

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (τμήμα μείζονος συνθέσεως)
της 23ης Μαρτίου 2010*

Στις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-236/08 έως C-238/08,

με αντικείμενο αιτήσεις εκδόσεως προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 234 ΕΚ, που υπέβαλε το Cour de cassation (Γαλλία) με απόφαση της 20ής Μαΐου 2008, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 3 Ιουνίου 2008, στο πλαίσιο της δίκης

Google France SARL,

Google Inc.

κατά

Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08)

και

Google France SARL

κατά

* Γλώσσα διαδικασίας: η γαλλική.

Viaticum SA,

Luteciel SARL (C-237/08)

και

Google France SARL

κατά

Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL,

Pierre-Alexis Thonet,

Bruno Raboin,

Tiger SARL (C-238/08),

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (τμήμα μείζονος συνθέσεως),

συγκείμενο από τους Β. Σκουρή, Πρόεδρο, Α. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, Κ. Lenaerts και Ε. Levits, προέδρους τμήματος, C. W. A. Timmermans, Α. Rosas,

A. Borg Barthet, M. Plešič (εισηγητή), J. Malenovský, U. Löhmus, A. Ó Caoimh και J.-J. Kasel, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: M. Poiares Maduro
γραμματέας: H. von Holstein, βοηθός γραμματέας,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 17ης Μαρτίου 2009,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

- η Google France SARL και η Google Inc., εκπροσωπούμενες από τους A. Néri και S. Proust, avocats, καθώς και από τον G. Hobbs, QC,
- η Louis Vuitton Malletier SA, εκπροσωπούμενη από τον P. de Candé, avocat,
- η Viaticum SA και η Luteciel SARL, εκπροσωπούμενες από τον C. Fabre, avocat,
- το Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL και ο M. Thonet, εκπροσωπούμενοι από τους L. Boré και P. Buisson, avocats,
- η Tiger SARL, εκπροσωπούμενη από τον O. de Nervo, avocat,
- η Γαλλική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τους G. de Bergues και B. Cabouat,
- η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπούμενη από τον H. Krämer,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 22ας Σεπτεμβρίου 2009,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

- 1 Οι αιτήσεις για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως αφορούν την ερμηνεία του άρθρου 5, παράγραφοι 1 και 2, της πρώτης οδηγίας 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (ΕΕ 1989, L 40, σ. 1), του άρθρου 9, παράγραφος 1, του κανονισμού (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1993, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 1994, L 11, σ. 1), και του άρθρου 14 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο») (ΕΕ L 178, σ. 1).
- 2 Οι αιτήσεις αυτές υποβλήθηκαν στο πλαίσιο ένδικων διαφορών μεταξύ των εταιριών Google France SARL και Google Inc. (στο εξής ατομικώς και από κοινού Google) με την εταιρία Louis Vuitton Malletier SA (στο εξής: Vuitton), στην υπόθεση C-236/08, και της Google με τις εταιρίες Viaticum SA (στο εξής: Viaticum), Luteciel SARL (στο εξής: Luteciel), Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL (στο εξής: CNRRH) και Tiger SARL (στο εξής: Tiger), στις υποθέσεις C-237/08 και C-238/08, καθώς και με δύο ιδιώτες, τους Thonet και Raboin, όσον αφορά την προβολή στο Διαδίκτυο διαφημιστικών συνδέσμων βάσει λέξεων-κλειδίων που αντιστοιχούν σε σήματα.

I — Το νομικό πλαίσιο

A — Η οδηγία 89/104

3 Το άρθρο 5 της οδηγίας 89/104, με τίτλο «Δικαιώματα που παρέχει το σήμα», ορίζει:

«1. Το καταχωρισμένο σήμα παρέχει στον δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα. Ο δικαιούχος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές, χωρίς τη συγκατάθεσή του:

α) σημείο πανομοιότυπο με το σήμα για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με εκείνα για τα οποία το σήμα έχει καταχωριστεί·

β) σημείο για το οποίο, λόγω της ταυτότητας ή της ομοιότητάς του με το σήμα και της ταυτότητας ή της ομοιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών που καλύπτονται από το σήμα και το σημείο, υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης του κοινού, συμπεριλαμβανομένου και του κινδύνου συσχέτισης του σημείου με το σήμα.

2. Ένα κράτος μέλος μπορεί επίσης να προβλέπει ότι ο δικαιούχος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείο πανομοιότυπο ή παρόμοιο με το σήμα, για προϊόντα ή υπηρεσίες μη παρόμοια με εκείνα για τα οποία το σήμα έχει καταχωριστεί, εάν αυτό χαιρεί φήμης

μέσα στο κράτος μέλος και η χρησιμοποίηση του σημείου, χωρίς νόμιμη αιτία, θα επέφερε, αχρεωστήτως, όφελος από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του σήματος ή θα ήταν βλαπτική για τον εν λόγω διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη.

3. Μπορεί, ιδίως, να απαγορεύεται, εάν πληρούνται οι όροι των παραγράφων 1 και 2:

α) η επίθεση του σημείου επί των προϊόντων ή της συσκευασίας τους·

β) η προσφορά των προϊόντων ή η εμπορία ή η κατοχή τους προς εμπορία ή η προσφορά ή παροχή υπηρεσιών υπό το σημείο·

γ) η εισαγωγή ή η εξαγωγή των προϊόντων υπό το σημείο·

δ) χρησιμοποίηση του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση.

[...]»

- 4 Το άρθρο 6 της οδηγίας 89/104, με τίτλο «Περιορισμός των αποτελεσμάτων του σήματος», ορίζει:

«1. Το δικαίωμα που παρέχει το σήμα δεν επιτρέπει στον δικαιούχο του να απαγορεύει στους τρίτους να χρησιμοποιούν στις συναλλαγές

α) το όνομά του και τη διεύθυνσή του·

β) ενδείξεις περί το είδος, την ποιότητα, την ποσότητα, τον προορισμό, την αξία, τη γεωγραφική προέλευση, τον χρόνο παραγωγής του προϊόντος ή της παροχής της υπηρεσίας ή άλλα χαρακτηριστικά τους·

γ) το σήμα, εάν είναι αναγκαίο, προκειμένου να δηλωθεί ο προορισμός προϊόντος ή υπηρεσίας, και ιδίως όταν πρόκειται για εξαρτήματα ή ανταλλακτικά,

εφόσον η χρήση αυτή γίνεται σύμφωνα με τα χρηστά συναλλακτικά ήθη που ισχύουν στη βιομηχανία και το εμπόριο.

[...]»

- 5 Το άρθρο 7 της οδηγίας 89/104, με τίτλο «Όρια του δικαιώματος που παρέχει το σήμα», είχε αρχικώς ως εξής:

«1. Το δικαίωμα που παρέχει το σήμα δεν επιτρέπει στον δικαιούχο να απαγορεύει τη χρήση του σήματος για προϊόντα που έχουν διατεθεί υπό το σήμα αυτό στο εμπόριο μέσα στην Κοινότητα από τον ίδιο τον δικαιούχο ή με τη συγκατάθεσή του.

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται εάν ο δικαιούχος έχει νόμιμους λόγους να αντιταχθεί στη μεταγενέστερη εμπορική εκμετάλλευση των προϊόντων, ιδίως όταν η κατάσταση των προϊόντων μεταβάλλεται ή αλλοιούται μετά τη διάθεσή τους στο εμπόριο.»

- 6 Όπως προβλέπει το άρθρο 65, παράγραφος 2, της Συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΕΕ) της 2ας Μαΐου 1992 (ΕΕ 1994, L 1, σ. 3), σε συνδυασμό με το παράρτημα XVII, σημείο 4, της συμφωνίας αυτής, το άρθρο 7, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/104 τροποποιήθηκε για την εφαρμογή της εν λόγω συμφωνίας και η φράση «μέσα στην Κοινότητα» αντικαταστάθηκε από τη φράση «στην αγορά ενός από τα συμβαλλόμενα μέρη».
- 7 Η οδηγία 89/104 καταργήθηκε από την οδηγία 2008/95/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2008, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (κωδικοποιημένη έκδοση) (ΕΕ L 299, σ. 25), που τέθηκε σε ισχύ στις 28 Νοεμβρίου 2008. Εν πάση περιπτώσει, οι διαφορές της κύριας δίκης εξακολουθούν να ρυθμίζονται, αναλόγως της ημερομηνίας των πραγματικών περιστατικών, από την οδηγία 89/104.

B — Ο κανονισμός 40/94

- 8 Το άρθρο 9 του κανονισμού 40/94, με τίτλο «Δικαίωμα που παρέχει το κοινοτικό σήμα», ορίζει:

«1. Το κοινοτικό σήμα παρέχει στο δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα. Ο δικαιούχος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές, χωρίς τη συγκατάθεσή του:

- α) κάθε σημείο που ταυτίζεται με το κοινοτικό σήμα για προϊόντα ή υπηρεσίες που ταυτίζονται με εκείνα για τα οποία το σήμα έχει καταχωριστεί·
- β) κάθε σημείο για το οποίο, λόγω του ταυτοσήμου ή της ομοιότητάς του με το κοινοτικό σήμα και του ταυτοσήμου ή της ομοιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών οι οποίες καλύπτονται από το κοινοτικό σήμα και το σημείο, υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης από μέρους του κοινού. Ο κίνδυνος σύγχυσης περιλαμβάνει και τον κίνδυνο συσχέτισης μεταξύ σημείου και σήματος·
- γ) σημείο που ταυτίζεται ή ομοιάζει με το κοινοτικό σήμα, για προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν ομοιάζουν με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το κοινοτικό σήμα, εάν αυτό χαιρεί φήμης στην Κοινότητα και η χρησιμοποίηση χωρίς εύλογη αιτία του σημείου, θα προσπόριζε αθέμιτο όφελος από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του κοινοτικού σήματος ή θα έβλαπτε τον εν λόγω διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη.

2. Μπορεί, ιδίως, να απαγορεύεται, εάν πληρούνται οι όροι της παραγράφου 1:

α) η επίθεση του σημείου επί των προϊόντων ή της συσκευασίας τους·

β) η προσφορά των προϊόντων, η εμπορία ή η κατοχή τους προς τους σκοπούς αυτούς ή η προσφορά ή παροχή υπηρεσιών υπό το σημείο αυτό·

γ) η εισαγωγή ή εξαγωγή των προϊόντων υπό το σημείο αυτό·

δ) η χρησιμοποίηση του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση.

[...]»

