

V

(Øvrige)

RETSLIGE PROCEDURER

DOMSTOLEN

Domstolens dom (Store Afdeling) af 23. marts 2010 — Google France og Google, Inc. mod Louis Vuitton Malletier (sag C-236/08), Viaticum SA og Luteciel SARL (sag C-237/08), Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin og Tiger SARL (sag C-238/08) (anmodninger om præjudiciel afgørelse fra Cour de cassation — Frankrig)

(Forenede sager C-236/08 — C-238/08) ⁽¹⁾

(Varemærker — internet — søgemaskine — reklamer ved hjælp af søgeord («keyword advertising») — visning ved hjælp af søgeord, som svarer til varemærker, af link til websteder, som tilhører konkurrenter til indehaverne af de pågældende varemærker, eller til websteder, hvorfra der udbydes imitationsprodukter — direktiv 89/104/EØF — artikel 5 — forordning (EF) nr. 40/94 — artikel 9 — søgemaskineoperatørens ansvar — direktiv 2000/31/EF («direktivet om elektronisk handel»)

(2010/C 134/02)

Processprog: fransk

Den forelæggende ret

Cour de cassation

Parter i hovedsagen

Sagsøgere: Google France og Google, Inc.

Sagsøgte: Louis Vuitton Malletier (sag C-236/08), Viaticum SA og Luteciel SARL (sag C-237/08), Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin og Tiger SARL (sag C-238/08)

Sagens genstand

Anmodninger om præjudiciel afgørelse — Cour de cassation — fortolkning af artikel 5, stk. 1, litra a) og b), og artikel 5, stk. 2 i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om

indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1), artikel 9, stk. 1, litra a)-c), i Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), og artikel 14 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked (EFT L 178, s. 1) — begrebet »brug« af varemærket og varemærkeindehaverens ret hertil — udbyder af en søge- og annonceringsydelse mod betaling på internettet, som ikke reklamerer for sine egne varer og tjenesteydelser, men som stiller søgeord, der gengiver eller efterligner indregistrerede varemærker, til annoncørernes rådighed, og som i henhold til kontrakten om denne ydelse tilrettelægger en særlig målrettet reklamer ved hjælp af disse søgeord med data om salgsfremmende links til websteder, hvorfra der udbydes ulovligt kopierede varer — betingelserne for ansvarsfritagelse for tjenesteyderen af oplagring af informationer, som bliver leveret af tjenestemodtagerne

Konklusion

- 1) Artikel 5, stk. 1, litra a), i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker og artikel 9, stk. 1, litra a), i Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker skal fortolkes således, at indehaveren af et varemærke kan forbyde en annoncør at reklamere for varer eller tjenesteydelser, der er af samme art som dem, for hvilke det pågældende varemærke er registreret, ved hjælp af et søgeord, der er identisk med det pågældende varemærke, og som annoncørerne uden samtykke fra den pågældende indehaver har valgt i forbindelse med en søge- og annonceringsydelse på internettet, såfremt den pågældende reklame ikke eller kun med vanskelighed giver den gennemsnitlige internetbruger mulighed for at gøre sig bekendt med, om de i annoncen omhandlede varer eller tjenesteydelser hidrører fra varemærkeindehaveren eller fra en virksomhed, der er økonomisk forbundet med denne, eller tværtimod hidrører fra en tredjemand.
- 2) Udbyderen af en søge- og annonceringsydelse på internettet, der som søgeord lagrer et tegn, der er identisk med et varemærke, og som tilrettelægger en visning af annoncer ved hjælp af dette søgeord, gør ikke brug af dette tegn i henhold til artikel 5, stk. 1 og 2, i direktiv 89/104 eller artikel 9, stk. 1, litra a) og b), i forordning nr. 40/94.

