, který zabraňuje vzniku překážek právně dovoleného obchodu [...].“

- ¹⁸ Oddíl 5 kapitoly II směrnice 2004/48 je nadepsán „Opatření vyplývající z rozhodnutí ve věci“. Je tvořen články 10 až 12, nadepsanými „Nápravná opatření“, „Soudní záka-zy“ a „Alternativní opatření“.

19 Podle článku 11 směrnice 2004/48:

„Členské státy zajistí, aby v případě vydání soudního rozhodnutí zjišťujícího porušení práva duševního vlastnictví mohly soudní orgány vydat vůči porušovateli práv soudní zákaz dalšího porušování. Stanoví-li tak vnitrostátní právo, může být za nedodržení tohoto zákazu případně uloženo penále k zajištění jeho dodržování. Aniž je dotčen čl. 8 odst. 3 směrnice 2001/29/ES, zajistí členské státy, aby nositelé práv mohli požádat o vydání soudního zákazu vůči prostředníkům, jejichž služby jsou užívány třetími osobami k porušování práva duševního vlastnictví.“

20 Uvedený čl. 8 odst. 3 směrnice 2001/29 stanoví:

„Členské státy zajistí, aby nositelé práv měli možnost žádat o soudní zákaz ve vztahu ke zprostředkovatelům, jejichž služby jsou třetí stranou využívány k porušování autorského práva nebo práv s ním souvisejících.“

D – Směrnice 76/768 („směrnice o kosmetických prostředcích“)

21 Článek 6 odst. 1 směrnice Rady 76/768/EHS ze dne 27. července 1976 o sblížení právních předpisů členských států týkajících se kosmetických prostředků (Úř. věst. L 262, s. 169; Zvl. vyd. 13/03, s. 285), ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/15/ES ze dne 27. února 2003 (Úř. věst. L 66, s. 26; Zvl. vyd. 13/31, s. 144), stanoví:

„Členské státy přijmou veškerá opatření nezbytná pro to, aby zajistily, že kosmetické prostředky mohou být uvedeny na trh pouze tehdy, jsou-li na obalu, do kterého je výrobek plněn, a na vnějším obalu nesmazatelně, čitelně a viditelně uvedeny následující údaje; informace uvedené pod písmenem g) však mohou být uvedeny pouze na vnějším obalu:

- a) jméno nebo firma a adresa nebo sídlo výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetického prostředku na trh, kteří jsou usazeni ve Společenství [...];
- b) nominální obsah v době balení [...];
- c) [...] datum ukončení použitelnosti [...];
- d) zvláštní opatření, která musí být dodržena při použití [...];
- e) číslo výrobní šarže nebo odkaz umožňující identifikaci zboží. [...];
- f) funkce výrobku, pokud není zřejmá ze způsobu obchodní úpravy výrobku;
- g) seznam přísad [...].

[...]“

E – Vnitrostátní právní úprava

- 22 Směrnice 89/104 byla do vnitrostátního práva provedena zákonem o ochranných známkách (Trade Marks Act). Provedení čl. 5 odst. 1 až 3 směrnice 89/104 bylo zajištěno článkem 10 tohoto zákona.
- 23 Směrnice 2000/31 byla do vnitrostátního práva provedena nařízením o elektronickém obchodu (Electronic Commerce Regulations). Provedení článku 14 směrnice 2000/31 bylo zajištěno článkem 19 tohoto nařízení.
- 24 Pokud jde o čl. 11 třetí větu směrnice 2004/48, Spojené království Velké Británie a Severního Irska nepřijalo žádná zvláštní pravidla k provedení tohoto ustanovení. Právo-moc vydávat soudní zákazy je však upravena článkem 37 zákona o Nejvyšším soudu (Supreme Court Act), podle něhož High Court může vydat soudní zákaz ve všech věcech, ve kterých má za to, že je správné a vhodné tak učinit („in all cases in which it appears to be just and convenient to do so“).
- 25 Směrnice 76/768 byla do vnitrostátního práva provedena nařízením o kosmetických přípravcích (Cosmetic Products Regulations). Článek 12 tohoto nařízení odpovídá čl. 6 odst. 1 směrnice 76/768 a jeho porušení může být trestným činem.

II – Spor v původním řízení a předběžné otázky

- ²⁶ Společnost L'Oréal vyrábí a uvádí na trh parfémy, kosmetické přípravky a přípravky péče o vlasy. Ve Spojeném království je majitelem řady národních ochranných známek. Kromě toho je také majitelem ochranných známek Společenství.
- ²⁷ Distribuce výrobků společnosti L'Oréal je prováděna prostřednictvím uzavřené distribuční sítě, v rámci níž se autorizovaným distributorům zakazuje dodávat výrobky jiným distributorům.
- ²⁸ Společnost eBay provozuje on-line tržiště, na kterém jsou zobrazovány inzeráty na výrobky prodávané osobami, které se za tímto účelem registrovaly u společnosti eBay a vytvořily si u ní účet prodávajícího. Společnost eBay si z uskutečněných transakcí účtuje určitý procentní podíl.
- ²⁹ Společnost eBay umožňuje potenciálním kupujícím dražit položky nabízené prodávajícími. Umožňuje rovněž prodávat položky bez dražby, tedy za pevně stanovenou cenu prostřednictvím systému tzv. „okamžitého prodeje“. Proávající si mimoto mohou na internetových stránkách společnosti eBay vytvářet „on-line obchody“. Takový obchod nabízí všechny výrobky nabízené prodávajícími v určitém okamžiku.
- ³⁰ Proávající a kupující jsou povinni projevit souhlas s uživatelskými podmínkami on-line tržiště stanovenými společností eBay. Mezi těmito podmínkami je zákaz prodeje padělků a porušování ochranných známek.

- 31 Společnost eBay případně poskytuje prodávajícím pomoc při optimalizaci jejich nabídek a vytváření jejich on-line obchodů, propagaci a podpoře jejich prodejů. Společnost eBay kromě toho provádí reklamu pro určité zboží prodávané na on-line tržišti pomocí zobrazování inzerce provozovateli takových internetových vyhledávačů, jako je Google.
- 32 Společnost L'Oréal sdělila dopisem ze dne 22. května 2007 společnosti eBay své obavy ohledně existence velkého množství transakcí, které porušují práva duševního vlastnictví, uskutečněných pomocí evropských internetových stránek společnosti eBay.
- 33 Vzhledem k tomu, že společnost L'Oréal nebyla spokojena s obdrženou odpovědí, podala proti společnosti eBay žaloby v různých členských státech, mezi nimi žalobu u High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division.
- 34 Společnost L'Oréal požádala High Court of Justice, aby určil zaprvé, že společnost eBay a žalované fyzické osoby jsou odpovědné za prodeje 17 položek, uskutečněné posledně uvedenými prostřednictvím internetových stránek www.ebay.co.uk, neboť tyto prodeje údajně porušily práva vyplývající společnosti L'Oréal zejména z obrazové ochranné známky Společenství obsahující slova „Amor Amor“ a národní slovní ochranné známky „Lancôme“.
- 35 Mezi společnostmi L'Oréal a eBay je nesporné, že mezi těmito sedmnácti položkami byly dva padělky výrobků značky L'Oréal.
- 36 Pokud jde o patnáct dalších položek, společnost L'Oréal sice ohledně těchto položek netvrdí, že jsou padělky, má však za to, že jejich prodej porušil její práva vyplývající z ochranné známky, neboť v případě těchto položek se buď jedná o takové výrobky, které nejsou určeny k prodeji, jako jsou testery nebo vzorky, nebo výrobky značky L'Oréal určené k prodeji v Severní Americe, a nikoliv v Evropském hospodářském

prostoru (dále jen „EHP“). Kromě toho některé z uvedených položek byly prodávány bez obalu.

- 37 High Court of Justice, i když v této fázi nerozhodl o otázce, v jakém rozsahu byla porušena práva vyplývající z ochranné známky společnosti L'Oréal, potvrdil, že žalované fyzické osoby uskutečnily prodeje popsané společností L'Oréal na internetových stránkách www.ebay.co.uk.
- 38 Zadruhé společnost L'Oréal tvrdí, že společnost eBay nese odpovědnost za užívání ochranných známek společnosti L'Oréal z důvodu jejich zobrazování na jejích internetových stránkách, jakož i zobrazování sponzorovaných odkazů aktivovaných použitím klíčových slov, která odpovídají uvedeným ochranným známkám, na internetových stránkách provozovatelů internetových vyhledávačů, jako je Google.
- 39 V tomto posledně uvedeném ohledu je nesporné, že si společnost eBay nechala výběrem klíčových slov odpovídajících ochranným známkám společnosti L'Oréal v rámci služby optimalizace pro vyhledávače na internetu „AdWords“ společnosti Google zajistit, aby se v každém případě shody mezi takovým slovem a slovem obsaženým v zadání, které uživatel internetu vložil do vyhledávače společnosti Google, zobrazil reklamní odkaz na internetové stránky www.ebay.co.uk. Tento odkaz se nachází v kolonce „sponzorované odkazy“, který je zobrazen buď v pravé části obrazovky, nebo v horní části obrazovky zobrazované vyhledávačem Google.
- 40 Pokud tedy uživatel internetu dne 27. března 2007 zadal slova „shu uemura“, která v podstatě odpovídají národní ochranné známce „Shu Uemura“ společnosti L'Oréal, jako vyhledávaný řetězec do vyhledávače Google, zobrazila se mu v uvedené kolonce „sponzorované odkazy“ následující reklama společnosti eBay:

„Shu Uemura

Skvělé nabídky pro Shu Uemura

Nakupujte na eBay a ušetříte!

www.ebay.co.uk“

(„Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk“)

⁴¹ Kliknutím na tento reklamní odkaz byl uživatel přesměrován na internetové stránky www.ebay.co.uk, které uváděly „96 položek nalezených pro shu uemura“. U většiny těchto položek bylo výslovně uvedeno, že pocházejí z Hong Kongu.