- 9 Το άρθρο 12 του κανονισμού 40/94, με τίτλο «Περιορισμός των αποτελεσμάτων του κοινοτικού σήματος», ορίζει:

«Το δικαίωμα που παρέχει το κοινοτικό σήμα δεν επιτρέπει στον δικαιούχο του να απαγορεύει στους τρίτους τη χρήση στις συναλλαγές:

- α) του ονόματος ή της διεύθυνσής του·
- β) ενδείξεων περί το είδος, την ποιότητα, την ποσότητα, τον προορισμό, την αξία, τη γεωγραφική προέλευση, το χρόνο παραγωγής του προϊόντος ή της παροχής της υπηρεσίας ή άλλων χαρακτηριστικών τους·
- γ) του σήματος, εάν είναι αναγκαίο, για να δηλωθεί ο προορισμός προϊόντος ή υπηρεσίας, ιδίως όταν πρόκειται για εξαρτήματα ή ανταλλακτικά,

εφόσον η χρήση αυτή γίνεται σύμφωνα με τα χρηστά συναλλακτικά ήθη που ισχύουν στη βιομηχανία ή το εμπόριο.»

- 10 Το άρθρο 13 του ίδιου κανονισμού, με τίτλο «Αποδυνάμωση του δικαιώματος που παρέχει το κοινοτικό σήμα», ορίζει:

«1. Το δικαίωμα που παρέχει το κοινοτικό σήμα δεν επιτρέπει στον δικαιούχο του να απαγορεύει τη χρήση του σήματος για προϊόντα που έχουν διατεθεί υπό το σήμα αυτό στο εμπόριο μέσα στην Κοινότητα από τον ίδιο τον δικαιούχο ή με τη συγκατάθεσή του.

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται εάν ο δικαιούχος έχει νόμιμους λόγους να αντιταχθεί στη μεταγενέστερη εμπορική εκμετάλλευση των προϊόντων, ιδίως όταν η κατάσταση των προϊόντων μεταβάλλεται ή αλλοιούται μετά τη διάθεσή τους στο εμπόριο.»

- 11 Ο κανονισμός 40/94 καταργήθηκε από τον κανονισμό (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (κωδικοποιημένη έκδοση) (ΕΕ L 78, σ. 1), που τέθηκε σε ισχύ στις 13 Απριλίου 2009. Εν πάση περιπτώσει, οι διαφορές της κύριας δίκης εξακολουθούν να ρυθμίζονται, αναλόγως της ημερομηνίας των πραγματικών περιστατικών, από τον κανονισμό 40/94.

Γ — Η οδηγία 2000/31

- 12 Η εικοστή ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2000/31 ορίζει:

«Οι εμπορικές επικοινωνίες είναι ουσιώδεις για τη χρηματοδότηση των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και για την ανάπτυξη μεγάλης ποικιλίας νέων υπηρεσιών που παρέχονται δωρεάν. Για το συμφέρον των καταναλωτών και για την τιμότητα των συναλλαγών, οι εμπορικές επικοινωνίες [...] οφείλουν να πληρούν ορισμένες απαιτήσεις διαφάνειας. [...]»

- 13 Οι αιτιολογικές σκέψεις σαράντα έως σαράντα έξι της οδηγίας 2000/31 έχουν ως εξής:

«(40) Οι διαφορές των υφιστάμενων ή νεοεμφανιζόμενων εθνικών κανονιστικών διατάξεων και νομολογιών όσον αφορά την ευθύνη των φορέων παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, οι οποίοι δρουν με την ιδιότητα του μεσάζοντα εμποδίζουν την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, ιδίως παρεμποδίζοντας την ανάπτυξη των διασυνοριακών υπηρεσιών [...]. Οι φορείς παροχής υπηρεσιών πρέπει ενίοτε να δράσουν προκειμένου να αποφύγουν ή να σταματήσουν παράνομες δραστηριότητες. Οι διατάξεις της παρούσας οδηγίας θα πρέπει να συνιστούν ικανή βάση για τη δημιουργία ταχέων και

αξιόπιστων μηχανισμών με τους οποίους να μπορούν να αποσύρονται οι παράνομες πληροφορίες και να καθίστανται απρόσιτες. [...]

- (41) Η παρούσα οδηγία εξισορροπεί τα διάφορα συμφέροντα και θεσπίζει αρχές επί των οποίων μπορούν να βασιστούν οι συμφωνίες και τα πρότυπα του κλάδου.
- (42) Οι εξαιρέσεις από την ευθύνη που προβλέπονται στην παρούσα οδηγία καλύπτουν μόνο τις περιπτώσεις στις οποίες οι δραστηριότητες του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας περιορίζονται στην τεχνική διαδικασία χειρισμού και παροχής πρόσβασης σε δίκτυο επικοινωνίας διά του οποίου μεταδίδονται ή στο οποίο τίθενται σε προσωρινή αποθήκευση πληροφορίες που έχουν δοθεί από τρίτους, με αποκλειστικό σκοπό να καταστεί πιο αποτελεσματική η μετάδοση. Οι δραστηριότητες αυτές έχουν εντελώς τεχνικό, αυτόματο και παθητικό χαρακτήρα, πράγμα που συνεπάγεται ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ούτε γνωρίζει ούτε ελέγχει τις πληροφορίες που μεταδίδει ή αποθηκεύει.
- (43) Ένας φορέας παροχής υπηρεσιών μπορεί να επωφεληθεί από τις απαλλαγές για “απλή μετάδοση” και για “αποθήκευση σε κρυφή μνήμη” όταν δεν έχει καμιά ευθύνη για τις μεταδιδόμενες πληροφορίες. [...]
- (44) Ένας φορέας παροχής υπηρεσιών που σκοπίμως συνεργάζεται με έναν από τους αποδέκτες της υπηρεσίας του με σκοπό τη διάπραξη παράνομων πράξεων υπερβαίνει την “απλή μετάδοση” ή “αποθήκευση σε κρυφή μνήμη” και, επομένως, δεν μπορεί να επωφεληθεί των απαλλαγών από την ευθύνη που προβλέπονται για αυτές τις δραστηριότητες.
- (45) Οι εκ της παρούσας οδηγίας περιορισμοί της ευθύνης των ενδιάμεσων φορέων παροχής υπηρεσιών δεν θίγουν τη δυνατότητα επιβολής μέτρων ποικίλης φύσεως. [...]

(46) Προκειμένου να απολαύει του περιορισμού της ευθύνης, ο φορέας παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται σε αποθήκευση πληροφοριών, μόλις πληροφορηθεί αποδεδειγμένως ή αντιληφθεί ότι πρόκειται για παράνομες δραστηριότητες, οφείλει ταχέως να τις αποσύρει ή να τις καταστήσει απρόσιτες. [...]»

¹⁴ Το άρθρο 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2000/31 ορίζει τις «υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας» αναφερόμενο στο άρθρο 1, παράγραφος 2, της οδηγίας 98/34/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Ιουνίου 1998, για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προτύπων και προδιαγραφών και των κανόνων σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας των πληροφοριών (ΕΕ L 204, σ. 37), όπως έχει τροποποιηθεί από την οδηγία 98/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Ιουλίου 1998 (ΕΕ L 217, σ. 18), ως εξής:

«κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών.»

¹⁵ Το άρθρο 1, παράγραφος 2, της οδηγίας 98/34, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 98/48, ορίζει στη συνέχεια τα εξής:

«Για τους σκοπούς του παρόντος ορισμού, νοείται με τον όρο:

— εξ αποστάσεως: υπηρεσία που παρέχεται χωρίς τα συμβαλλόμενα μέρη να είναι ταυτόχρονα παρόντα,

- με ηλεκτρονικά μέσα: υπηρεσία που παρέχεται στην αφετηρία της και γίνεται αποδεκτή στον προορισμό της μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας [...] ή αποθήκευσης δεδομένων και η οποία παρέχεται, διαβιβάζεται και λαμβάνεται εξ ολοκλήρου μέσω τηλεφωνικής γραμμής, ραδιοφωνικής μετάδοσης, οπτικής ίνας ή με άλλα ηλεκτρομαγνητικά μέσα,

- κατόπιν συγκεκριμένης παραγγελίας ενός αποδέκτη υπηρεσιών: υπηρεσία που παρέχεται με μετάδοση δεδομένων κατόπιν συγκεκριμένης παραγγελίας.

[...]»

¹⁶ Το άρθρο 6 της οδηγίας 2000/31 ορίζει:

«Εκτός από άλλες προϋποθέσεις πληροφόρησης που προβλέπονται από το κοινοτικό δίκαιο, τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας [...] πληρούν τουλάχιστον τους ακόλουθους όρους:

[...]

- β) το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμο·

[...].»

- 17 Το κεφάλαιο II της οδηγίας 2000/31 περιλαμβάνει το τμήμα 4, το οποίο υπό τον τίτλο «Ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών», περιέχει τα άρθρα 12 έως 15.
- 18 Το άρθρο 12 της οδηγίας 2000/31, με τίτλο «Απλή μετάδοση (“Mere conduit”）」, ορίζει:

«1. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι, σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών ή στην παροχή πρόσβασης στο δίκτυο επικοινωνιών, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής υπηρεσιών όσον αφορά τις μεταδιδόμενες πληροφορίες, υπό τον όρο ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών:

α) δεν αποτελεί την αφετηρία της μετάδοσης των πληροφοριών·

β) δεν επιλέγει τον αποδέκτη της μετάδοσης

και

γ) δεν επιλέγει και δεν τροποποιεί τις μεταδιδόμενες πληροφορίες.

2. Οι δραστηριότητες μετάδοσης και παροχής πρόσβασης που αναφέρονται στην παράγραφο 1 περιλαμβάνουν την αυτόματη, ενδιάμεση και προσωρινή αποθήκευση των μεταδιδόμενων πληροφοριών, στον βαθμό που η αποθήκευση εξυπηρετεί αποκλειστικά την πραγματοποίηση της μετάδοσης στο δίκτυο επικοινωνιών και η διάρκειά της δεν υπερβαίνει τον χρόνο που είναι ευλόγως απαραίτητος για τη μετάδοση.

3. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτούν από τον φορέα παροχής υπηρεσιών να προβεί στην παύση ή στην πρόληψη παράβασης.»

¹⁹ Το άρθρο 13 της ίδιας οδηγίας, με τίτλο «Αποθήκευση σε κρυφή μνήμη “caching”», ορίζει:

«1. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι, σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ένας αποδέκτης υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας, όσον αφορά την αυτόματη, ενδιάμεση και προσωρινή αποθήκευση των πληροφοριών η οποία γίνεται με αποκλειστικό σκοπό να καταστεί αποτελεσματικότερη η μεταγενέστερη μετάδοση των πληροφοριών, μετά από αίτηση άλλων αποδεκτών της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών:

α) δεν τροποποιεί τις πληροφορίες·

- β) τηρεί τους όρους πρόσβασης στις πληροφορίες·
- γ) τηρεί τους κανόνες που αφορούν την ενημέρωση των πληροφοριών, οι οποίοι καθορίζονται κατά ευρέως αναγνωρισμένο τρόπο και χρησιμοποιούνται από τον κλάδο·
- δ) δεν παρεμποδίζει τη νόμιμη χρήση της τεχνολογίας, η οποία αναγνωρίζεται ευρέως και χρησιμοποιείται από τον κλάδο, προκειμένου να αποκτήσει δεδομένα σχετικά με τη χρησιμοποίηση των πληροφοριών

και

- ε) ενεργεί άμεσα προκειμένου να αποσύρει τις πληροφορίες που αποθήκευσε ή να καταστήσει την πρόσβαση σε αυτές αδύνατη, μόλις αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες έχουν αποσυρθεί από το σημείο του δικτύου στο οποίο βρίσκονταν αρχικά ή η πρόσβαση στις πληροφορίες κατέστη αδύνατη ή μια δικαστική ή διοικητική αρχή διέταξε την απόσυρση των πληροφοριών ή απαγόρευσε την πρόσβαση σε αυτές·

2. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτήσει από τον φορέα παροχής υπηρεσιών να παύσει ή να προλάβει την παράβαση.»