3) Artikel 14 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked («direktivet om elektronisk handel») skal fortolkes således, at den heri fastsatte bestemmelse finder anvendelse på udbyderen af en søge- og annonceringsydelse på internettet, såfremt denne udbyder ikke har spillet en aktiv rolle, som vil give ham kendskab til eller kontrol med de lagrede oplysninger. Hvis udbyderen ikke har spillet en sådan rolle, kan han ikke gøres ansvarlig for de oplysninger, som han har lagret på en annoncørs anmodning, medmindre udbyderen, efter at have fået kendskab til den ulovlige karakter af disse oplysninger, ikke straks har fjernet oplysningerne eller gjort dem utilgængelige.

(¹) EUT C 209 af 15.8.2008.

Domstolens dom (Første Afdeling) af 25. marts 2010 — Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpenschule Edi Koblmüller GmbH mod Günter Guni, trekking.at Reisen GmbH (anmodning om præjudiciel afgørelse fra Oberster Gerichtshof — Østrig)

(Sag C-278/08) (¹)

(Varemærker — internet — reklamering ved hjælp af søgeord («keyword advertising») — visning ved hjælp af søgeord, som er identiske med eller ligner varemærker, af link til websteder, som tilhører konkurrenter til indehaverne af de pågældende varemærker — direktiv 89/104/EØF — artikel 5, stk. 1)

(2010/C 134/03)

Processprog: tysk

Den forelæggende ret

Oberster Gerichtshof

Parter i hovedsagen

Sagsøger: Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpenschule Edi Koblmüller GmbH

Sagsøgt: Günter Guni, trekking.at Reisen GmbH

Sagens genstand

Anmodning om præjudiciel afgørelse — Oberster Gerichtshof — fortolkning af artikel 5, stk. 1, i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT L 40, s. 1) — listning af et tegn, der ligner eller er identisk med et mærke

hos en tjenesteyder, der driver en internetsøgemaskine, for efter indtastning af det pågældende tegn som søgeord på computer-skærmen at fremkalde et automatisk reklameindslag for varer eller tjenesteydelser af samme eller lignende art som det, for hvilket det omtvistede varemærke er blevet registreret («keyword advertising») — kvalifikation af denne benyttelse af varemærket som en brug, som indehaveren af dette har ret til at forbyde

Konklusion

Artikel 5, stk. 1, i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker skal fortolkes således, at indehaveren af et varemærke kan forbyde en annoncør at reklamere for varer eller tjenesteydelser, der er af samme art som dem, for hvilke det pågældende varemærke er registreret, ved hjælp af et søgeord, der er identisk med eller ligner det pågældende varemærke, og som annoncøren uden samtykke fra den pågældende indehaver har valgt i forbindelse med en søge- og annonceringsydelse på internettet, såfremt den nævnte reklame ikke eller kun med vanskelighed giver den gennemsnitlige internetbruger mulighed for at gøre sig bekendt med, om de i annoncen omhandlede varer eller tjenesteydelser hidrører fra varemærkeindehaveren eller fra en virksomhed, der er økonomisk forbundet med denne, eller derimod hidrører fra en tredjemand.

(¹) EUT C 223 af 30.8.2008.

Domstolens dom (Fjerde Afdeling) af 18. marts 2010 — Rosalba Alassini (sag C-317/08) og Filomena Califano mod Wind SpA (sag C-318/08) og Lucia Anna Giorgia Iacono mod Telecom Italia SpA (sag C-319/08) og Multiservice Srl mod Telecom Italia SpA (sag C-320/08) (anmodninger om præjudiciel afgørelse fra Giudice di pace di Ischia — Italien)

(Forenede sager C-317/08 — C-320/08) (¹)

(Anmodning om præjudiciel afgørelse — princippet om effektiv retsbeskyttelse — elektroniske kommunikationsnet og -tjenester — direktiv 2002/22/EF — forsyningspligt — tvist mellem slutbrugere og udbydere — obligatorisk udenretsligt mæglingsforsøg)

(2010/C 134/04)

Processprog: italiensk

Den forelæggende ret

Giudice di pace di Ischia