⁴² Mimo jiné tak například v případě, že uživatel internetu zadal dne 27. března 2007 slova „matrix hair“, která odpovídají z části národní slovní ochranné známce „Matrix“ společnosti L'Oréal, jako vyhledávaný řetězec do internetového vyhledávače Google, zobrazila se v uvedené kolonce „sponzorované odkazy“ následující reklama společnosti eBay:

„Matrix hair

zde za fantasticky nízké ceny

Podlehňte své vášni na eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk“

(„Matrix hair

Fantastic low prices here

Feed your passion on eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk“)

⁴³ Zatřetí společnost L'Oréal tvrdila, že je nutné vydat vůči společnosti eBay soudní zákaz na základě článku 11 směrnice 2004/48 i v případě, že by společnost eBay nebyla odpovědná za porušování práv vyplývajících z jejich ochranných známek.

⁴⁴ Společnost L'Oréal uzavřela s některými žalovanými fyzickými osobami, a sice s S. Pottsem, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarkem a J. Clarke, smír a proti ostatním, a sice G. Foxovi a R. Bi, dosáhla vydání rozsudku pro zmeškání. Následně se v průběhu března roku 2009 konalo u High Court of Justice jednání věnované žalobě podané proti společnosti eBay.

- 45 Rozsudkem ze dne 22. května 2009 High Court of Justice učinil určitá skutková zjištění a dospěl k závěru, že věc není ve stavu, v němž by o ní soudní řízení dovolovalo rozhodnout, neboť řada právních otázek vyžaduje nejprve výklad ze strany Soudního dvora Evropské unie.
- 46 V uvedeném rozsudku High Court of Justice shledává, že společnost eBay instalovala filtry za účelem identifikace inzerátů, které by mohly porušovat uživatelské podmínky internetových stránek. Uvedený soud rovněž uvádí, že společnost eBay vyvinula prostřednictvím programu nazvaného „VeRO“ („Verified Rights Owner“) systém oznámení a výmazu, který má držitelům práv duševního vlastnictví pomoci při odstraňování inzerátů porušujících jejich práva z tržiště. Společnost L'Oréal odmítla účast na tomto programu, neboť měla za to, že není dostatečný.
- 47 High Court of Justice rovněž uvedl, že společnost eBay ukládá takové sankce jako dočasný nebo dokonce trvalý zákaz prodeje prodávajícím, kteří porušují uživatelské podmínky on-line tržiště.
- 48 Navzdory výše uvedeným zjištěním měl High Court of Justice za to, že by společnost eBay mohla přijmout více opatření za účelem snížení počtu prodejů porušujících práva duševního vlastnictví uskutečňovaných prostřednictvím jejího on-line tržiště. Podle uvedeného soudu by společnost eBay mohla používat doplňkové filtry. Rovněž by mohla do svých politik zahrnout zákaz prodeje značkových výrobků, které nepocházejí z EHP, bez souhlasu majitelů ochranných známek. Kromě toho by mohla ukládat doplňková omezení na objemy výrobků, které mohou být předmětem současně prováděných inzercí, a striktněji uplatňovat sankce.
- 49 High Court of Justice však uvádí, že skutečnost, že by společnost eBay mohla přijmout více opatření, nutně neznamená, že má právní povinnost tak učinit.

50 High Court of Justice rozhodnutím ze dne 16. července 2009, které přijal po vydání uvedeného rozsudku ze dne 22. května 2009, rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:

- „1) Je bezplatné dodání testerů parfémů a kosmetických přípravků (tj. vzorků, které slouží k předvádění zboží spotřebitelům v prodejních místech) a vzorkových zásobníků (zásobníků, ze kterých mohou být odebírána malá množství, jež jsou poskytována spotřebitelům jakožto bezplatné vzorky), které nejsou určeny k prodeji spotřebitelům (a často jsou označovány jako ‚neprodejný‘ nebo ‚samostatně neprodejný‘) autorizovaným distributorům majitele ochranné známky, uváděním na trh dotčených výrobků ve smyslu čl. 7 odst. 1 [směrnice 89/104] a čl. 13 odst. 1 [nařízení č. 40/94]?
- 2) Představuje odstranění [vnějšího obalu] z parfémů a kosmetických přípravků bez souhlasu majitele ochranné známky ‚zákonný důvod‘ pro majitele ochranné známky bránit dalšímu uvádění nezabalených výrobků na trh ve smyslu čl. 7 odst. 2 [směrnice 89/104] a čl. 13 odst. 2 [nařízení č. 40/94]?
- 3) Liší se odpověď na druhou otázku, pokud:
 - a) má odstranění [vnějšího obalu] za následek, že nezabalené výrobky nejsou označeny informacemi požadovanými čl. 6 odst. 1 směrnice 76/768, a zejména na nich není uveden seznam přísad nebo ‚datum minimální trvanlivosti‘?
 - b) má nedostatek těchto údajů za následek, že nabídka k prodeji nebo prodej nezabalených výrobků je trestným činem podle práva členského státu, ve kterém jsou výrobky nabízeny k prodeji nebo prodávány třetími osobami?

- 4) Liší se odpověď na druhou otázku, pokud další uvádění na trh narušuje nebo je způsobilé narušit obraz výrobků, a tudíž dobré jméno ochranné známky? Pokud tomu tak je, je třeba takové narušení presumovat, nebo je majitel ochranné známky povinen toto narušení prokázat?

- 5) okud [provozovatel] on-line tržiště zakoupí od provozovatele internetového vyhledávacího práva k užívání označení, které je totožné se zapsanou ochrannou známkou, jakožto klíčového slova, takže označení se uživateli vyhledávacího zobrazuje ve sponzorovaném odkazu vedoucím k internetovým stránkám provozovatele on-line tržiště, je zobrazování označení ve sponzorovaném odkazu „užíváním“ označení ve smyslu čl. 5 odst. 1 písm. a) [směrnice 89/104] a čl. 9 odst. 1 písm. a) [nařízení č. 40/94]?

- 6) Představuje skutečnost, že se uživatel kliknutím na sponzorovaný odkaz uvedený v páté otázce dostane přímo k reklamám nebo nabídkám k prodeji, které se vztahují k výrobkům totožným s těmi, pro které je ochranná známka zapsána, pod označením umístěným na internetové stránky jinými osobami, přičemž některé z nich práva vyplývající z ochranné známky porušují a jiné je neporušují, a to v závislosti na odlišných statutech jednotlivých výrobků, užívání označení provozovatelem on-line tržiště „pro“ výrobky porušující práva ve smyslu čl. 5 odst. 1 písm. a) [směrnice 89/104] a čl. 9 odst. 1 písm. a) [nařízení č. 40/94]?

- 7) V případě, že ke zboží, jež je předmětem reklamy, a zboží, které je nabízeno k prodeji na internetových stránkách uvedených v šesté otázce, náleží zboží, které nebylo uvedeno na trh v EHP majitelem ochranné známky nebo s jeho souhlasem, postačuje k tomu, aby takové užívání spadalo do působnosti čl. 5 odst. 1 písm. a) [směrnice 89/104] a čl. 9 odst. 1 písm. a) [nařízení č. 40/94] a nespadlo do působnosti čl. 7 odst. 1 [směrnice 89/104] a čl. 13 odst. 1 [nařízení č. 40/94],

že je reklama nebo nabídka k prodeji určena spotřebitelům na území, na které se vztahuje ochranná známka, nebo musí majitel ochranné známky prokázat, že reklama nebo nabídka k prodeji znamená nutně uvádění dotčeného zboží na trh na území, na které se vztahuje ochranná známka?

- 8) Liší se odpověď na pátou až sedmou otázku, pokud užívání vytýkané majitelem ochranné známky spočívá v zobrazování označení na samotných internetových stránkách provozovatele on-line tržiště spíše než ve sponzorovaném odkazu?

- 9) Pokud k tomu, aby takové užívání spadalo do působnosti čl. 5 odst. 1 písm. a) [směrnice 89/104] a čl. 9 odst. 1 písm. a) [nařízení č. 40/94] a nespadlo do působnosti článku 7 [...] [směrnice 89/104] a článku 13 [...] [nařízení č. 40/94], postačuje, že je reklama nebo nabídka k prodeji určena spotřebitelům na území, na které se vztahuje ochranná známka:
 - a) spočívá takové užívání v ,ukládání informací poskytovaných příjemcem služby‘ nebo takové užívání zahrnuje ,ukládání informací poskytovaných příjemcem služby‘ ve smyslu čl. 14 odst. 1 [směrnice 2000/31]?

 - b) pokud užívání nespočívá výhradně v činnostech spadajících do působnosti čl. 14 odst. 1 [směrnice 2000/31], ale takové činnosti zahrnuje, je provozovatel on-line tržiště zproštěn odpovědnosti v rozsahu, v němž užívání spočívá v takových činnostech, a pokud tomu tak je, lze přiznat náhrady škody nebo jiné finanční náhrady s ohledem na takové užívání v rozsahu, v němž provozovatel není odpovědnosti za toto užívání zproštěn?

- c) rovná se skutečnost, že si byl provozovatel on-line tržiště vědom, že tím, že zboží bylo předmětem reklamy, bylo nabízeno k prodeji a prodáváno na jeho internetových stránkách, byla porušena práva vyplývající ze zapsaných ochranných známek a že k takovému porušení práv vyplývajících z těchto zapsaných ochranných známek může nadále docházet prostřednictvím reklamy, nabídky k prodeji a prodeje totožného nebo podobného zboží týmiž nebo jinými uživateli internetových stránek, „účinnému seznámení se“ nebo „vědomosti“ ve smyslu čl. 14 odst. 1 [směrnice 2000/31]?

- 10) V případě, že služby takového prostředníka, jako je provozovatel internetových stránek, byly třetí osobou využívány k porušování práv vyplývajících ze zapsané ochranné známky, vyžaduje článek 11 [směrnice 2004/48], aby členské státy zajistily, aby majitel ochranné známky měl možnost požádat o vydání soudního zákazu vůči prostředníkovi, aby předešel dalšímu porušování práv vyplývajících ze zmíněné ochranné známky zabráněním v pokračování tohoto specifického porušování, a pokud tomu tak je, co je předmětem soudního zákazu, jehož vydání je nutné umožnit?“

III – K předběžným otázkám

A – K první až čtvrté a sedmé otázce týkajícím se prodeje značkových výrobků na on-line tržišti

1. Úvodní úvahy

- ⁵¹ Jak bylo uvedeno v bodech 36 a 37 tohoto rozsudku, je nesporné, že žalované fyzické osoby nabízely prostřednictvím internetových stránek www.ebay.co.uk k prodeji a prodávaly spotřebitelům v Unii značkové výrobky společnosti L'Oréal určené touto společností k prodeji ve třetích zemích, jakož i takové výrobky, které nejsou určeny

k prodeji, jako jsou testery a vzorky. Kromě toho je nesporné, že některé z těchto výrobků byly prodávány bez obalu.