20 Το άρθρο 14 της οδηγίας 2000/31, με τίτλο «Φιλοξενία», ορίζει:

«1. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι, σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από έναν αποδέκτη υπηρεσίας, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας για τις πληροφορίες που αποθηκεύονται μετά από αίτηση αποδέκτη της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι:

α) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας δεν γνωρίζει πραγματικά ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία και ότι, σε ό,τι αφορά αξιώσεις αποζημιώσεως, δεν γνωρίζει τα γεγονότα ή τις περιστάσεις από τις οποίες προκύπτει η παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία,

ή

β) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας, μόλις αντιληφθεί τα προαναφερθέντα, αποσύρει ταχέως τις πληροφορίες ή καθιστά την πρόσβαση σε αυτές αδύνατη.

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται όταν ο αποδέκτης της υπηρεσίας ενεργεί υπό την εξουσία ή υπό τον έλεγχο του φορέα παροχής της υπηρεσίας.

3. Το παρόν άρθρο δεν θίγει τη δυνατότητα δικαστικής ή διοικητικής αρχής, σύμφωνα με τα νομικά συστήματα των κρατών μελών, να απαιτούν από τον φορέα παροχής υπηρεσιών να προβεί στην παύση ή στην πρόληψη παράβασης, ούτε θίγει τη δυνατότητα των κρατών μελών να θεσπίζουν διαδικασίες για την απόσυρση των πληροφοριών ή την απενεργοποίηση της πρόσβασης σε αυτές.»

- 21 Το άρθρο 15 της οδηγίας 2000/31, με τίτλο «Απουσία γενικής υποχρέωσης ελέγχου», προβλέπει:

«1. Τα κράτη μέλη δεν επιβάλλουν στους φορείς παροχής υπηρεσιών, για την παροχή των υπηρεσιών που αναφέρονται στα άρθρα 12, 13 και 14, γενική υποχρέωση ελέγχου των πληροφοριών που μεταδίδουν ή αποθηκεύουν ούτε γενική υποχρέωση δραστήριας αναζήτησης γεγονότων ή περιστάσεων που δείχνουν ότι πρόκειται για παράνομες δραστηριότητες.

2. Τα κράτη μέλη δύνανται να υποχρεώσουν τους φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας να ενημερώνουν πάραυτα τις αρμόδιες κρατικές αρχές για τυχόν υπόνοιες περί χορηγουμένων παρανόμων πληροφοριών ή δραστηριοτήτων που επιχειρούν αποδέκτες των υπηρεσιών τους ή να ανακοινώνουν στις αρμόδιες αρχές, κατ' αίτησή τους, πληροφορίες που διευκολύνουν την εντόπιση αποδεκτών των υπηρεσιών τους με τους οποίους έχουν συμφωνίες αποθήκευσης.»

II — Οι διαφορές της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

A — Η υπηρεσία αντιστοίχισης «AdWords»

- 22 Η Google εκμεταλλεύεται μηχανή αναζήτησης στο Διαδίκτυο. Όταν ο χρήστης του Διαδικτύου πραγματοποιεί αναζήτηση βάσει μιας ή περισσότερων λέξεων, η μηχανή αναζήτησης εμφανίζει τους ιστότοπους που αντιστοιχούν καλύτερα σ' αυτές τις λέξεις κατά φθίνουσα σειρά αναλόγως της συνάφειάς τους. Πρόκειται για τα λεγόμενα «φυσικά» αποτελέσματα της αναζήτησης.

- 23 Εξάλλου, η Google προσφέρει επ' αμοιβή την υπηρεσία αντιστοίχισης με την ονομασία «AdWords». Η υπηρεσία αυτή παρέχει τη δυνατότητα στους επιχειρηματίες, μέσω της επιλογής μιας ή περισσότερων λέξεων-κλειδιών, να εμφανίζεται, σε περίπτωση που οι εν λόγω λέξεις-κλειδιά συμπίπτουν με τις λέξεις που περιέχονται στην αναζήτηση που πραγματοποιεί ο χρήστης του Διαδικτύου με τη μηχανή αναζήτησης, ένας διαφημιστικός σύνδεσμος προς τον ιστότοπο του επιχειρηματία. Ο διαφημιστικός αυτός σύνδεσμος εμφανίζεται στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζόμενων», που βρίσκεται είτε στη δεξιά πλευρά της οθόνης, στη δεξιά πλευρά των φυσικών αποτελεσμάτων, ή στο άνω μέρος της οθόνης, άνωθεν των εν λόγω αποτελεσμάτων.
- 24 Ο εν λόγω διαφημιστικός σύνδεσμος συνοδεύεται από σύντομο διαφημιστικό μήνυμα. Ο σύνδεσμος αυτός μαζί με το μήνυμα αποτελούν τη διαφήμιση που εμφανίζεται στην ανωτέρω κατηγορία.
- 25 Για την υπηρεσία αντιστοίχισης ο διαφημιζόμενος καταβάλλει αμοιβή η οποία προσδιορίζεται από τον αριθμό των κλικ στον διαφημιστικό σύνδεσμο. Η αμοιβή αυτή υπολογίζεται σε συνάρτηση, ιδίως, με τη «μέγιστη τιμή ανά κλικ» την οποία ο διαφημιζόμενος συμφώνησε, κατά τη σύναψη της σύμβασης με την Google για την παροχή υπηρεσιών αντιστοίχισης, ότι είναι διατεθειμένος να πληρώσει και με τον αριθμό των κλικ που πραγματοποιούν στον εν λόγω σύνδεσμο οι χρήστες του Διαδικτύου.
- 26 Περισσότεροι διαφημιζόμενοι μπορούν να επιλέξουν την ίδια λέξη-κλειδί. Στην περίπτωση αυτή, η σειρά εμφάνισης των διαφημιστικών τους συνδέσμων καθορίζεται ανάλογα με τη μέγιστη τιμή ανά κλικ, τον αριθμό των προηγούμενων κλικ στους συνδέσμους αυτούς και την ποιότητα της διαφήμισης όπως αυτή εκτιμήθηκε από την Google. Ο διαφημιζόμενος μπορεί, ανά πάσα στιγμή, να βελτιώσει τη θέση του στη σειρά εμφάνισης ορίζοντας υψηλότερη ανώτατη τιμή ανά κλικ ή βελτιώνοντας την ποιότητα της αγγελίας του.
- 27 Η Google έθεσε σε εφαρμογή μία αυτόματη διαδικασία για την επιλογή των λέξεων-κλειδιών και τη δημιουργία διαφημίσεων. Οι διαφημιζόμενοι επιλέγουν τις λέξεις-κλειδιά, συντάσσουν το διαφημιστικό μήνυμα και εισάγουν τον σύνδεσμο προς τον ιστότοπό τους.

B — Η υπόθεση C-236/08

- 28 Η Vuitton, η οποία διαθέτει στην αγορά ιδίως τσάντες πολυτελείας και άλλα δερμάτινα προϊόντα, είναι δικαιούχος του κοινοτικού σήματος «Vuitton» και των γαλλικών εθνικών σημάτων «Louis Vuitton» και «LV». Δεν αμφισβητείται ότι τα σήματα αυτά χαίρουν φήμης.
- 29 Στις αρχές του 2003, η Vuitton διαπίστωσε ότι κατά τη χρήση της μηχανής αναζήτησης της Google, η εισαγωγή από τους χρήστες των λέξεων που συνέθεταν τα σήματά της εμφάνιζε, στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζομένων», συνδέσμους προς ιστοτόπους που πρόσφεραν απομμήσεις προϊόντων της Vuitton. Αποδείχθηκε επίσης ότι η Google παρείχε στους διαφημιζόμενους τη δυνατότητα να επιλέξουν όχι μόνο λέξεις-κλειδιά που αντιστοιχούσαν στα σήματα της Vuitton, αλλά επίσης τις εν λόγω λέξεις-κλειδιά σε συνδυασμό με λέξεις που παραπέμπουν στην απομίμηση, όπως «απομίμηση» και «αντίγραφο».
- 30 Η Vuitton άσκησε αγωγή κατά της Google ζητώντας να αναγνωρισθεί, μεταξύ άλλων, ότι η εναγόμενη είχε προσβάλει τα δικαιώματά της επί των σημάτων της.
- 31 Με την από 4 Φεβρουαρίου 2005 απόφαση του tribunal de grande instance Paris κρίθηκε ότι η Google διέπραξε παραποίηση των σημάτων της Vuitton, η απόφαση δε αυτή επικυρώθηκε στη συνέχεια, κατ' έφεση, με την από 28 Ιουνίου 2006 απόφαση του cour d'appel Paris. Η Google άσκησε αναίρεση κατά της δεύτερης αποφάσεως.

32 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Cour de cassation αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα εξής προδικαστικά ερωτήματα:

- «1) Έχουν τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', της [οδηγίας 89/104] και 9, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', του [κανονισμού 40/94] την έννοια ότι ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσίες διαχείρισεως λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχήσεων, ο οποίος θέτει στη διάθεση των διαφημιζομένων λέξεις-κλειδιά που αναπαράγουν ή μιμούνται καταχωρισμένα σήματα και οργανώνει διά της εν λόγω συμβάσεως διαχείρισεως λέξεων-κλειδιών τη δημιουργία και την προνομιακή εμφάνιση, με τη χρήση των εν λόγω λέξεων-κλειδιών, συνδέσμων προς ιστοτόπους όπου προωθούνται και διατίθενται μη αυθεντικά προϊόντα, κάνει χρήση των σημάτων αυτών την οποία ο δικαιούχος [τους] δικαιούται να απαγορεύσει;
- 2) Στην περίπτωση που τα επίμαχα σήματα χαίρουν φήμης, μπορεί ο δικαιούχος τους να αντισταχθεί σε μια τέτοια χρήση, δυνάμει του άρθρου 5, παράγραφος 2, της οδηγίας [89/104] και του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού [40/94];
- 3) Στην περίπτωση που θα γινόταν δεκτό ότι η κατά τα ανωτέρω χρήση δεν συνιστά χρήση την οποία μπορεί να απαγορεύσει ο δικαιούχος του σήματος, κατ' εφαρμογή της οδηγίας [89/104] και του κανονισμού [40/94], μπορεί να θεωρηθεί ότι ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσία διαχείρισεως λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχήσεων παρέχει υπηρεσία αναγόμενη στην κοινωνία της πληροφορίας, συνιστάμενη στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από τον αποδέκτη της υπηρεσίας, κατά την έννοια του άρθρου 14 της [οδηγίας 2000/31], με αποτέλεσμα να μην μπορεί να θεμελιωθεί ευθύνη του παρέχοντος την υπηρεσία προτού αυτός ενημερωθεί από τον δικαιούχο του σήματος για την παράνομη χρήση του σημείου από τον διαφημιζόμενο;»

Γ — Η υπόθεση C-237/08

- 33 Η Viaticum είναι δικαιούχος των γαλλικών σημάτων «Bourse des Vols», «Bourse des Voyages» και «BDV», που έχουν καταχωριστεί για υπηρεσίες οργάνωσης ταξιδιών.
- 34 Η Luteciel ασκεί δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών πληροφορικής για λογαριασμό πρακτορείων ταξιδιών. Παρέχει τον σχεδιασμό και τη συντήρηση του ιστοτόπου της Viaticum.
- 35 Η Viaticum και η Luteciel διαπίστωσαν ότι, κατά τη χρήση της μηχανής αναζήτησης της Google από τους χρήστες του Διαδικτύου, η εισαγωγή των λέξεων που συνθέτουν τα ανωτέρω σήματα εμφάνιζε, στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζόμενων», συνδέσμους προς ιστοτόπους ανταγωνιστών της Viaticum. Αποδείχθηκε επίσης ότι η Google παρείχε στους διαφημιζόμενους τη δυνατότητα της επιλογής για τον σκοπό αυτό των λέξεων-κλειδίων που αντιστοιχούσαν στα εν λόγω σήματα.
- 36 Η Viaticum και η Luteciel άσκησαν αγωγή κατά της Google. Με απόφαση της 13ης Οκτωβρίου 2003, το tribunal de grande instance de Nanterre έκρινε ότι η Google είχε προσβάλει τα σήματα με πράξεις παραποίησης και την υποχρέωσε να αποκαταστήσει τη ζημία που υπέστησαν η Viaticum και η Luteciel. Η Google άσκησε έφεση ενώπιον του cour d'appel de Versailles. Το εν λόγω δικαστήριο, με απόφαση της 10ης Μαρτίου 2005, έκρινε ότι η Google συμμετέχε σε πράξεις παραποίησης σήματος και επικύρωσε την απόφαση της 13ης Οκτωβρίου 2003. Η Google άσκησε αναίρεση κατά της αποφάσεως του cour d'appel.

37 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Cour de cassation αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα εξής προδικαστικά ερωτήματα:

- «1) Έχει το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', της [οδηγίας 89/104] την έννοια ότι ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσία διαχειρίσεως λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχήσεων, ο οποίος θέτει στη διάθεση των διαφημιζομένων λέξεις-κλειδιά που αναπαράγουν ή μιμούνται καταχωρισμένα σήματα και οργανώνει διά της εν λόγω συμβάσεως διαχειρίσεως λέξεων-κλειδιών τη δημιουργία και την προνομιακή εμφάνιση, με τη χρήση των εν λόγω λέξεων-κλειδιών, συνδέσμων προς ιστοτόπους όπου προωθούνται και διατίθενται μη αυθεντικά προϊόντα, κάνει χρήση των σημάτων αυτών την οποία ο δικαιούχος τους δικαιούται να απαγορεύσει;
- 2) Στην περίπτωση που η κατά τα ανωτέρω χρήση θεωρηθεί ότι δεν συνιστά χρήση την οποία μπορεί να απαγορεύσει ο δικαιούχος του σήματος, κατ' εφαρμογή της οδηγίας [89/104] και του κανονισμού [40/94], μπορεί ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσία διαχείρισης λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχήσεων να θεωρηθεί ότι παρέχει υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από αποδέκτη της υπηρεσίας, κατά την έννοια του άρθρου 14 της [οδηγίας 2000/31], με αποτέλεσμα να μην μπορεί να θεμελιωθεί ευθύνη του αν δεν έχει προηγουμένως ενημερωθεί από τον δικαιούχο του σήματος για την παράνομη χρήση του σημείου από τον διαφημιζόμενο;»

Δ — Η υπόθεση C-238/08

38 Ο P.-A. Thonet είναι δικαιούχος του γαλλικού σήματος «Eurochallenges», που έχει καταχωριστεί μεταξύ άλλων για υπηρεσίες γραφείου συνοικεσίων. Η CNRRH ασκεί δραστηριότητα γραφείου συνοικεσίων. Διαθέτει άδεια χρήσης του ανωτέρω σήματος, παραχωρηθείσα από τον Thonet.

- 39 Το 2003, ο P.-A. Thonet και η CNRRH διαπίστωσαν ότι, κατά τη χρήση της μηχανής αναζήτησης της Google από τους χρήστες του Διαδικτύου, με την εισαγωγή της λέξης που αντιστοιχούσε στο ανωτέρω σήμα εμφανιζόταν, στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζόμενων», σύνδεσμοι προς ιστοτόπους ανταγωνιστών της CNRRH, τους οποίους εκμεταλλεύονταν οι B. Raboin και Tiger. Αποδείχθηκε επίσης ότι η Google παρείχε στους διαφημιζόμενους τη δυνατότητα επιλογής για τον σκοπό αυτό της εν λόγω λέξης ως λέξης-κλειδιού.
- 40 Κατόπιν αγωγής του P.-A. Thonet και της CNRRH εκδόθηκε η από 14 Δεκεμβρίου 2004 απόφαση του tribunal de grande instance de Nanterre με την οποία κρίθηκε ότι οι B. Raboin, Tiger και Google προέβησαν σε πράξεις παραποίησης σήματος, η απόφαση δε αυτή επικυρώθηκε στη συνέχεια, κατ' έφεση, με την από 23 Μαρτίου 2006 απόφαση του cour d'appel de Versailles. Η Google άσκησε αναίρεση κατά της αποφάσεως του εφετείου.
- 41 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Cour de cassation αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα εξής προδικαστικά ερωτήματα:

- «1) Μπορεί αυτό καθαυτό το γεγονός ότι ένας συναλλασσόμενος επιλέγει και εξασφαλίζει, με τη σύναψη συμβάσεως για την επ' αμοιβή διαχείριση λέξεων-κλειδιών και τη βελτιστοποίηση αντιστοιχίσεων στο Διαδίκτυο, μια λέξη-κλειδί η οποία, οσάκις χρησιμοποιείται στο πλαίσιο αναζητήσεως στο Διαδίκτυο, προκαλεί την εμφάνιση ενός συνδέσμου ο οποίος υποδεικνύει τη σύνδεση με ιστοτόπο τον οποίο εκμεταλλεύεται ο εν λόγω συναλλασσόμενος με σκοπό τη διάθεση προς πώληση προϊόντων ή την προσφορά υπηρεσιών και η οποία αναπαράγει ή μιμείται σήμα που έχει καταχωριστεί από τρίτον για την περιγραφή πανομοιότυπων ή ομοειδών προϊόντων, αλλά για την οποία δεν έχει ληφθεί σχετική άδεια από τον εν λόγω τρίτο δικαιούχο του σήματος, να στοιχειοθετήσει προσβολή του αποκλειστικού δικαιώματος που εξασφαλίζει στον δικαιούχο του σήματος το άρθρο 5 της [οδηγίας 89/104];
- 2) Έχει το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', της [οδηγίας 89/104] την έννοια ότι ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσίες διαχείρισεως λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχίσεων, ο οποίος θέτει στη διάθεση των διαφημιζόμενων λέξεις-κλειδιά που αναπαράγουν ή μιμούνται καταχωρισμένα σήματα, και οργανώνει διά της εν λόγω συμβάσεως διαχείρισεως λέξεων-κλειδιών τη δημιουργία και την προνομιακή εμφάνιση, με τη χρήση των εν λόγω λέξεων-κλειδιών, συνδέσμων προς ιστοτόπους όπου προωθούνται και διατίθενται προϊόντα πανομοιότυπα ή παρόμοια με τα προϊόντα τα οποία καλύπτονται από καταχωρισμένα

σήματα, κάνει χρήση των σημάτων αυτών την οποία ο δικαιούχος τους δικαιούται να απαγορεύσει;

- 3) Στην περίπτωση που μια τέτοια χρήση θεωρηθεί ότι δεν συνιστά χρήση την οποία μπορεί να απαγορεύσει ο δικαιούχος του σήματος κατ' εφαρμογή της οδηγίας [89/104] και του κανονισμού [40/94], μπορεί ο παρέχων επ' αμοιβή υπηρεσία διαχείρισης λέξεων-κλειδιών και βελτιστοποίησης αντιστοιχίσεων να θεωρηθεί ότι παρέχει υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από τον αποδέκτη της υπηρεσίας, κατά την έννοια του άρθρου 14 της [οδηγίας 2000/31], με αποτέλεσμα να μην μπορεί να θεμελιωθεί ευθύνη του αν δεν έχει προηγουμένως ενημερωθεί από τον δικαιούχο του σήματος για την παράνομη χρήση του σημείου από τον διαφημιζόμενο;»

III — Επί των προδικαστικών ερωτημάτων

A — Ως προς τη χρήση λέξεων-κλειδιών που αντιστοιχούν σε σήματα άλλου στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο

1. Εισαγωγικές παρατηρήσεις

- ⁴² Δεν αμφισβητείται ότι οι διαφορές της κύριας δίκης προέρχονται από τη χρήση, ως λέξεων-κλειδιών στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο, σημείων που αντιστοιχούν σε σήματα, χωρίς τη συγκατάθεση των δικαιούχων τους. Οι εν λόγω λέξεις-κλειδιά επιλέχθηκαν από πελάτες του παρέχοντος την υπηρεσία αντιστοίχισης ο οποίος τις δέχθηκε και τις αποθήκευσε. Οι πελάτες αυτοί εμπορεύονται απομιμήσεις των προϊόντων του δικαιούχου του σήματος (υπόθεση 236/08) ή είναι απλώς ανταγωνιστές του (υποθέσεις C-237/08 και C-238/08).