- 52 Prodej výrobků uvedených na trh ve třetích zemích na internetových stránkách www.ebay.co.uk vyplývá rovněž ze zjištění shrnutých v bodech 40 a 41 tohoto rozsudku, podle nichž společnost eBay prováděla na uvedených stránkách reklamu pro nabídky k prodeji výrobků značky Shu Uemura nacházejících se v Hong Kongu (Čína).
- 53 Společnost eBay popírá, že by takové prodeje na jejím on-line tržišti mohly porušit práva vyplývající z ochranných známek. Předkládající soud se prostřednictvím své první až čtvrté a sedmé předběžné otázky snaží zjistit, zda je tento názor společnosti eBay správný.
- 54 Před přezkumem těchto otázek je nutno připomenout, podobně jako to učinil generální advokát v bodě 79 svého stanoviska, že výlučná práva vyplývající z ochranných známek lze v zásadě uplatňovat pouze vůči hospodářským subjektům. Proto, aby majitel ochranné známky byl oprávněn zakázat třetí osobě užívat označení totožné nebo podobné s touto ochrannou známkou, je totiž nutné, aby k tomuto užívání docházelo v obchodním styku (viz zejména rozsudky ze dne 16. listopadu 2004, *Anheuser-Busch*, C-254/02, Sb. rozh. s. I-10989, bod 62, jakož i ze dne 18. června 2009, *L'Oréal* a další, C-487/07, Sb. rozh. s. I-5185, bod 57).
- 55 Z toho vyplývá, že pokud fyzická osoba prodává značkový výrobek prostřednictvím on-line tržiště, aniž k této transakci dochází v kontextu obchodní činnosti, nemůže majitel ochranné známky uplatnit své výlučné právo uvedené v článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94. Pokud naproti tomu prodeje uskutečněné na takovém tržišti překročí z důvodu svého objemu, četnosti nebo jiných znaků oblast

soukromé činnosti, nachází se prodávající v rámci „obchodního styku“ ve smyslu uvedených článků.

56 Předkládající soud ve svém rozsudku ze dne 22. května 2009 shledal, že S. Potts, jedna ze žalovaných fyzických osob, prodával prostřednictvím internetových stránek www.ebay.co.uk velké množství položek označených ochrannou známkou L'Oréal. S ohledem na tuto skutečnost dospěl předkládající soud k závěru, že uvedená osoba jednala jako obchodník. Podobná zjištění byla učiněna ohledně T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke a R. Bi, jakož i J. Clarka a G. Foxe.

57 Vzhledem k tomu, že nabídky k prodeji a prodeje uvedené v bodě 51 tohoto rozsudku, které zahrnují užívání označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami, jejichž majitelem je společnost L'Oréal, byly uskutečněny v rámci obchodního styku, a vzhledem k tomu, že navíc nebylo zpochybněno, že společnost L'Oréal k nim nedala souhlas, je tak nutné zkoumat, zda společnost L'Oréal mohla s ohledem na všechna pravidla uvedená v článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94, jakož i judikaturu týkající se těchto článků, bránit těmto nabídkám k prodeji a těmto prodejům.

2. K nabídce k prodeji výrobků označených ochrannou známkou, které byly majitelem této ochranné známky určeny k prodeji ve třetích zemích, prostřednictvím on-line tržiště určeného spotřebitelům v Unii

58 Podstatou sedmé otázky předkládajícího soudu, kterou je třeba zkoumat jako první, je, zda proto, aby majitel ochranné známky zapsané v členském státě Unie nebo ochranné známky Společenství mohl bránit na základě pravidel uvedených v článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94 nabídce k prodeji výrobků označených touto ochrannou známkou, které nebyly předtím uvedeny na trh v EHP, nebo v případě ochranné známky Společenství, které nebyly před tím uvedeny na trh v Unii, na

on-line tržišti, stačí, aby nabídka k prodeji byla určena spotřebitelům nacházejícím se na území, na které se vztahuje ochranná známka.

- 59 Pravidlo uvedené v článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94 přiznává majiteli ochranné známky výlučné právo, které mu umožňuje zakázat jakékoli třetí osobě dovážet zboží označené jeho ochrannou známkou, nabízet je, uvádět je na trh nebo je za těmito účely skladovat, zatímco článek 7 téže směrnice a článek 13 téhož nařízení zakotvily výjimku z tohoto pravidla, když stanovily, že právo majitele je vyčerpáno, jestliže bylo zboží uvedeno na trh v EHP – nebo v případě ochranné známky Společenství v Unii – samotným majitelem nebo s jeho souhlasem (viz zejména rozsudky ze dne 30. listopadu 2004, Peak Holding, C-16/03, Sb. rozh. s. I-11313, bod 34; ze dne 15. října 2009, Makro Zelfbedieningsgroothandel a další, C-324/08, Sb. rozh. s. I-10019, bod 21, jakož i ze dne 3. června 2010, Coty Prestige Lancaster Group, C-127/09, Sb. rozh. s. I-04965, body 28 a 46).
- 60 V případě zkoumaném v rámci této otázky, kdy výrobky nebyly v žádném okamžiku uvedeny na trh v rámci EHP majitelem ochranné známky nebo s jeho souhlasem, nelze výjimku uvedenou v článku 7 směrnice 89/104 a článku 13 nařízení č. 40/94 uplatnit. V tomto ohledu již Soudní dvůr opakovaně rozhodl, že je zásadní, aby majitel ochranné známky zapsané v členském státě mohl kontrolovat první uvedení výrobků označených touto ochrannou známkou na trh v EHP (viz zejména rozsudek ze dne 20. listopadu 2001, Zino Davidoff a Levi Strauss, C-414/99 až C-416/99, Recueil, s. I-8691, bod 33; výše uvedené rozsudky Peak Holding, body 36 a 37, a Makro Zelfbedieningsgroothandel a další, bod 32).
- 61 Společnost eBay sice tyto zásady uznává, ale zároveň tvrdí, že majitel ochranné známky zapsané v členském státě nebo ochranné známky Společenství se nemůže účinně dovolávat výlučného práva vyplývajícího z této ochranné známky, pokud se výrobky označené touto ochrannou známkou a nabízené k prodeji na on-line tržišti nacházejí ve třetí zemi a nejsou nutně dopravovány na území, na které se vztahuje uvedená ochranná známka. Společnost L'Oréal, vláda Spojeného království, italská, polská

a portugalská vláda, jakož i Evropská komise mají naproti tomu za to, že pravidla směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94 se použijí tehdy, jakmile se ukáže, že nabídka k prodeji značkového výrobku, který se nachází ve třetí zemi, je určena spotřebitelům nacházejícím se na území, na které se vztahuje ochranná známka.

⁶² Toto posledně uvedené tvrzení je nutno přijmout. Pokud by tomu totiž bylo jinak, hospodářské subjekty, jež využívají elektronický obchod tak, že na on-line tržišti určeném spotřebitelům v Unii nabízejí k prodeji značkové výrobky nacházející se ve třetí zemi a které lze zobrazit na obrazovce a objednat prostřednictvím uvedeného tržiště, by neměly, co se týče nabídek k prodeji tohoto druhu, žádnou povinnost dodržovat pravidla Unie v oblasti duševního vlastnictví. Taková situace by narušovala užitečný účinek těchto pravidel.

⁶³ V tomto ohledu stačí uvést, že podle čl. 5 odst. 3 písm. b) a d) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 2 písm. b) a d) nařízení č. 40/94 užívání označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami třetími osobami, jemuž mohou bránit majitelé těchto ochranných známek, zahrnuje užívání takových označení v nabídkách k prodeji a v reklamě. Jak poznamenal generální advokát v bodě 127 svého stanoviska a Komise ve svém písemném vyjádření, účinnost těchto pravidel by byla narušena, kdyby se užívání označení totožného nebo podobného s ochrannou známkou zapsanou v Unii v nabídce k prodeji nebo reklamě na internetu určené spotřebitelům nacházejícím se v Unii, vymykalo použití těchto pravidel pouze z důvodu, že třetí osoba, která je původcem této nabídky nebo této reklamy, je usazena ve třetí zemi, že se server internetových stránek, které používá, nachází v takové třetí zemi nebo že se zboží, které je předmětem uvedené nabídky nebo reklamy, nachází ve třetí zemi.

⁶⁴ Je však třeba upřesnit, že pouhá dostupnost internetových stránek na území, na které se vztahuje ochranná známka, nepostačuje k učinění závěru, že nabídky k prodeji na nich zobrazované jsou určeny spotřebitelům nacházejícím se na tomto území

(viz obdobně rozsudek ze dne 7. prosince 2010, Pammer a Hotel Alpenhof, C-585/08 a C-144/09, Sb. rozh. s. I-12577, bod 69). Pokud by totiž dostupnost on-line tržiště na uvedeném území postačovala k tomu, aby inzeráty na něm zobrazované spadaly do působnosti směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94, podléhaly by internetové stránky a inzeráty, které byť jsou zcela zjevně určeny výlučně spotřebitelům nacházejícím se ve třetích zemích, jsou technicky dostupné na území Unie, bezdůvodně právu Unie.

⁶⁵ Vnitrostátním soudům tudíž přísluší v závislosti na konkrétním případě posoudit, zda existují relevantní indicie pro učinění závěru, že nabídka k prodeji zobrazovaná na on-line tržišti dostupném na území, na které se vztahuje ochranná známka, je určena spotřebitelům nacházejícím se na tomto území. Pokud je nabídka k prodeji doprovázena upřesněním zeměpisných oblastí, do kterých je prodávající ochoten zboží zaslat, má takové upřesnění v rámci uvedeného posouzení zvláštní význam.

⁶⁶ Ve věci v původním řízení se vzhledem k neexistenci důkazů svědčících o opaku zdá, že internetové stránky s adresou „www.ebay.co.uk“ jsou určeny spotřebitelům nacházejícím se na území, na které se vztahují namítané národní ochranné známky a ochranné známky Společenství, takže nabídky k prodeji nacházející se na těchto internetových stránkách, které jsou předmětem věci v původním řízení, spadají do působnosti pravidel Unie v oblasti ochrany ochranných známek.

⁶⁷ S ohledem na výše uvedené je třeba na sedmou položenou otázku odpovědět tak, že pokud jsou výrobky nacházející se ve třetí zemi, které jsou označeny ochrannou známkou zapsanou v členském státě Unie nebo ochrannou známkou Společenství a které nebyly předtím uvedeny na trh v EHP, nebo v případě ochranné známky Společenství nebyly předtím uvedeny na trh v Unii, prodávány hospodářským subjektem prostřednictvím on-line tržiště a bez souhlasu majitele této ochranné známky spotřebiteli nacházejícímu se na území, na které se vztahuje uvedená ochranná známka, nebo jsou předmětem nabídky k prodeji nebo reklamy na takovém tržišti určeném spotřebitelům nacházejícím se na tomto území, může uvedený majitel bránit tomuto

prodeji, této nabídky k prodeji nebo této reklamě na základě pravidel uvedených v článku 5 směrnice 89/104 nebo v článku 9 nařízení č. 40/94. Vnitrostátním soudům přísluší v závislosti na konkrétním případě posoudit, zda existují relevantní indicie k učinění závěru, že nabídka k prodeji nebo reklama zobrazovaná na on-line tržišti dostupném na uvedeném území je určena spotřebitelům nacházejícím se na uvedeném území.

3. K nabídce testerů a vzorků k prodeji

⁶⁸ Je nesporné, že v době rozhodné z hlediska skutečností zkoumaných předkládajícím soudem žalované fyzické osoby nabízely k prodeji na internetových stránkách www.ebay.co.uk rovněž testery a vzorky, které společnost L'Oréal bezplatně dodala svým autorizovaným distributorům.

⁶⁹ Podstatou první otázky předkládajícího soudu je, zda je dodání předmětů označených ochrannou známkou jejím majitelem, jež jsou určeny k předvádění zboží spotřebitelům v autorizovaných prodejních místech, jakož i flakónů rovněž označených touto ochrannou známkou, ze kterých mohou být odebírána malá množství, jež jsou poskytována spotřebitelům jakožto bezplatné vzorky, uváděním na trh ve smyslu směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94.

⁷⁰ Uvedený soud v této souvislosti shledal, že společnost L'Oréal své autorizované distributory jasně upozornila, že takové předměty a flakóny, které jsou ostatně často označeny údajem „neprodejný“, nemohou prodávat.

- 71 Jak již Soudní dvůr rozhodl, označuje-li majitel ochranné známky touto ochrannou známkou předměty, které zdarma nabízí pro účely podpory prodeje svých výrobků, nejsou výše uvedené předměty samotné předmětem distribuce, pomocí které mají proniknout na trh (viz rozsudek ze dne 15. ledna 2009, Silberquelle, C-495/07, Sb. rozh. s. I-137, body 20 až 22). Bezplatné dodání takových předmětů není tedy v zásadě uvedením těchto předmětů na trh uvedeným majitelem.
- 72 Soudní dvůr rovněž shledal, že pokud majitel ochranné známky opatří takové předměty, jako jsou testery parfémů, takovými údaji, jako jsou „vzorek“ a „neprodejný“, brání tato skutečnost, v případě nedostatku důkazů o opaku, závěru o existenci souhlasu tohoto majitele s uvedením uvedených předmětů na trh (viz výše uvedený rozsudek Coty Prestige Lancaster Group, body 43, 46 a 48).
- 73 Za těchto podmínek je třeba na první položenou otázku opovědět tak, že dodání předmětů označených ochrannou známkou, jež jsou určeny k předvádění zboží spotřebitelům v autorizovaných prodejních místech, jakož i flakónů rovněž označených touto ochrannou známkou, ze kterých mohou být odebírána malá množství, jež jsou poskytována spotřebitelům jakožto bezplatné vzorky, majitelem uvedené ochranné známky jeho autorizovaným distributorům není v případě nedostatku důkazů svědčících o opaku uváděním na trh ve smyslu směrnice 89/104 nebo nařízení č. 40/94.

4. K uvádění nezabalených výrobků na trh

- 74 Jak již bylo uvedeno v bodech 36, 37 a 51 tohoto rozsudku, některé exempláře výrobků označených ochrannými známkami, jejichž majitelem je společnost L'Oréal, byly prodávány obchodníky, kteří provozují svou činnost prostřednictvím tržiště společnosti eBay, bez obalů.

- 75 Podstatou druhé až čtvrté otázky předkládajícího soudu je, zda odstranění vnějších obalů z takových výrobků, jako jsou výrobky, které jsou předmětem věci v původním řízení, porušuje výlučné právo majitele ochranné známky, která je umístěna na těchto výrobcích, opravňující tak majitele této ochranné známky k tomu, aby bránil dalšímu prodeji takto nezabalených výrobků.
- 76 S ohledem na skutečnost, že nezabalenými výrobky, které jsou předmětem věci v původním řízení, jsou z většiny kosmetické přípravky, předkládající soud požaduje, aby byly tyto otázky zodpovězeny s přihlédnutím k čl. 6 odst. 1 směrnice 76/768, podle něhož mohou být kosmetické prostředky uvedeny na trh pouze tehdy, jsou-li na obalu, do kterého je výrobek plněn, a na vnějším obalu zejména údaje o totožnosti výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetického prostředku na trh, složení výrobku (obsah a složení přísad), použití výrobku (funkce a zvláštní opatření, která musí být dodržena při použití) a jeho uchovávání (datum ukončení použitelnosti). V tomto ohledu se v podstatě snaží zjistit, zda majitel ochranné známky může na základě svého výlučného práva uvedeného ve směrnici 89/104 nebo v případě ochranné známky Společenství uvedeného v nařízení č. 40/94, bránit dalšímu prodeji výrobků označených touto ochrannou známkou, pokud k tomuto uvedení na trh došlo za porušení požadavků stanovených v uvedeném ustanovení směrnice 76/768.
- 77 Společnost L'Oréal má podobně jako francouzská, polská a portugalská vláda, jakož i Komise za to, že nezávisle na otázce, zda dochází k porušení směrnice 76/768 či nikoliv, je obal podstatnou součástí image parfémů a kosmetických přípravků. Majitel ochranné známky umístěné na těchto výrobcích a na uvedeném obalu musí mít tudíž možnost bránit dalšímu prodeji těchto výrobků v nezabaleném stavu. Naproti tomu společnost eBay zdůrazňuje, že v oblasti parfémů a kosmetických přípravků je tím, co charakterizuje obraz prestiže a luxusu, často flakón nebo nádobka obsahující výrobek, a nikoliv obal.
- 78 Zprv je třeba shledat, že s ohledem na rozmanitou škálu parfémů a kosmetických přípravků je nutné otázku, zda odstranění obalu takového výrobku narušuje image tohoto výrobku, a tudíž dobré jméno ochranné známky, kterou je výrobek označen,

zkoumat v každém jednotlivém případě. Jak uvedl generální advokát v bodech 71 až 74 svého stanoviska, vzhled parfému nebo kosmetického přípravku bez obalu může totiž někdy účinně zprostředkovávat obraz prestiže a luxusu tohoto výrobku, zatímco v jiných případech má odstranění uvedeného obalu právě za následek narušení tohoto obrazu.

⁷⁹ K takovému narušení může dojít tehdy, když obal rovnocenným způsobem nebo v širší míře než flakón nebo nádobka přispívá k prezentaci image výrobku vytvořeného majitelem ochranné známky a jeho autorizovanými distributory. Je rovněž možné, že nedostatek některých nebo všech informací vyžadovaných čl. 6 odst. 1 směrnice 76/768 narušuje image výrobku. Majiteli ochranné známky přísluší prokázat existenci znaků zakládajících takové narušení.

⁸⁰ Zadruhé je nutno připomenout, že ochranná známka, jejíž základní funkcí je zaručit spotřebitelům totožnost původu výrobku, slouží zejména k osvědčení toho, že všechny výrobky označené touto ochrannou známkou byly vyrobeny nebo dodány pod kontrolou jediného podniku, jemuž lze přiřítat odpovědnost za jejich jakost (viz zejména rozsudky ze dne 12. listopadu 2002, Arsenal Football Club, C-206/01, Recueil, s. I-10273, bod 48, a ze dne 23. dubna 2009, Copad, C-59/08, Sb. rozh. s. I-3421, bod 45).

⁸¹ Pokud některé právními předpisy vyžadované informace, jako jsou informace týkající se totožnosti výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetického přípravku na trh, chybí, je funkce označení původu ochranné známky porušována tím, že tato ochranná známka je zbavena svého podstatné účinku spočívajícího v záruce toho, že výrobky, které označuje, jsou dodávány pod kontrolou jediného podniku, jemuž lze přiřítat odpovědnost za jejich jakost.

82 Zatřetí a nakonec je třeba uvést, podobně jako to učinil generální advokát v bodě 76 svého stanoviska, že otázka, zda nabídka k prodeji nebo prodej značkových výrobků, z nichž byly odstraněny obaly, a tedy některé informace vyžadované podle čl. 6 odst. 1 směrnice 76/768, je či není trestně postižitelnými ve vnitrostátním právu, nemůže ovlivnit použitelnost pravidel Unie v oblasti ochrany ochranných známek.

83 S ohledem na výše uvedené je třeba na druhou až čtvrtou položenou otázku odpovědět tak, že článek 5 směrnice 89/104 a článek 9 nařízení č. 40/94 musejí být vykládány v tom smyslu, že majitel ochranné známky může na základě výlučného práva vyplývajícího z této ochranné známky bránit dalšímu prodeji takových výrobků, jako jsou výrobky, které jsou předmětem věci v původním řízení, z důvodu, že prodávající odstranil z těchto výrobků obal, pokud toto odstranění obalu výrobku má za následek, že takové podstatné informace, jako jsou informace týkající se totožnosti výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetického přípravku na trh, chybí. Nevedlo-li odstranění obalu k takovému nedostatku informací, může majitel ochranné známky přesto bránit tomu, aby parfém nebo kosmetický přípravek označený ochrannou známkou, jíž je majitelem, byl dále prodáván v nezabaleném stavu, pokud prokáže, že odstranění obalu narušilo image uvedeného výrobku, a tudíž dobré jméno ochranné známky.