- 43 Με το πρώτο ερώτημα στις υποθέσεις C-236/08 και C-237/08 και το πρώτο και δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08, τα οποία πρέπει να εξεταστούν από κοινού, το αιτούν δικαστήριο ερωτά, κατ' ουσίαν, αν τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', του κανονισμού 40/94 έχουν την έννοια ότι ο δικαιούχος σήματος μπορεί να απαγορεύει σε τρίτον να προβάλει, βάσει μιας λέξης-κλειδιού πανομοιότυπης ή παρόμοιας με το εν λόγω σήμα, την οποία ο τρίτος αυτός επέλεξε ή αποθήκευσε χωρίς τη συγκατάθεση του εν λόγω δικαιούχου στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο, διαφήμιση για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα ή παρόμοια με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τα οποία καταχωρίστηκε το εν λόγω σήμα.
- 44 Το πρώτο ερώτημα στην υπόθεση C-236/08 και στην υπόθεση C-237/08 και το δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08 επικεντρώνονται, συναφώς, στην αποθήκευση της εν λόγω λέξης-κλειδιού από τον παρέχοντα την υπηρεσία αντιστοίχισης και την οργάνωση, από αυτόν, της εμφάνισης της διαφήμισης του πελάτη του βάσει της εν λόγω λέξης, ενώ το πρώτο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08 αφορά την επιλογή από τον διαφημιζόμενο του σημείου ως λέξης-κλειδιού και την εμφάνιση της διαφήμισης που προκύπτει, μέσω του μηχανισμού αντιστοίχισης, από την εν λόγω επιλογή.
- 45 Τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχεία α' και β', του κανονισμού 40/94 παρέχουν, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, στους δικαιούχους σημάτων τη δυνατότητα να απαγορεύουν στους τρίτους τη χρήση σημείων πανομοιότυπων ή παρόμοιων με τα σήματά τους για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα ή παρόμοια με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τα οποία καταχωρίστηκαν τα σήματα αυτά.
- 46 Στις διαφορές της κύριας δίκης, η χρήση σημείων που αντιστοιχούν σε σήματα ως λέξεων-κλειδιών έχει ως σκοπό και ως αποτέλεσμα να προκαλέσει την εμφάνιση διαφημιστικών συνδέσμων προς ιστοτόπους στους οποίους προτείνονται προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία έχουν καταχωριστεί τα εν λόγω σήματα, δηλαδή, αντιστοίχως, δερμάτινα προϊόντα, υπηρεσίες πρακτορείου ταξιδίων και γραφείου συνοικεσίων.

- 47 Επομένως, το Δικαστήριο θα εξετάσει το ερώτημα που αναφέρεται στη σκέψη 43 της παρούσας αποφάσεως υπό το πρίσμα, κυρίως, των άρθρων 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94 και παρεμπιπτόντως μόνον υπό το πρίσμα της ίδιας παραγράφου 1, στοιχείο β', των άρθρων αυτών, δεδομένου ότι η δεύτερη διάταξη καλύπτει, σε περίπτωση σημείου πανομοιότυπου με το σήμα, την περίπτωση που οι υπηρεσίες του τρίτου είναι παρόμοιες με εκείνες για τις οποίες έχει καταχωριστεί το εν λόγω σήμα.
- 48 Μετά το πέρας της εν λόγω εξέτασης, πρέπει να δοθεί απάντηση στο δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-236/08, με το οποίο το Δικαστήριο καλείται να εξετάσει τα ίδια ζητήματα υπό το πρίσμα των άρθρων 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, τα οποία αναφέρονται στα δικαιώματα που παρέχουν στον δικαιούχο τους τα σήματα που χαίρουν φήμης. Υπό την επιφύλαξη της εξακρίβωσης από το αιτούν δικαστήριο, από την αίτηση εκδόσεως προδικαστικής αποφάσεως προκύπτει ότι η ισχύουσα στη Γαλλία νομοθεσία περιλαμβάνει τον κανόνα του άρθρου 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104. Κατά τα λοιπά, το Δικαστήριο έχει διευκρινίσει ότι η εν λόγω διάταξη της οδηγίας δεν πρέπει να ερμηνευθεί μόνο με βάση το γράμμα της, αλλά πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη η εν γένει οικονομία και οι σκοποί του συστήματος στο οποίο εντάσσεται. Επομένως, ο κανόνας του άρθρου 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104 δεν αφορά μόνον τις περιπτώσεις στις οποίες ο τρίτος χρησιμοποιεί σημείο πανομοιότυπο ή παρόμοιο με σήμα που χαίρει φήμης για προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν είναι παρόμοια με εκείνα για τα οποία καταχωρίστηκε το εν λόγω σήμα, αλλά και τις περιπτώσεις στις οποίες η χρήση αυτή αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα για τα οποία καταχωρίστηκε το εν λόγω σήμα (αποφάσεις της 9ης Ιανουαρίου 2003, C-292/00, Davidoff, Συλλογή 2003, σ. I-389, σκέψεις 24 έως 30, καθώς και της 10ης Απριλίου 2008, C-102/07, adidas και adidas Benelux, Συλλογή 2008, σ. I-2439, σκέψη 37).

2. Ως προς την ερμηνεία των άρθρων 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94

- 49 Κατ' εφαρμογή του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 ή, σε περίπτωση κοινοτικού σήματος, του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94, ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε τρίτο να χρησιμοποιεί, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείο πανομοιότυπο με το εν λόγω σήμα,

όταν η χρήση αυτή γίνεται στις συναλλαγές, αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα και θίγει ή μπορεί να θίξει τις λειτουργίες του σήματος (βλ., μεταξύ άλλων, απόφαση της 11ης Σεπτεμβρίου 2007, C-17/06, Céline, Συλλογή 2007, σ. I-7041, σκέψη 16· διάταξη της 19ης Φεβρουαρίου 2009, C-62/08, UDV North America, Συλλογή 2009, σ. I-1279, σκέψη 42, καθώς και απόφαση της 18ης Ιουνίου 2009, C-487/07, L'Oréal κ.λπ., Συλλογή 2009, σ. I-5185, σκέψη 58).

α) Χρήση στις συναλλαγές

- 50 Η χρήση του πανομοιότυπου προς το σήμα σημείου γίνεται όντως κατά τις συναλλαγές, εφόσον εντάσσεται στο πλαίσιο εμπορικής δραστηριότητας που επιδιώκει οικονομικά πλεονεκτήματα, και όχι στον ιδιωτικό τομέα (αποφάσεις της 12ης Νοεμβρίου 2002, C-206/01, Arsenal Football Club, Συλλογή 2002, σ. I-10273, σκέψη 40 και Céline, προπαρατεθείσα, σκέψη 17, καθώς και διάταξη UDV North America, προπαρατεθείσα, σκέψη 44).
- 51 Όσον αφορά, πρώτον, τον διαφημιζόμενο που αγοράζει την υπηρεσία αντιστοίχισης και επιλέγει ως λέξη-κλειδί σημείο πανομοιότυπο με το σήμα άλλου, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι χρησιμοποιεί το εν λόγω σημείο υπό την έννοια της νομολογίας αυτής.
- 52 Συγκεκριμένα, από την πλευρά του διαφημιζόμενου, η επιλογή λέξεως- κλειδιού πανομοιότυπου με το σήμα έχει ως σκοπό και ως αποτέλεσμα την εμφάνιση ενός διαφημιστικού συνδέσμου προς τον ιστότοπο στον οποίο διαθέτει τα προϊόντα του ή τις υπηρεσίες του. Δεδομένου ότι το σημείο που επιλέχθηκε ως λέξη-κλειδί αποτελεί το μέσον που χρησιμοποιείται για την εμφάνιση αυτής της διαφημιστικής προβολής, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο διαφημιζόμενος το χρησιμοποιεί στο πλαίσιο των εμπορικών δραστηριοτήτων του και όχι στον ιδιωτικό τομέα.

- 53 Όσον αφορά, στη συνέχεια, τον παρέχοντα την υπηρεσία αντιστοίχισης, δεν αμφισβητείται ότι με την αποθήκευση ως λέξεων- κλειδιών, για λογαριασμό ορισμένων πελατών του, σημείων πανομοιότυπων με σήματα και την οργάνωση βάσει αυτών των λέξεων-κλειδιών της εμφάνισης διαφημίσεων ασκεί εμπορική δραστηριότητα και επιδιώκει οικονομικό όφελος.
- 54 Δεν αμφισβητείται επίσης ότι η υπηρεσία αυτή δεν παρέχεται μόνο στους δικαιούχους των εν λόγω σημάτων ή στις επιχειρήσεις που έχουν δικαίωμα να διαθέσουν στο εμπόριο τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες των δικαιούχων, αλλά παρέχεται, τουλάχιστον στις υπό κρίση υποθέσεις, χωρίς τη συγκατάθεση των δικαιούχων και σε ανταγωνιστές τους ή σε επιχειρήσεις που εμπορεύονται απομιμήσεις.
- 55 Μολονότι από τα ανωτέρω στοιχεία προκύπτει σαφώς ότι ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης δραστηριοποιείται «στις συναλλαγές» όταν παρέχει τη δυνατότητα στους διαφημιζόμενους να επιλέξουν ως λέξεις-κλειδιά σημεία πανομοιότυπα με σήματα, αποθηκεύει τα σημεία αυτά και εμφανίζει τις διαφημίσεις των πελατών του με βάση τα εν λόγω σημεία, εντούτοις αυτό δεν σημαίνει ότι ο εν λόγω πάροχος «χρησιμοποιεί» ο ίδιος τα σημεία αυτά υπό την έννοια των άρθρων 5 της οδηγίας 89/104 και 9 του κανονισμού 40/94.
- 56 Συναφώς, αρκεί η παρατήρηση ότι η χρήση από τρίτον σημείου πανομοιότυπου ή παρόμοιου με το σήμα του δικαιούχου συνεπάγεται, τουλάχιστον, ότι αυτός χρησιμοποιεί το σημείο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας. Στην περίπτωση του παρέχοντος υπηρεσία αντιστοίχισης, αυτός παρέχει στους πελάτες του τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν σημεία πανομοιότυπα ή παρόμοια με σήματα χωρίς ο ίδιος να χρησιμοποιεί τα εν λόγω σημεία.
- 57 Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από το γεγονός ότι ο εν λόγω πάροχος αμείβεται για τη χρήση αυτών των σημείων από τους πελάτες του. Συγκεκριμένα, το γεγονός ότι δημιουργεί τις αναγκαίες τεχνικές προϋποθέσεις για τη χρήση ενός σημείου και ότι αμείβεται για την υπηρεσία αυτή δεν σημαίνει ότι ο παρέχων την υπηρεσία αυτή χρησιμοποιεί ο ίδιος το εν λόγω σημείο. Στο μέτρο που παρέχει στον πελάτη του τη δυνατότητα να το χρησιμοποιεί, ο ρόλος του πρέπει, ενδεχομένως, να εξεταστεί υπό

το πρίσμα άλλων κανόνων δικαίου και όχι βάσει των άρθρων 5 της οδηγίας 89/104 και 9 του κανονισμού 40/94, όπως αυτοί στους οποίους παραπέμπει η σκέψη 107 της παρούσας αποφάσεως.

- 58 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης δεν κάνει χρήση στις συναλλαγές υπό την έννοια των ανωτέρω διατάξεων της οδηγίας 89/104 και του κανονισμού 40/94.
- 59 Επομένως, οι προϋποθέσεις που αφορούν τη χρήση «για προϊόντα ή υπηρεσίες» και την προσβολή των λειτουργιών του σήματος πρέπει να εξεταστούν μόνο σε σχέση με τη χρήση από τον διαφημιζόμενο του πανομοιότυπου με το σήμα σημείου.