B – K páté a šesté otázce týkajícím se reklamy prováděné provozovatelem on-line tržiště pro své internetové stránky a na nich nabízené zboží

84 Ze skutkových okolností původního řízení, shrnutých v bodech 39 až 42 tohoto rozsudku, vyplývá, že si společnost eBay výběrem klíčových slov odpovídajících ochranným známkám společnosti L'Oréal u provozovatele internetového vyhledávače Google zajistila, aby se v případě, že uživatelé internetu zadají do tohoto vyhledávače požadavek obsahující uvedená slova, zobrazil reklamní odkaz na internetové stránky www.ebay.co.uk, doprovázený obchodním sdělením vztahujícím se na možnost nákupu výrobků označených ochrannou známkou hledanou pomocí uvedených

internetových stránek. Tento reklamní odkaz se nacházel v kolonce „sponzorované odkazy“, zobrazené buď v pravé části, nebo v horní části obrazovky, na které byly zobrazovány výsledky vyhledávání Google.

⁸⁵ Je nesporné, že v takové situaci je provozovatel on-line tržiště inzerentem. Nechává zobrazovat odkazy a sdělení, které, jak uvedl generální advokát v bodě 89 stanoviska, tvoří reklamu nejen pro určité nabídky k prodeji na uvedeném tržišti, ale také pro toto tržiště jako takové. Reklamy, které předkládající soud uvedl mezi jinými příklady a které jsou popsány v bodech 40 a 42 tohoto rozsudku, názorně dokládají tuto praxi.

⁸⁶ Podstatou páté a šesté otázky předkládajícího soudu, které je třeba zkoumat společně, je, zda čl. 5 odst. 1 písm. a) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení č. 40/94 musejí být vykládány v tom smyslu, že majitel ochranné známky je oprávněn zakázat provozovateli on-line tržiště, aby prostřednictvím klíčového slova, které je totožné s touto ochrannou známkou a které si tento provozovatel vybral v rámci služby optimalizace pro vyhledávače na internetu bez souhlasu uvedeného majitele, prováděl reklamu pro toto tržiště a výrobky označené uvedenou ochrannou známkou, které jsou na tomto tržišti nabízeny.

⁸⁷ Co se týče reklamy zobrazované na internetu prostřednictvím klíčových slov odpovídajících ochranným známkám, Soudní dvůr již rozhodl, že takové klíčové slovo je prostředkem, který je inzerentem užíván ke spuštění zobrazení jeho inzerce, a je tudíž předmětem užívání „v obchodním styku“ ve smyslu článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94 (rozsudky ze dne 23. března 2010, Google France a Google, C-236/08 až C-238/08, Sb. rozh. s. I-02417, body 51 a 52, jakož i ze dne 25. března 2010, BergSpechte, C-278/08, Sb. rozh. s. I-02517, bod 18).

- 88 Pro určení, zda reklama tohoto druhu splňuje také ostatní podmínky, které musejí být podle pravidel uvedených v čl. 5 odst. 1 písm. a) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení č. 40/94 splněny proto, aby se jí majitel ochranné známky mohl bránit, je třeba přezkoumat na jedné straně to, zda takové inzerce, jako jsou inzerce zobrazované společností eBay prostřednictvím takové služby optimalizace pro vyhledávací na internetu, jako je služba poskytovaná Google, jsou prováděny pro výrobky nebo služby totožné s těmi, pro které je ochranná známka zapsána, a na druhé straně to, zda takové inzerce zasahují nebo jsou způsobilé zasáhnout do některé z funkcí ochranné známky (viz výše uvedený rozsudek BergSpechte, bod 21).
- 89 V tomto ohledu je třeba nejprve uvést, že v rozsahu, v němž společnost eBay používala klíčová slova odpovídající ochranným známkám společnosti L'Oréal pro propagaci vlastní služby spočívající ve zpřístupnění on-line tržiště prodávajícím a kupujícím výrobků, nedocházelo k tomuto užívání ani ve vztahu k výrobkům nebo službám „totožným s těmi, pro něž je [ochranná] známka zapsána“, ve smyslu čl. 5 odst. 1 písm. a) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení č. 40/94, ani ve vztahu k výrobkům nebo službám podobným posledně uvedeným výrobkům nebo službám ve smyslu čl. 5 odst. 1 písm. b) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94.
- 90 Toto užívání označení odpovídajících ochranným známkám společnosti L'Oréal společností eBay pro účely propagace jejího on-line tržiště bude tudíž možno přezkoumat nanejvýš na základě čl. 5 odst. 2 směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, neboť tato ustanovení zavádějí ve prospěch ochranných známek s dobrým jménem širší ochranu, než je ochrana stanovená v čl. 5 odst. 1 písm. a) a b) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) a b) nařízení č. 40/94 a vztahují se zejména na situaci, kdy třetí osoba užívá označení odpovídající takovým ochranným známkám pro výrobky nebo služby, které nejsou podobné výrobkům nebo službám, pro které jsou tyto ochranné známky zapsány.
- 91 Dále je nutno konstatovat, že v rozsahu, v němž společnost eBay používala klíčová slova odpovídající ochranným známkám společnosti L'Oréal pro propagaci nabídek k prodeji značkových výrobků pocházejících od jejich zákazníků-prodávajících,

užívala je pro výrobky nebo služby totožné s těmi, pro které jsou tyto ochranné známky zapsány. V tomto ohledu je třeba připomenout, že výraz „pro výrobky nebo služby“ se netýká výlučně výrobků nebo služeb třetí osoby, která užívá označení odpovídající ochranným známkám, ale může se týkat též výrobků nebo služeb jiných osob. Okolnost, že hospodářský subjekt užívá označení odpovídající ochranné známce pro výrobky, které nejsou jeho vlastními výrobky v tom smyslu, že k nim nemá vlastnický titul, nebrání totiž sama o sobě tomu, aby toto užívání spadalo pod článek 5 směrnice 89/104 a článek 9 nařízení č. 40/94 (viz výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 60, jakož i usnesení ze dne 19. února 2009, UDV North America, C-62/08, Sb. rozh. s. I-1279, bod 43).

⁹² Pokud jde konkrétně o situaci, kdy poskytovatel služby užívá označení odpovídající ochranné známce jiné osoby pro propagaci výrobků, které některý z jeho zákazníků prodává pomocí této služby, má Soudní dvůr za to, že takové užívání spadá do působnosti čl. 5 odst. 1 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94, jestliže je prováděno takovým způsobem, že dojde k vytvoření spojitosti mezi uvedeným označením a uvedenou službou (viz výše uvedené usnesení UDV North America, bod 47 a citovaná judikatura).

⁹³ Jak zdůraznil generální advokát v bodě 89 svého stanoviska, jakož i francouzská vláda na jednání, taková spojitost existuje za takových okolností, jako jsou okolnosti věci v původním řízení. Inzerce prováděné společností eBay totiž vytvářejí zjevnou asociaci mezi značkovými výrobky uváděnými v těchto inzercích a možností jejich nákupu prostřednictvím eBay.

⁹⁴ Konečně, co se týče otázky, zda užívání klíčového slova odpovídajícího ochranné známce je způsobilé zasáhnout do některé z funkcí ochranné známky, Soudní dvůr v jiných věcech upřesnil, že k takovému zásahu dochází v případech, kdy inzerce běžně informovanému a přiměřeně pozornému uživateli internetu neumožňuje nebo jen stěží umožňuje zjistit, zda výrobky nebo služby, kterých se inzerce týká, pocházejí od majitele ochranné známky nebo od podniku, který je s ním hospodářsky propojen,

či naopak od třetí osoby (výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 99, jakož i rozsudek ze dne 8. července 2010, Portakabin a Portakabin, C-558/08, Sb. rozh. s. I-06963, bod 54).

- ⁹⁵ V tomto kontextu je třeba připomenout, že potřeba průhledného zobrazování inzerce na internetu je zdůrazněna v právních předpisech Unie o elektronickém obchodu. S ohledem na zájmy poctivosti obchodu a ochrany spotřebitelů stanoví článek 6 směrnice 2000/31 pravidlo, podle kterého fyzická nebo právnická osoba, na jejíž objednávku obchodní sdělení spadající pod službu informační společnosti probíhá, musí být jasně rozeznatelná (výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 86).
- ⁹⁶ Reklama pocházející od provozovatele on-line tržiště a zobrazovaná provozovatelem internetového vyhledávače musí tudíž v každém případě informovat o totožnosti uvedeného provozovatele, jakož i o skutečnosti, že značkové výrobky, které jsou předmětem inzerce, jsou prodávány prostřednictvím tržiště, které provozuje.
- ⁹⁷ S ohledem na výše uvedené je třeba na pátou a šestou položenou otázku odpovědět tak, že čl. 5 odst. 1 písm. a) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení č. 40/94 musejí být vykládány v tom smyslu, že majitel ochranné známky je oprávněn zakázat provozovateli on-line tržiště provádět prostřednictvím klíčového slova totožného s uvedenou ochrannou známkou, které si tento provozovatel vybral v rámci služby optimalizace pro vyhledávače na internetu, reklamu pro výrobky označené touto ochrannou známkou, prodávané na uvedeném tržišti, pokud tato reklama běžně informovanému a přiměřeně pozornému uživateli internetu neumožňuje nebo jen stěží umožňuje zjistit, zda uvedené výrobky pocházejí od majitele ochranné známky nebo od podniku, který je s ním hospodářsky propojen, či naopak od třetí osoby.

C – K osmé otázce týkající se užívání označení odpovídajících ochranným známkám v nabídkách k prodeji zobrazovaných na internetových stránkách provozovatele on-line tržiště

- 98 Podstatou osmé otázky předkládajícího soudu je, jak je třeba s ohledem na směrnici 89/104 a nařízení č. 40/94 kvalifikovat zobrazování označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami na internetových stránkách provozovatele on-line tržiště.
- 99 V tomto ohledu je třeba nejprve uvést, že v obchodě provozovaném prostřednictvím on-line tržiště zahrnuje služba, kterou provozovatel takového tržiště poskytuje, zobrazování pro své zákazníky-proávající nabídek k prodeji pocházejících od těchto zákazníků-proávajících.
- 100 Dále je nutno konstatovat, že pokud se takové nabídky týkají značkových výrobků, na internetových stránkách provozovatele tržiště se nevyhnutelně zobrazí označení totožná nebo podobná s ochrannými známkami.
- 101 Je sice pravda, že za těchto podmínek tvoří tato označení předmět „užívání“ na uvedených internetových stránkách, nicméně z toho nevyplývá, že toto užívání ve smyslu směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94 je prováděno provozovatelem tržiště.
- 102 Existence „užívání“ označení totožného nebo podobného s ochrannou známkou majitele třetí osobou ve smyslu článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94 totiž přinejmenším předpokládá, že třetí osoba užívá označení v rámci vlastní obchodní komunikace. Přitom v rozsahu, v němž tato třetí osoba poskytuje službu, jež spočívá v tom, že svým zákazníkům umožňuje zajistit si zobrazování označení odpovídajících ochranným známkám na svých internetových stránkách v rámci takových jejich obchodních činností, jako jsou jejich nabídky k prodeji, neuskutečňuje užívání těchto

označení ve smyslu sledovaném uvedenými právními předpisy Unie na uvedených internetových stránkách sama tato osoba (viz v tomto smyslu výše uvedený rozsudek Google France a Google, body 56 a 57).

¹⁰³ Jak uvedla zejména vláda Spojeného království a Komise na jednání, jakož i generální advokát v bodech 119 a 120 svého stanoviska, vyplývá z toho, že užívání označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami v nabídkách k prodeji zobrazených na on-line tržišti je uskutečňováno zákazníky-prodávajícími provozovatele tohoto tržiště, a nikoliv tímto provozovatelem samotným.

¹⁰⁴ V rozsahu, v němž umožňuje svým zákazníkům toto užívání uskutečňovat, nemůže být role provozovatele on-line tržiště posuzována z hlediska ustanovení směrnice 89/104 a nařízení č. 40/94, ale musí být zkoumána z hlediska jiných právních pravidel, jako jsou pravidla uvedená ve směrnici 200/31, zejména v oddílu 4 kapitoly II této směrnice, který se týká „odpovědnost[i] poskytovatelů zprostředkovatelských služeb“ v elektronickém obchodu a který zahrnuje články 12 až 15 této směrnice (viz obdobně výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 57).

¹⁰⁵ S ohledem na výše uvedené je třeba na osmou položenou otázku odpovědět tak, že provozovatel on-line tržiště neuskutečňuje „užívání“ označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami, které se objevují v nabídkách k prodeji zobrazovaných na jeho internetových stránkách, ve smyslu článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94.

D – *K deváté otázce, týkající se odpovědnosti provozovatele on-line tržiště*

¹⁰⁶ Podstatou deváté otázky předkládající soudu je,

- zda služba poskytovaná provozovatelem on-line tržiště spadá pod čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31 (shromažďování informací), a v případě kladné odpovědi,
- za jakých podmínek je třeba učinit závěr, že provozovatel on-line tržiště „byl seznámen“ [s protiprávní činností nebo informací] ve smyslu čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31.

1. Ke shromažďování informací poskytovaných zákazníky-prodávajícími provozovatelem on-line tržiště

¹⁰⁷ Jak již uvedl Soudní dvůr, články 12 až 15 směrnice 2000/31 mají omezit případy, kdy v souladu s vnitrostátním právem použitelným v dané oblasti může být založena odpovědnost poskytovatelů zprostředkovatelských služeb informační společnosti. Podmínky pro určení takové odpovědnosti je tedy třeba hledat v rámci tohoto vnitrostátního práva, přičemž je však třeba uvést, že na základě výše uvedených článků směrnice 2000/31 některé případy nemohou založit odpovědnost uvedených poskytovatelů (výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 107).

- 108 Přísluší-li tak předkládajícímu soudu určit, jaké jsou podmínky takové odpovědnosti, jaké se dovolává společnost L'Oréal vůči společnosti eBay, je věcí Soudního dvora, aby přezkoumal, zda se provozovatel on-line tržiště může dovolávat výjimky v oblasti odpovědnosti stanovené směrnicí 2000/31.
- 109 Jak poznamenala zejména vláda Spojeného království, polská vláda a Komise, jakož i generální advokát v bodě 134 svého stanoviska, služba na internetu spočívající v usnadnění kontaktů mezi prodávajícími a kupujícími zboží je v zásadě službou ve smyslu směrnice 2000/31. Tato směrnice se týká, jak naznačuje její název, „služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu“. Z definice pojmu „služby informační společnosti“ citované v bodech 8 a 9 tohoto rozsudku vyplývá, že tento pojem zahrnuje služby, jež jsou poskytovány na dálku prostřednictvím elektronického zařízení pro zpracování a uchovávání dat na individuální žádost příjemce služeb a obvykle za úplatu. Je zjevné, že provozování on-line tržiště může naplňovat všechny tyto znaky.
- 110 Pokud jde o on-line tržiště, které je předmětem věci v původním řízení, je nesporné, že společnost eBay ukládá, tj. ukládá do paměti svého serveru, údaje poskytnuté jejími zákazníky. Společnost eBay provádí toto ukládání pokaždé, když si zákazník u ní otevře účet prodávajícího a poskytne jí údaje o svých nabídkách k prodeji. Společnost eBay mimoto získává obvykle úplatu tím, že si z transakcí uskutečněných na základě uvedených nabídek k prodeji účtuje určitý procentní podíl.
- 111 Nicméně skutečnost, že služba poskytovaná provozovatelem on-line tržiště zahrnuje ukládání informací, které mu jsou předávány jeho zákazníky-proávajícími, nestačí sama o sobě pro učinění závěru, že tato služba spadá za všech okolností do působnosti čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31. Toto ustanovení musí být totiž vykládáno nejen

s ohledem na své znění, ale rovněž s přihlédnutím ke kontextu, ve kterém se nachází, a cílům sledovaným právní úpravou, jíž je součástí (viz obdobně rozsudek ze dne 16. října 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, C-298/07, Sb. rozh. s. I-7841, bod 15 a citovaná judikatura).

- 112 Soudní dvůr již v tomto ohledu uvedl, že podstatný předpoklad proto, aby poskytovatel služby na internetu mohl spadat do působnosti článku 14 směrnice 2000/31, spočívá v tom, aby byl „poskytovatelem zprostředkovatelských služeb“ ve smyslu zamýšleném zákonodárcem v rámci oddílu 4 kapitoly II této směrnice (viz výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 112).
- 113 To však neplatí, pokud poskytovatel služby, namísto toho, aby se omezil na neutrální poskytnutí služby prostřednictvím čistě technického a automatického zpracování dat poskytnutých jeho zákazníky, hraje aktivní roli takové povahy, že by bylo možné konstatovat, že tato data zná nebo kontroluje (výše uvedený rozsudek Google France a Google, body 114 a 120).
- 114 Ze spisu a popisu obsaženého v bodech 28 až 31 tohoto rozsudku vyplývá, že společnost eBay zpracovává data zadaná svými zákazníky-prodávajícími. Prodeje, ke kterým mohou tyto nabídky vést, jsou uskutečňovány podle podmínek stanovených společností eBay. Společnost eBay popřípadě poskytuje také pomoc za účelem optimalizace nebo propagace určitých nabídek k prodeji.
- 115 Jak správně poznamenala vláda Spojeného království, pouhá skutečnost, že provozovatel on-line tržiště ukládá na svůj server nabídky k prodeji, stanoví podmínky poskytování své služby, dostává za tuto službu úplatu a svým zákazníkům poskytuje informace obecné povahy, nemůže mít za následek, že se na něj nebudou vztahovat výjimky v oblasti odpovědnosti stanovené ve směrnici 2000/31 (viz obdobně výše uvedený rozsudek Google France a Google, bod 116).

- 116 Pokud naproti tomu uvedený provozovatel poskytoval pomoc, která spočívala zejména v optimalizaci prezentace dotčených nabídek k prodeji nebo propagaci těchto nabídek, je třeba mít za to, že nezaujímal neutrální postavení ve vztahu mezi dotčeným zákazníkem-proávajícím a potenciálními kupujícími, ale hrál aktivní roli takové povahy, že by bylo možné konstatovat, že tato data týkající se těchto nabídek zná nebo kontroluje. Pokud jde o uvedené údaje, nemůže se tedy dovolávat výjimky v oblasti odpovědnosti stanovené v článku 14 směrnice 2000/31.
- 117 Předkládajícímu soudu přísluší přezkoumat, zda společnost eBay hrála takovou roli, jako je role popsána v předchozím bodě, ve vztahu k nabídkám k prodeji, které jsou předmětem věci v původním řízení.

2. K „seznámení se“ provozovatele on-line tržiště [s protiprávními činnostmi nebo informacemi]

- 118 V případě, že by předkládající soud musel učinit závěr, že společnost eBay nejednala způsobem uvedeným v bodě 116 tohoto rozsudku, bude muset ověřit, zda tato společnost za okolností věci v původním řízení splnila podmínky, na které čl. 14 odst. 1 písm. a) a b) směrnice 2000/31 váže uplatnění výjimky v oblasti odpovědnosti (viz obdobně rozsudek Google France a Google, bod 120).
- 119 V situaci, kdy se tento poskytovatel omezil na čistě technické a automatické zpracování dat, a kdy se tudíž na něj použije pravidlo uvedené v čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31, může být přesto na základě uvedeného odstavce 1 zproštěn veškeré odpovědnosti za jím uložená data protiprávní povahy pouze za podmínky, že nebyl „účinně seznámen s protiprávní činností nebo informací“ a ani s ohledem na nárok na náhradu škody si nebyl „vědom skutečností nebo okolností, z nichž by byla zjevná protiprávní činnost

nebo informace“, nebo jakmile se o nich dozvěděl, jednal neprodleně s cílem odstranit dotčené informace nebo k nim znemožnit přístup.