β) Χρήση «για προϊόντα ή υπηρεσίες»

- 60 Η φράση «για προϊόντα ή υπηρεσίες» πανομοιότυπα με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα που περιλαμβάνεται στα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94 αφορά, κατ' αρχήν, προϊόντα ή υπηρεσίες τρίτου που χρησιμοποιεί σημείο πανομοιότυπο με το σήμα [βλ. αποφάσεις της 25ης Ιανουαρίου 2007, C-48/05, Adam Opel, Συλλογή 2007, σ. I-1017, σκέψεις 28 και 29, καθώς και της 12ης Ιουνίου 2008, C-533/06, O2 Holdings και O2 (UK), Συλλογή 2008, σ. I-4231, σκέψη 34]. Μπορεί, ενδεχομένως, να αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες άλλου προσώπου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί ο τρίτος (βλ. διάταξη UDV North America, προπαρατεθείσα, σκέψεις 43 έως 51).
- 61 Όπως έχει αποφανθεί το Δικαστήριο, οι συμπεριφορές που απαριθμούνται στα άρθρα 5, παράγραφος 3, της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 40/94, δηλαδή η επίθεση του σημείου σε προϊόντα ή στη συσκευασία τους, η προσφορά προϊόντων προς πώληση ή η προσφορά παροχής υπηρεσιών υπό το σημείο, η εισαγωγή ή η εξαγωγή των προϊόντων υπό το σημείο και η χρησιμοποίηση του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση, αποτελούν χρήσεις

για προϊόντα ή υπηρεσίες (βλ. προπαρατεθείσες αποφάσεις Arsenal Football Club, σκέψη 41, και Adam Opel, σκέψη 20).

- 62 Τα πραγματικά περιστατικά της διαφοράς της κύριας δίκης στην υπόθεση C-236/08 ομοιάζουν με τις συνθήκες που παρατίθενται στις εν λόγω διατάξεις της οδηγίας 89/104 και του κανονισμού 40/94, δηλαδή την προσφορά των προϊόντων τρίτου υπό πανομοιότυπο με το σήμα σημείο καθώς και τη χρήση του σημείου αυτού στη διαφήμιση. Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από τον φάκελο, σημεία πανομοιότυπα με τα σήματα της Vuitton συμπεριλαμβάνονταν σε διαφημίσεις που εμφανίζονταν στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζομένων».
- 63 Αντιθέτως, οι περιπτώσεις των υποθέσεων C-237/08 και C-238/08 χαρακτηρίζονται από την απουσία, στη διαφήμιση του τρίτου, του πανομοιότυπου με το σήμα σημείου.
- 64 Η Google υποστηρίζει ότι, ελλείπει οποιασδήποτε εμφάνισης του σημείου στο σώμα της διαφήμισης, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η χρήση του εν λόγω σημείου ως λέξεως-κλειδιού έγινε για προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι δικαιούχοι των σημάτων αντίδικοι της Google, καθώς και η Γαλλική Κυβέρνηση, υποστηρίζουν την αντίθετη άποψη.
- 65 Συναφώς, πρέπει να υπομνησθεί ότι τα άρθρα 5, παράγραφος 3, της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 40/94 απαριθμούν απλώς ενδεικτικά τα είδη χρήσεως που ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να απαγορεύσει (αποφάσεις Arsenal Football Club, προπαρατεθείσα, σκέψη 38· της 17ης Μαρτίου 2005, C-228/03, Gillette Company και Gillette Group Finland, Συλλογή 2005, σ. I-2337, σκέψη 28, καθώς και Adam Opel, προπαρατεθείσα, σκέψη 16). Επομένως, το γεγονός ότι δεν εμφανίζεται στη διαφήμιση το σημείο που χρησιμοποιεί ο τρίτος για διαφημιστικούς σκοπούς, δεν μπορεί να σημαίνει από μόνο του ότι η χρήση αυτή εξαιρείται από την έννοια κατά το άρθρο 5 της οδηγίας 89/104 της «χρήσης [...] για προϊόντα ή υπηρεσίες».

- 66 Εξάλλου, η ερμηνεία σύμφωνα με την οποία λαμβάνονται υπόψη μόνον οι χρήσεις που απαριθμούνται στην εν λόγω διάταξη παραβλέπει το γεγονός ότι η διάταξη αυτή συντάχθηκε πριν από την πλήρη εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των διαφημίσεων που αναπτύχθηκαν στο πλαίσιο αυτό. Πάντως, οι ηλεκτρονικές αυτές μορφές εμπορίου και διαφήμισης μπορούν τυπικώς, μέσω της χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής, να δημιουργήσουν χρήσεις διαφορετικές από αυτές που απαριθμούνται στα άρθρα 5, παράγραφος 3, της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 40/94.
- 67 Στην περίπτωση της υπηρεσίας αντιστοίχισης, δεν αμφισβητείται ότι ο διαφημιζόμενος που επέλεξε ως λέξη-κλειδί το πανομοιότυπο με το σήμα του άλλου σημείο επιδιώκει οι χρήστες του Διαδικτύου που εισάγουν ως όρο αναζήτησης τη λέξη αυτή να κάνουν κλικ όχι μόνο στους εμφανιζόμενους συνδέσμους που προέρχονται από τον δικαιούχο του εν λόγω σήματος, αλλά και στον διαφημιστικό σύνδεσμο του εν λόγω διαφημιζόμενου.
- 68 Είναι επίσης σαφές ότι στις περισσότερες περιπτώσεις ο χρήστης που εισάγει το όνομα ενός σήματος στη μηχανή αναζήτησης αποσκοπεί στην εύρεση πληροφοριών ή προσφορών για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του σήματος αυτού. Επομένως, όταν εμφανίζονται, δίπλα ή επάνω από τα φυσικά αποτελέσματα της αναζήτησης, διαφημιστικοί σύνδεσμοι προς ιστότοπους που προτείνουν προϊόντα ή υπηρεσίες ανταγωνιστών του δικαιούχου του εν λόγω σήματος, ο χρήστης του Διαδικτύου μπορεί, αν δεν απορρίψει εξαρχής τους συνδέσμους αυτούς ως αλυσιτελείς και δεν περιέλθει σε σύγχυση θεωρώντας ότι ανήκουν στον δικαιούχο του σήματος, να εκλάβει τους εν λόγω διαφημιστικούς συνδέσμους ως προσφέροντες μία εναλλακτική λύση σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του δικαιούχου του σήματος.
- 69 Στην περίπτωση αυτή, η οποία χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι σημείο πανομοιότυπο με εμπορικό σήμα έχει επιλεγεί ως λέξη-κλειδί από ανταγωνιστή του δικαιούχου του σήματος με σκοπό την πρόταση προς τους χρήστες του Διαδικτύου εναλλακτικής λύσης για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του εν λόγω δικαιούχου, η χρήση του εν λόγω σημείου συνιστά χρήση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του εν λόγω ανταγωνιστή.
- 70 Πρέπει να υπομνησθεί, συναφώς, ότι το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι η χρήση από διαφημιζόμενο, σε συγκριτική διαφήμιση, σημείου πανομοιότυπου ή παρόμοιου με το

σήμα ανταγωνιστή προς εξατομίκευση, αμέσως ή εμμέσως, προϊόντων ή υπηρεσιών που διαθέτει ο ανταγωνιστής και προς σύγκριση των δικών του προϊόντων ή υπηρεσιών με τα αλλότρια συνιστά χρήση του εν λόγω σημείου «για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες» υπό την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/104 [βλ. προπαρατεθείσες αποφάσεις O2 Holdings και O2 (UK), σκέψεις 35, 36 και 42, καθώς και L'Oréal κ.λπ., σκέψεις 52 και 53].

- 71 Πάντως, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστεί αν η διαφήμιση στο Διαδίκτυο βάσει λέξεων-κλειδιών πανομοιότυπων με σήματα ανταγωνιστών συνιστά ή όχι μορφή συγκριτικής διαφήμισης, είναι σαφές εν πάση περιπτώσει, όπως έχει κριθεί με την προπαρατεθείσα στην προηγούμενη σκέψη νομολογία, ότι η χρήση από τον διαφημιζόμενο του πανομοιότυπου με το σήμα του ανταγωνιστή σημείου με σκοπό να πληροφορηθεί ο χρήστης όχι μόνον για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τον ανταγωνιστή, αλλά και για εκείνα που προσφέρει ο εν λόγω διαφημιζόμενος, συνιστά χρήση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του διαφημιζόμενου αυτού.
- 72 Εξάλλου, ακόμη και στις περιπτώσεις που ο διαφημιζόμενος δεν επιδιώκει, χρησιμοποιώντας ως λέξη-κλειδί το πανομοιότυπο με το σήμα σημείο, να προτείνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του στους χρήστες ως εναλλακτική λύση σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του δικαιούχου του σήματος, αλλά αποσκοπεί, αντιθέτως, να παραπλανήσει τους χρήστες ως προς την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του, πείθοντάς τους ότι προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή από επιχείρηση που συνδέεται οικονομικά με αυτόν, το γεγονός αυτό συνιστά χρήση «για προϊόντα ή υπηρεσίες». Συγκεκριμένα, όπως έχει αποφανθεί το Δικαστήριο, τέτοιου είδους χρήση υφίσταται εν πάση περιπτώσει όταν ο τρίτος χρησιμοποιεί το πανομοιότυπο με το σήμα σημείο κατά τρόπον ώστε να συσχετίζεται το εν λόγω σημείο με τα προϊόντα που εμπορεύεται ή τις υπηρεσίες που παρέχει ο τρίτος (απόφαση Céline, προπαρατεθείσα, σκέψη 23, και διάταξη UDV North America, προπαρατεθείσα, σκέψη 47).
- 73 Από το σύνολο των ανωτέρω σκέψεων προκύπτει ότι η χρησιμοποίηση από τον διαφημιζόμενο ως λέξης-κλειδιού σημείου πανομοιότυπου με το σήμα στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο εμπίπτει στην έννοια της χρήσης «για προϊόντα ή υπηρεσίες», όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104.

74 Ομοίως, πρόκειται για χρήση «για προϊόντα ή υπηρεσίες» υπό την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94, όταν το σημείο που αποτελεί το αντικείμενο της εν λόγω χρήσης είναι πανομοιότυπο με κοινοτικό σήμα.

γ) Χρήση που ενδέχεται να προσβάλλει τις λειτουργίες του σήματος

75 Το αποκλειστικό δικαίωμα που προβλέπεται από τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94 παρέχεται για να μπορεί ο δικαιούχος του σήματος να προστατεύει τα ειδικά συμφέροντά του ως τέτοιος, δηλαδή να διασφαλίζει ότι το σήμα αυτό μπορεί να επιτελέσει τις λειτουργίες του. Ως εκ τούτου, η άσκηση του εν λόγω δικαιώματος πρέπει να επιφυλάσσεται για τις περιπτώσεις κατά τις οποίες η χρήση του σημείου από τρίτον προσβάλλει ή μπορεί να προσβάλλει τις λειτουργίες του σήματος (βλ., ιδίως, προπαρατεθείσες αποφάσεις Arsenal Football Club, σκέψη 51· Adam Opel, σκέψεις 21 και 22, καθώς και L'Oréal κ.λπ., σκέψη 58).