- ¹²⁰ Vzhledem k tomu, že výsledkem věci v původním řízení může být uložení náhrady škody, přísluší předkládajícímu soudu, aby přezkoumal, zda si společnost eBay byla ve vztahu k dotčeným nabídkám k prodeji a v rozsahu, v němž poškodily ochranné známky společnosti L'Oréal, „vědoma skutečností nebo okolností, z nichž by byla zjevná protiprávní činnost nebo informace“. V tomto posledním ohledu stačí pro neuplatnění výjimky z odpovědnosti stanovené v článku 14 směrnice 2000/31 na poskytovatele služby informační společnosti, aby si tento poskytovatel byl vědom skutečností nebo okolností, na základě nichž by hospodářský subjekt postupující s řádnou péčí musel konstatovat dotčenou protiprávnost a jednat v souladu s odst. 1 písm. b) uvedeného článku 14.
- ¹²¹ Kromě toho k tomu, aby pravidla uvedená v čl. 14 odst. 1 písm. a) směrnice 2000/31 nebyla zbavena svého užitečného účinku, musí být vykládána v tom smyslu, že se vztahují na každou situaci, kdy se dotýčný poskytovatel tak či onak dozví o takových skutečnostech nebo okolnostech.
- ¹²² Výše uvedená pravidla tak zahrnují zejména situaci, kdy provozovatel on-line tržiště po přezkumu provedeném z vlastního podnětu odhalí existenci protiprávní činnosti nebo informace, jakož i situaci, kdy je mu existence takové činnosti nebo takové informace oznámena. V tomto druhém případě nemůže sice oznámení automaticky vést k vyloučení nároku na uplatnění výjimky z odpovědnosti stanovené v článku 14 směrnice 2000/31, neboť oznámení o údajně protiprávních činnostech nebo informacích se mohou ukázat jako nedostatečně přesná a nepodložená, nemění to ovšem nic na tom, že toto oznámení je zpravidla okolností, kterou musí vnitrostátní soud zohlednit při posouzení, zda byl provozovatel ve vztahu k informacím, které mu byly takto předány, skutečně seznámen se skutečnostmi nebo okolnostmi, na základě nichž by musel hospodářský subjekt postupující s řádnou péčí konstatovat protiprávnost.

123 S ohledem na výše uvedené je třeba na devátou položenou otázku odpovědět tak, že čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31 musí být vykládán v tom smyslu, že se použije na provozovatele on-line tržiště v případě, že nehrál aktivní roli takové povahy, že by bylo možné konstatovat, že uložená data zná nebo kontroluje. Uvedený provozovatel hraje takovou roli v případě, že poskytuje pomoc, která spočívá zejména v optimalizaci prezentace dotčených nabídek k prodeji nebo jejich propagaci.

124 Pokud provozovatel on-line tržiště nehrál aktivní roli ve smyslu uvedeném v předcházejícím bodě, a pokud tedy jeho poskytování služby spadá do působnosti čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31, nemůže se nicméně ve věci, která může vést k uložení náhrady škody, dovolávat výjimky z odpovědnosti stanovené v tomto ustanovení, jestliže byl seznámen se skutečnostmi nebo okolnostmi, na základě nichž by hospodářský subjekt postupující s řádnou péčí musel konstatovat protiprávnost dotčených nabídek k prodeji, a v případě takového seznámení se, nejednal neprodleně v souladu s odst. 1 písm. b) uvedeného článku 14.

E – K desáté otázce týkající se soudních zákazů vůči provozovateli on-line tržiště

125 Podstatou desáté otázky předkládajícího soudu je,

- zda článek 11 směrnice 2004/48 od členských států vyžaduje, aby umožnily nositelům práv duševního vlastnictví požádat o vydání soudních zákazů vůči takovému provozovateli internetových stránek, jako je provozovatel on-line tržiště, prostřednictvím něhož byla porušena jejich práva, nařizujících tomuto provozovateli přijmout opatření k předcházení dalšímu porušování uvedených práv v budoucnosti, a v případě kladné odpovědi,

– jaká by tato opatření mohla být.

¹²⁶ Společnost eBay má za to, že se zákaz ve smyslu uvedeného článku může týkat pouze specifických a jasně identifikovatelných porušení práva duševního vlastnictví. Společnost L'Oréal, vláda Spojeného království, francouzská, italská, polská a portugalská vláda, jakož i Komise zastávají názor, že soudní zákazy uvedené ve směrnici 2004/48 se mohou rovněž týkat předcházení dalším porušováním v budoucnosti za podmínky dodržení určitých omezení.

¹²⁷ Jak vyplývá z předkládacího rozhodnutí, týká se položená otázka zejména třetí věty článku 11 směrnice 2004/48, podle níž musí členské státy zajistit „aby nositelé práv mohli požádat o vydání soudního zákazu vůči prostředníkům, jejichž služby jsou užívány třetími osobami k porušování práva duševního vlastnictví“. Má určit, zda toto ustanovení zavazuje členské státy k zajištění toho, aby provozovatel on-line tržiště mohl být ve sporných situacích, nezávisle na své případné vlastní odpovědnosti, nucen přijmout kromě opatření, jejichž cílem je ukončení porušování práv duševního vlastnictví ze strany uživatelů jeho služeb, opatření s cílem předcházet dalším porušováním této povahy.

1. K povinnosti členských států přiznat svým soudům pravomoc nařídít poskytovatelům on-line služeb přijetí opatření k přecházení dalšímu porušování práv duševního vlastnictví v budoucnosti

¹²⁸ Pro určení, zda předmětem zákazů uvedených v čl. 11 třetí větě směrnice 2004/48 je také předcházení dalším porušováním, je třeba nejprve uvést, že použití výrazu „soudní zákaz“ ve třetí větě uvedeného článku 11 se podstatně liší od použití slovního spojení v první větě téhož článku „soudní zákaz dalšího porušování“, neboť toto slovní

spojení označuje soudní zákazy, které lze vydat vůči porušovatelům práva duševního vlastnictví.

- ¹²⁹ Jak poznamenala zejména polská vláda, tento rozdíl lze vysvětlit tím, že soudní zákaz vydaný vůči porušovateli spočívá logicky v zákazu uloženému porušovateli pokračovat v porušování, zatímco situace poskytovatele služby, prostřednictvím níž k porušování dochází, je složitější a k jejímu řešení jsou vhodnější jiné druhy soudních zákazů.
- ¹³⁰ Z tohoto důvodu by neměl být výraz „soudní zákaz“ použitý v čl. 11 třetí větě směrnice 2004/48 kladen na roveň slovnímu spojení „soudní zákaz dalšího porušování“ obsaženému v první větě téhož článku.
- ¹³¹ Dále je třeba uvést, že s ohledem na cíl sledovaný směrnicí 2004/48, který spočívá v tom, aby členské státy zajistily zejména v informační společnosti účinnou ochranu duševního vlastnictví (viz v tomto smyslu rozsudek ze dne 29. ledna 2008, *Promusicae*, C-275/06, Sb. rozh. s. I-271, bod 43), pravomoc přiznaná v souladu s čl. 11 třetí větou uvedené směrnice vnitrostátním soudům jim musí umožnit nařídit takovému poskytovateli on-line služby, jako je poskytovatel, který zpřístupňuje uživatelům internetu on-line tržiště, aby přijal opatření, jež účinně přispívají nejen k ukončení porušování, ke kterému dochází prostřednictvím tohoto tržiště, ale také k předcházení dalším porušováním.
- ¹³² Tento výklad je podpořen článkem 18 směrnice 2000/31, který od členských států vyžaduje zajištění toho, aby soudní prostředky dostupné ve vnitrostátním právu pro

oblast služeb informační společnosti umožnily přijetí opatření „s cílem ukončit zjištěné porušování práva a předejít dalšímu poškození dotčených zájmů“.

- ¹³³ Výklad čl. 11 třetí věty směrnice 2004/48, podle něhož povinnost ukládaná v tomto ustanovení členským státům spočívá pouze v přiznání možnosti nositelům práv duševního vlastnictví získat vůči poskytovateli on-line služeb soudní zákazy, jejichž cílem je ukončení porušování jejich práv, by omezil rozsah povinnosti stanovené v uvedeném článku 18 směrnice 2000/31, což by bylo v rozporu s pravidlem uvedeným v čl. 2 odst. 3 směrnice 2004/48, podle něhož se směrnice 2004/48 nedotýká směrnice 2000/31.
- ¹³⁴ Konečně restriktivní výklad čl. 11 třetí věty směrnice 2004/48 není v souladu s dvacátým čtvrtým bodem odůvodnění této směrnice, který stanoví, že v závislosti na konkrétním případě a odůvodňují-li to okolnosti, měla by opatření zahrnovat zakazující opatření k předcházení dalšímu porušování práv duševního vlastnictví.

2. K opatřením ukládaným poskytovatelům on-line služeb

- ¹³⁵ Jak vyplývá z dvacátého třetího bodu odůvodnění směrnice 2004/48, způsoby vydávání soudních zákazů, které musí členské státy stanovit podle čl. 11 třetí věty uvedené směrnice, jako jsou způsoby týkající se podmínek, které je třeba splnit, a postupu, kterým je třeba se řídit, spadají do vnitrostátního práva.
- ¹³⁶ Tato pravidla vnitrostátního práva musejí být nicméně stanovena tak, aby bylo možné uskutečnit cíle sledované směrnicí (viz zejména ohledně zásady efektivity rozsudky ze dne 14. prosince 1995, van Schijndel a van Veen, C-430/93 a C-431/93, Recueil,

s. I-4705, bod 17; ze dne 7. června 2007, van der Weerd a další, C-222/05 až C-225/05, Sb. rozh. s. I-4233, bod 28, a ze dne 6. května 2010, Club Hotel Loutraki a další, C-145/08 a C-149/08, Sb. rozh. s. I-04165, bod 74). V tomto ohledu je třeba připomenout, že podle čl. 3 odst. 2 směrnice 2004/48 musejí být dotčená opatření účinná a odrazující.

- ¹³⁷ Kromě toho s ohledem na okolnost, uvedenou v předkládacím rozhodnutí a opětovně popsanou v bodě 24 tohoto rozsudku, že čl. 11 třetí věta směrnice 2004/48 nebyla ve Spojeném království předmětem zvláštního provedení do vnitrostátního práva, je třeba připomenout, že předkládající soud bude při použití vnitrostátního práva povinen tak učinit v co možná největším rozsahu ve světle znění a účelu uvedené-ho v čl. 11 třetí větě (viz obdobné rozsudky ze dne 13. listopadu 1990, Marleasing, C-106/89, Recueil, s. I-4135, bod 8, jakož i ze dne 23. dubna 2009, Angelidaki a další, C-378/07 až C-380/07, Sb. rozh. s. I-3071, bod 106).
- ¹³⁸ Pravidla stanovená členskými státy, stejně jako jejich použití vnitrostátními soudy, musí rovněž dodržovat omezení vyplývající ze směrnice 2004/48, jakož i z pramenů práva, na které tato směrnice odkazuje.
- ¹³⁹ Zprvč z čl. 15 odst. 1 směrnice 2000/31 ve spojení s čl. 2 odst. 3 směrnice 2004/48 vyplývá, že opatření vyžadovaná ze strany dotčeného poskytovatele on-line služby nemohou spočívat v aktivním dohledu nad všemi údaji každého z jeho zákazníků za účelem předcházení jakémukoliv dalšímu porušování práv duševního vlastnictví prostřednictvím internetových stránek tohoto poskytovatele. Kromě toho taková povinnost obecného dohledu by byla neslučitelná s článkem 3 směrnice 2004/48, který stanoví, že opatření uvedená v této směrnici musí být nestranná a přiměřená a nesmí být nadměrně nákladná.

¹⁴⁰ Zadruhé, jak vyplývá rovněž z článku 3 směrnice 2004/48, soud, který vydává soudní zákaz, musí dbát na to, aby definovaná opatření nevytvářela překážky právně dovolenému obchodu. To znamená, že v takové věci, jako je věc v původním řízení, která se týká případných porušování ochranných známek v rámci služby poskytované provozovatelem on-line tržiště, nemůže být účelem soudního zákazu vydaného vůči tomuto provozovateli nebo jeho následkem stanovení obecného a trvalého zákazu prodeje výrobků označených těmito ochrannými známkami na tomto tržišti.

¹⁴¹ Navzdory omezením uvedeným v předcházejících bodech, mohou být vůči takovým poskytovatelům, jako jsou provozovatelé on-line tržiště, vydávány soudní zákazy, jež jsou účinné a současně přiměřené. Jak uvedl generální advokát v bodě 182 svého stanoviska, pokud provozovatel on-line tržiště z vlastního podnětu nerozhodne o pozastavení činnosti porušovatele práv duševního vlastnictví, aby tak zabránil dalšímu porušování stejných ochranných známek této povahy stejným obchodníkem, může být k tomu donucen prostřednictvím soudního zákazu.

¹⁴² Kromě toho, aby bylo možné zaručit právo na účinný procesní prostředek proti osobám, které využily on-line službu za účelem porušování práv duševního vlastnictví, lze provozovateli on-line tržiště nařídit, aby přijal opatření k usnadnění identifikace jeho zákazníků-prodávajících. V tomto ohledu, jak správně uvedla společnost L'Oréal ve svém písemném vyjádření a jak vyplývá z článku 6 směrnice 2000/31, i když je bezpochyby nezbytné dodržovat ochranu osobních údajů, nemění to nic na tom, že pokud porušovatel jedná v obchodním styku, a nikoliv v soukromém styku, musí být jasně rozeznatelný.

¹⁴³ Opatření, která jsou demonstrativně popsána v předcházejících bodech, stejně jako jakékoliv jiné opatření, které může být uloženo ve formě soudního zákazu ve smyslu

čl. 11 třetí věty směrnice 2004/48, musejí zajistit spravedlivou rovnováhu mezi jednotlivými výše uvedenými právy a zájmy (viz obdobně výše uvedený rozsudek *Pro-musicae*, body 65 až 68).

- ¹⁴⁴ S ohledem na výše uvedené je třeba na desátou položenou otázku odpovědět tak, že čl. 11 třetí věta směrnice 2004/48 musí být vykládán v tom smyslu, že vyžaduje, aby členské státy zajistily, že vnitrostátní soudy příslušné v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví mohou nařídít provozovateli on-line tržiště přijetí opatření, která přispívají nejen k ukončení porušování těchto práv uživateli tohoto tržiště, ale také k předcházení dalším porušováním tohoto druhu. Tyto soudní zákazy musejí být účinné, přiměřené, odrazující a nesmí vytvářet překážky právem dovolenému obchodu.

IV – K nákladům řízení

- ¹⁴⁵ Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení ve vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud. Výdaje vzniklé předložením jiných vyjádření Soudnímu dvoru než vyjádření uvedených účastníků řízení se nenahrazují.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (velký senát) rozhodl takto:

- 1) Pokud jsou výrobky nacházející se ve třetí zemi, které jsou označeny ochrannou známkou zapsanou v členském státě Unie nebo ochrannou známkou Společenství a které nebyly předtím uvedeny na trh v Evropském hospodářském prostoru, nebo v případě ochranné známky Společenství nebyly předtím uvedeny na trh v Unii, prodávány hospodářským subjektem prostřednictvím

on-line tržiště a bez souhlasu majitele této ochranné známky spotřebiteli nacházejícímu se na území, na které se vztahuje uvedená ochranná známka, nebo jsou předmětem nabídky k prodeji nebo reklamy na takovém tržišti určeném spotřebitelům nacházejícím se na tomto území, může uvedený majitel bránit tomuto prodeji, této nabídce k prodeji nebo této reklamě na základě pravidel uvedených v článku 5 první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách, ve znění Dohody o Evropském hospodářském prostoru ze dne 2. května 1992, nebo v článku 9 nařízení Rady (ES) č. 40/94 ze dne 20. prosince 1993 o ochranné známce Společenství. Vnitrostátním soudům přísluší v závislosti na konkrétním případě posoudit, zda existují relevantní indicie pro učinění závěru, že nabídka k prodeji nebo reklama zobrazovaná na on-line tržišti dostupném na uvedeném území je určena spotřebitelům nacházejícím se na uvedeném území.

- 2) Dodání předmětů označených ochrannou známkou, jež jsou určeny k předvádění zboží spotřebitelům v autorizovaných prodejních místech, jakož i flakónů rovněž označených touto ochrannou známkou, ze kterých mohou být odebírána malá množství, jež jsou poskytována spotřebitelům jakožto bezplatné vzorky, majitelem uvedené ochranné známky jeho autorizovaným distributorům není v případě nedostatku důkazů svědčících o opaku uváděním na trh ve smyslu směrnice 89/104 nebo nařízení č. 40/94.

- 3) Článek 5 směrnice 89/104 a článek 9 nařízení č. 40/94 musejí být vykládány v tom smyslu, že majitel ochranné známky může na základě výlučného práva vyplývajícího z této ochranné známky bránit dalšímu prodeji takových výrobků, jako jsou výrobky, které jsou předmětem věci v původním řízení, z důvodu, že prodávající odstranil z těchto výrobků obal, pokud toto odstranění obalu výrobku má za následek, že takové podstatné informace, jako jsou informace ohledně totožnosti výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetického přípravku na trh, chybí. Nevedlo-li odstranění obalu k takovému nedostatku informací, může majitel ochranné známky přesto bránit tomu, aby parfém nebo kosmetický přípravek označený ochrannou známkou, jíž je majitelem, byl dále prodáván v nezabaleném stavu, pokud prokáže, že odstranění obalu narušilo image uvedeného výrobku, a tudíž dobré jméno ochranné známky.

- 4) Článek 5 odst. 1 písm. a) směrnice 89/104 a čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení č. 40/94 musejí být vykládány v tom smyslu, že majitel ochranné známky je oprávněn zakázat provozovateli on-line tržiště provádět prostřednictvím klíčového slova totožného s uvedenou ochrannou známkou, které si tento provozovatel vybral v rámci služby optimalizace pro vyhledávače na internetu, reklamu pro výrobky označené touto ochrannou známkou, prodávané na uvedeném tržišti, pokud tato reklama běžně informovanému a přiměřeně pozornému uživateli internetu neumožňuje nebo jen stěží umožňuje zjistit, zda uvedené výrobky pocházejí od majitele ochranné známky nebo od podniku, který je s ním hospodářsky propojen, či naopak od třetí osoby.
- 5) Provozovatel on-line tržiště neuskutečňuje „užívání“ označení totožných nebo podobných s ochrannými známkami, které se objevují v nabídkách k prodeji zobrazovaných na jeho internetových stránkách, ve smyslu článku 5 směrnice 89/104 a článku 9 nařízení č. 40/94.
- 6) Článek 14 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“) musí být vykládán v tom smyslu, že se použije na provozovatele on-line tržiště v případě, že uvedený provozovatel nehrál aktivní roli takové povahy, že by bylo možné konstatovat, že uložená data zná nebo kontroluje.

Uvedený provozovatel hraje takovou roli v případě, že poskytuje pomoc, která spočívá zejména v optimalizaci prezentace dotčených nabídek k prodeji nebo jejich propagaci.

Pokud provozovatel on-line tržiště nehrál aktivní roli ve smyslu uvedeném v předcházejícím pododstavci, a pokud tedy jeho poskytování služby spadá do působnosti čl. 14 odst. 1 směrnice 2000/31, nemůže se nicméně ve věci, která může vést k uložení náhrady škody, dovolávat výjimky z odpovědnosti stanovené v tomto ustanovení, jestliže byl seznámen se skutečnostmi nebo okolnostmi, na základě nichž by hospodářský subjekt postupující s řádnou

pěčí musel konstatovat protiprávnost dotčených nabídek k prodeji, a v případě takového seznámení se, nejednal neprodleně v souladu s odst. 1 písm. b) uvedeného článku 14.

- 7) Článek 11 třetí věta směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/48/ES ze dne 29. dubna 2004 o dodržování práv duševního vlastnictví musí být vykládán v tom smyslu, že vyžaduje, aby členské státy zajistily, že vnitrostátní soudy příslušné v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví mohou nařídít provozovateli on-line tržiště přijetí opatření, která přispívají nejen k ukončení porušování těchto práv uživateli tohoto tržiště, ale také k předcházení dalším porušováním tohoto druhu. Tyto soudní zákazy musejí být účinné, přiměřené, odrazující a nesmí vytvářet překážky právem dovolenému obchodu.

Podpisy.