76 Από τη νομολογία αυτή προκύπτει ότι ο δικαιούχος του σήματος δεν μπορεί να αντιταχθεί στη χρήση σημείου πανομοιότυπου με το σήμα, εφόσον η χρήση αυτή δεν μπορεί να προσβάλλει καμία από τις λειτουργίες του σήματος (προπαρατεθείσες αποφάσεις Arsenal Football Club, σκέψη 54, καθώς και L'Oréal κ.λπ., σκέψη 60).

77 Τέτοιες λειτουργίες είναι όχι μόνον η ουσιώδης λειτουργία του σήματος, η οποία συνίσταται στο να εγγυάται στους καταναλωτές την προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας (στο εξής: λειτουργία ένδειξης της προέλευσης), αλλά και οι λοιπές λειτουργίες του, όπως, μεταξύ άλλων, η λειτουργία που συνίσταται στην εγγύηση της ποιότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας αυτής, ή οι λειτουργίες του σήματος ως διαύλου επικοινωνίας, ως επενδυτικού στοιχείου ή ως μέσου διαφήμισης (απόφαση L'Oréal κ.λπ., προπαρατεθείσα, σκέψη 58).

78 Η προστασία που παρέχουν τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94 είναι, συναφώς, ευρύτερη από αυτήν που προβλέπεται στα ίδια άρθρα, παράγραφος 1, στοιχείο β',

η εφαρμογή των οποίων απαιτεί την ύπαρξη κινδύνου συγχύσεως (βλ., συναφώς, προπαρατεθείσες αποφάσεις Davidoff, σκέψη 28, καθώς και L'Oréal κ.λπ., σκέψη 59).

- 79 Από την υπομνησθείσα ανωτέρω νομολογία προκύπτει ότι στην περίπτωση των άρθρων 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94, κατά την οποία ο τρίτος χρησιμοποιεί σημείο πανομοιότυπο με το σήμα για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με εκείνα για τα οποία καταχωρίστηκε το σήμα, ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύσει τη χρήση του αν το εν λόγω σημείο μπορεί να προσβάλει μία από τις λειτουργίες του σήματος, είτε πρόκειται για τη λειτουργία της ένδειξης της προέλευσης είτε για μία από τις λοιπές λειτουργίες.
- 80 Βεβαίως, ο δικαιούχος του σήματος δεν έχει δικαίωμα να απαγορεύσει μια τέτοιου είδους χρήση στις περιπτώσεις των εξαιρέσεων που προβλέπονται από τα άρθρα 6 και 7 της οδηγίας 89/104 και από τα άρθρα 12 και 13 του κανονισμού 40/94. Ωστόσο, δεν προβλήθηκε ισχυρισμός ότι έχει, εν προκειμένω, εφαρμογή κάποια από τις περιπτώσεις αυτές.
- 81 Εν προκειμένω, οι συναφείς προς εξέταση λειτουργίες είναι η λειτουργία της ένδειξης προέλευσης και η λειτουργία της διαφήμισης.

i) Προσβολή της λειτουργίας του σήματος ως ένδειξης προέλευσης

- 82 Η βασική λειτουργία του σήματος είναι να εγγυάται στον καταναλωτή ή τον τελικό χρήστη την ταυτότητα καταγωγής του φέροντος το σήμα προϊόντος ή υπηρεσίας, παρέχοντάς του τη δυνατότητα να διακρίνει το εν λόγω προϊόν ή υπηρεσία από εκείνα άλλης προελεύσεως (βλ., συναφώς, αποφάσεις της 29ης Σεπτεμβρίου 1998,

C-39/97, Canon, Συλλογή 1998, σ. I-5507, σκέψη 28, και της 6ης Οκτωβρίου 2005, C-120/04, Medion, Συλλογή 2005, σ. I-8551, σκέψη 23).

- 83 Το κατά πόσον υφίσταται προσβολή στη λειτουργία αυτή του σήματος όταν εμφανίζεται στους χρήστες του Διαδικτύου, βάσει μιας λέξης-κλειδιού πανομοιότυπης με σήμα, η διαφήμιση ενός τρίτου, όπως ενός ανταγωνιστή του δικαιούχου του σήματος αυτού, εξαρτάται ειδικότερα από τον τρόπο με τον οποίο εμφανίζεται η διαφήμιση αυτή.
- 84 Υφίσταται προσβολή της λειτουργίας του σήματος ως ένδειξης προέλευσης όταν η διαφήμιση δεν καθιστά δυνατό ή δεν καθιστά ευχερώς δυνατό στον χρήστη του Διαδικτύου που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος να αντιληφθεί αν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή από επιχείρηση που συνδέεται οικονομικά με αυτόν ή αν, αντιθέτως, προέρχονται από τρίτον (βλ., συναφώς, απόφαση Céline, προπαρατεθείσα, σκέψη 27 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).
- 85 Συγκεκριμένα, σε μία τέτοια περίπτωση, η οποία χαρακτηρίζεται κατά τα λοιπά από το γεγονός ότι η επίμαχη διαφήμιση εμφανίζεται αμέσως μετά την εισαγωγή από τον χρήστη του Διαδικτύου του σήματος ως λέξης προς αναζήτηση και παρουσιάζεται την ίδια στιγμή κατά την οποία προβάλλεται στην οθόνη το σήμα, υπό την ιδιότητά του ως λέξης προς αναζήτηση, ο χρήστης ενδέχεται να εξαπατηθεί ως προς την προέλευση των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών. Υπό τις συνθήκες αυτές, η χρήση από τρίτον σημείου πανομοιότυπου προς το σήμα ως λέξης-κλειδιού που έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση της εν λόγω διαφήμισης μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ότι υφίσταται, στις εμπορικές συναλλαγές, ένας ουσιώδης σύνδεσμος μεταξύ των οικείων προϊόντων ή υπηρεσιών και του δικαιούχου του σήματος (βλ., κατ' αναλογία, αποφάσεις Arsenal Football Club, προπαρατεθείσα, σκέψη 56, και της 16ης Νοεμβρίου 2004, C-245/02, Anheuser-Busch, Συλλογή 2004, σ. I-10989, σκέψη 60).
- 86 Όσον αφορά, πάντοτε, την προσβολή της λειτουργίας του σήματος ως ένδειξης προέλευσης, πρέπει να επισημανθεί ότι η ανάγκη διαφάνειας κατά την εμφάνιση διαφημίσεων στο Διαδίκτυο υπογραμμίζεται στη νομοθεσία της Ένωσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Λαμβανομένων υπόψη των συμφερόντων διασφάλισης της εντιμότητας

των εμπορικών συναλλαγών και προστασίας των καταναλωτών, που υπογραμμίζονται στην εικοστή ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2000/31, το άρθρο 6 της εν λόγω οδηγίας θέτει τον κανόνα κατά τον οποίο το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του οποίου γίνεται μία εμπορική επικοινωνία που εμπίπτει σε υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμο.

- 87 Μολονότι αποδεικνύεται, συνεπώς, ότι η ευθύνη των διαφημιζόμενων στο Διαδίκτυο μπορεί, ενδεχομένως, να προκύπτει κατ' εφαρμογή κανόνων άλλων τομέων του δικαίου, όπως των κανόνων του αθέμιτου ανταγωνισμού, γεγονός παραμένει ότι η προβαλλόμενη παράνομη χρήση στο Διαδίκτυο σημείων πανομοιότυπων ή παρόμοιων με σήματα πρέπει να εξεταστεί από την άποψη του δικαίου των σημάτων. Λαμβανομένης υπόψη της ουσιώδους λειτουργίας του σήματος, η οποία, στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, συνίσταται ιδίως στο να παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες του Διαδικτύου οι οποίοι περιηγούνται στις διαφημίσεις που εμφανίζονται ως απάντηση σε αναζήτηση για ένα συγκεκριμένο σήμα να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του δικαιούχου του σήματος αυτού από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που έχουν διαφορετική προέλευση, ο εν λόγω δικαιούχος πρέπει να έχει τη δυνατότητα να απαγορεύει την εμφάνιση διαφημίσεων τρίτου τις οποίες υπάρχει κίνδυνος οι χρήστες του Διαδικτύου να θεωρήσουν εσφαλμένα ως προερχόμενες από αυτόν.
- 88 Στο εθνικό δικαστήριο εναπόκειται να εκτιμήσει, κατά περίπτωση, αν τα πραγματικά περιστατικά της ενώπιόν του διαφοράς συνιστούν προσβολή, ή κίνδυνο προσβολής, της λειτουργίας του σήματος ως ένδειξης προέλευσης όπως εκτίθεται στη σκέψη 84 της παρούσας αποφάσεως.
- 89 Στην περίπτωση που η διαφήμιση του τρίτου υποδηλώνει την ύπαρξη μιας οικονομικής σχέσης μεταξύ του εν λόγω τρίτου και του δικαιούχου του σήματος, θα πρέπει να συναχθεί το συμπέρασμα ότι συντρέχει προσβολή της λειτουργίας του σήματος ως ένδειξης προέλευσης.
- 90 Στην περίπτωση που η διαφήμιση, μολονότι δεν υποδηλώνει την ύπαρξη οικονομικής σχέσης, παραμένει αόριστη όσον αφορά την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών σε σημείο που ο χρήστης του Διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση

και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος να μην είναι σε θέση να γνωρίζει, βάσει του διαφημιστικού συνδέσμου και του εμπορικού μηνύματος που περιέχει, αν ο διαφημιζόμενος είναι τρίτος σε σχέση με τον δικαιούχο του σήματος ή αν, αντιθέτως, συνδέεται οικονομικά με αυτόν, θα πρέπει επίσης να συναχθεί το συμπέρασμα ότι υφίσταται προσβολή της εν λόγω λειτουργίας του σήματος.

ii) Προσβολή της λειτουργίας του σήματος ως διαφήμισης

- 91 Δεδομένου ότι οι συναλλαγές χαρακτηρίζονται από ποικίλες προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών, ο δικαιούχος ενός σήματος μπορεί να μην έχει ως μοναδικό σκοπό του να υποδηλώσει, μέσω του εν λόγω σήματος, την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του, αλλά να το χρησιμοποιεί και για διαφημιστικούς σκοπούς, για να ενημερώσει ή να πείσει τον καταναλωτή.
- 92 Επομένως, ο δικαιούχος ενός σήματος δικαιούται να απαγορεύει τη χρήση, χωρίς τη συγκατάθεσή του, του πανομοιότυπου με το σήμα του σημείου για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα, όταν η χρήση αυτή προσβάλλει τη χρησιμοποίηση του σήματος από τον δικαιούχο του ως στοιχείου προώθησεως των πωλήσεων ή ως αντικειμένου εμπορικής στρατηγικής.
- 93 Όσον αφορά τη χρήση, από τους διαφημιζόμενους στο Διαδίκτυο, του πανομοιότυπου με το αλλότριο σήμα σημείου ως λέξης-κλειδιού για την εμφάνιση διαφημιστικών μηνυμάτων, είναι προφανές ότι η χρήση αυτή ενδέχεται να έχει επιπτώσεις στη διαφημιστική χρήση του εν λόγω σήματος από τον δικαιούχο του καθώς και στην εμπορική στρατηγική του.
- 94 Συγκεκριμένα, λόγω της σημαντικής θέσης που κατέχει στις συναλλαγές η διαφήμιση στο Διαδίκτυο, είναι πιθανόν ο δικαιούχος του σήματος να καταχωρίσει το σήμα του στον παρέχοντα την υπηρεσία αντιστοίχισης ως λέξη-κλειδί, προκειμένου

να εμφανίζεται μία διαφήμιση στην κατηγορία «σύνδεσμοι διαφημιζομένων». Στην περίπτωση αυτή, ο δικαιούχος του σήματος θα πρέπει, ενδεχομένως, να δεχθεί να καταβάλει τιμή ανά κλικ υψηλότερη από την τιμή που καταβάλλουν ορισμένες άλλες επιχειρήσεις, εάν θέλει να εμφανίζεται η διαφήμισή του πάνω από εκείνες των εν λόγω επιχειρήσεων οι οποίες έχουν επίσης επιλέξει το σήμα του ως λέξη-κλειδί. Επιπλέον, ακόμη και αν ο δικαιούχος του σήματος προτίθεται να καταβάλει τιμή ανά κλικ υψηλότερη από εκείνη που προσφέρουν οι τρίτοι που έχουν επίσης επιλέξει το εν λόγω σήμα, δεν είναι βέβαιος ότι η διαφήμισή του θα εμφανίζεται πριν από τις διαφημίσεις των εν λόγω τρίτων, δεδομένου ότι για τον καθορισμό της σειράς εμφάνισης των διαφημίσεων λαμβάνονται υπόψη και άλλα στοιχεία.

- 95 Ωστόσο, οι επιπτώσεις της χρήσης από τρίτους του πανομοιότυπου με το σήμα σημείου δεν συνιστούν καθαυτές προσβολή της διαφημιστικής λειτουργίας του σήματος.
- 96 Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τις διαπιστώσεις του αιτούντος δικαστηρίου, η περίπτωση των προδικαστικών ερωτημάτων είναι η περίπτωση στην οποία εμφανίζονται διαφημιστικοί σύνδεσμοι κατόπιν της εισαγωγής από τον χρήστη του Διαδικτύου μιας λέξης προς αναζήτηση η οποία αντιστοιχεί στο σήμα που έχει επιλεγεί ως λέξη-κλειδί. Δεν αμφισβητείται επίσης, στις υποθέσεις αυτές, ότι οι εν λόγω διαφημιστικοί σύνδεσμοι εμφανίζονται δίπλα ή επάνω από τον κατάλογο των φυσικών αποτελεσμάτων της αναζήτησης. Δεν αμφισβητείται, τέλος, ότι η σειρά των φυσικών αποτελεσμάτων προκύπτει από το κατά πόσον συναφείς είναι οι αντίστοιχοι ιστότοποι με την προς αναζήτηση λέξη που εισάγει ο χρήστης και ότι ο εκμεταλλευόμενος τη μηχανή αναζήτησης δεν ζητεί καμία αμοιβή για την εμφάνιση των αποτελεσμάτων αυτών.
- 97 Από τα ανωτέρω στοιχεία προκύπτει ότι, όταν ο χρήστης εισάγει ως λέξη προς αναζήτηση το όνομα ενός σήματος, θα εμφανιστεί στον κατάλογο των φυσικών αποτελεσμάτων η αρχική διαφημιστική ιστοσελίδα του δικτυακού τόπου του δικαιούχου του σήματος και τούτο συνήθως σε μία από τις πρώτες σειρές του καταλόγου αυτού. Η εμφάνιση αυτή, η οποία είναι εξάλλου δωρεάν, συνεπάγεται ότι η προβολή προς τον διαδικτυακό χρήστη των προϊόντων ή υπηρεσιών του δικαιούχου του σήματος

είναι εξασφαλισμένη, ανεξαρτήτως του κατά πόσον ο δικαιούχος αυτός θα επιτύχει ή όχι να εμφανιστεί και η διαφήμιση σε μία από τις πρώτες σειρές της κατηγορίας «σύνδεσμοι διαφημιζομένων».

- 98 Υπό αυτές τις συνθήκες, επιβάλλεται το συμπέρασμα ότι η χρήση σημείου πανομοιότυπου προς το σήμα άλλου στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης, όπως η επίμαχη στις υποθέσεις της κύριας δίκης, δεν μπορεί να προσβάλει τη διαφημιστική λειτουργία του σήματος.

δ) Συμπέρασμα

- 99 Κατόπιν των ανωτέρω, στο πρώτο ερώτημα στις υποθέσεις C-236/08 και C-237/08 καθώς και στο πρώτο και δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08, πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι:

— τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού 40/94 έχουν την έννοια ότι ο δικαιούχος σήματος μπορεί να απαγορεύσει σε διαφημιζόμενο να προβάλει, βάσει μιας λέξης-κλειδιού πανομοιότυπης με το εν λόγω σήμα την οποία ο διαφημιζόμενος αυτός επέλεξε χωρίς τη συγκατάθεση του εν λόγω δικαιούχου στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο, διαφήμιση για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τις οποίες καταχωρίστηκε το εν λόγω σήμα, όταν η εν λόγω διαφήμιση δεν επιτρέπει ή επιτρέπει δυσχερώς στον μέσο χρήστη του Διαδικτύου να αντιληφθεί αν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή από επιχείρηση που συνδέεται οικονομικώς με αυτόν ή αν, αντιθέτως, προέρχονται από τρίτον.

- ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο ο οποίος αποθηκεύει ως λέξη-κλειδί σημείο πανομοιότυπο με σήμα και οργανώνει την εμφάνιση διαφημίσεων δεν κάνει χρήση του εν λόγω σημείου υπό την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 89/104 ή του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο α' και β', του κανονισμού 40/94.

3. Επί της ερμηνείας των άρθρων 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104 και 9, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94

- ¹⁰⁰ Με το δεύτερο ερώτημά του στην υπόθεση C-236/08, το αιτούν δικαστήριο ερωτά, κατ' ουσίαν, αν ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο ο οποίος αποθηκεύει ως λέξη-κλειδί σημείο που αντιστοιχεί σε σήμα που χαίρει φήμης και οργανώνει βάσει αυτής της λέξης-κλειδιού την εμφάνιση διαφημίσεων, κάνει χρήση του σημείου αυτού την οποία ο δικαιούχος του εν λόγω σήματος δικαιούται να απαγορεύσει βάσει του άρθρου 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104 ή βάσει του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94, όταν το σημείο είναι πανομοιότυπο με κοινοτικό σήμα που χαίρει φήμης.
- ¹⁰¹ Σύμφωνα με τις διαπιστώσεις του αιτούντος δικαστηρίου, στην υπό κρίση υπόθεση έχει αποδειχθεί ότι η Google παρείχε τη δυνατότητα στους διαφημιζόμενους που πρότειναν στους χρήστες του Διαδικτύου απομιμήσεις προϊόντων της Vuitton να επιλέγουν λέξεις-κλειδιά που αντιστοιχούσαν στα σήματα της Vuitton, συνδυαζόμενα με λέξεις- κλειδιά όπως «απομίμηση» και «αντίγραφο».
- ¹⁰² Το Δικαστήριο έχει αποφανθεί, στην περίπτωση της προσφοράς προς πώληση απομιμήσεων, ότι, οσάκις τρίτος επιχειρεί να εκμεταλλευθεί σήμα που χαίρει φήμης, χρησιμοποιώντας σημείο πανομοιότυπο ή παρόμοιο του σήματος, προκειμένου να επωφεληθεί από την έλξη που ασκεί το σήμα αυτό, τη φήμη και το κύρος του, καθώς και να εκμεταλλευθεί, χωρίς να καταβάλει κανένα χρηματικό αντίτιμο και χωρίς ο ίδιος να μοχθήσει προς τούτο, την εμπορική προσπάθεια που καταβάλλει ο δικαιούχος του σήματος για να οικοδομήσει και να εδραιώσει τη φήμη του σήματος αυτού, το όφελος που παρέχεται με τη χρήση αυτή πρέπει να γίνει δεκτό ότι αντλείται αθέμιτα

από τον διακριτικό χαρακτήρα ή από τη φήμη του εν λόγω σήματος (απόφαση L'Oréal κ.λπ., προπαρατεθείσα, σκέψη 49).

- 103 Η νομολογία αυτή έχει εφαρμογή στις περιπτώσεις που οι διαφημιζόμενοι στο Διαδίκτυο διαθέτουν προς πώληση, μέσω της χρήσης σημείων πανομοιότυπων με σήματα που χαίρουν φήμης, όπως τα «Louis Vuitton» ή «Vuitton», προϊόντα που είναι απομιμήσεις των προϊόντων του δικαιούχου των εν λόγω σημάτων.
- 104 Όσον αφορά, ωστόσο, το αν ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης κάνει ο ίδιος χρήση, στην περίπτωση που αποθηκεύει τα σημεία αυτά σε συνδυασμό με όρους όπως «απομίμηση» και «αντιγραφή» ως λέξεις-κλειδιά και παρέχει τη δυνατότητα εμφάνισης διαφημίσεων βάσει αυτών, την οποία ο δικαιούχος των εν λόγω σημάτων έχει δικαίωμα να απαγορεύσει, πρέπει να υπομνησθεί, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 55 έως 57 της παρούσας αποφάσεως, ότι οι πράξεις αυτές του παρέχοντος την υπηρεσία δεν αποτελούν χρήση υπό την έννοια των άρθρων 5 της οδηγίας 89/104 και 9 του κανονισμού 40/94.
- 105 Επομένως, στο δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-236/08 πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι ο παρέχων υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο ο οποίος αποθηκεύει ως λέξη-κλειδί σημείο πανομοιότυπο με σήμα που χαίρει φήμης και οργανώνει την εμφάνιση διαφημίσεων βάσει αυτής της λέξης-κλειδιού δεν κάνει χρήση του εν λόγω σημείου υπό την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 2, της οδηγίας 89/104 ή του άρθρου 9, παράγραφος 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 40/94.

B — Ως προς την ευθύνη του παρέχοντος την υπηρεσία αντιστοίχισης

- 106 Με το τρίτο ερώτημα στην υπόθεση C-236/08, το δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-237/08 και το τρίτο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08, το αιτούν δικαστήριο ερωτά, κατ' ουσίαν, αν το άρθρο 14 της οδηγίας 2000/31 έχει την έννοια ότι η

υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας που συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από τον διαφημιζόμενο, οπότε τα στοιχεία αυτά αποτελούν αντικείμενο «φιλοξενίας» υπό την έννοια του άρθρου αυτού και, επομένως, δεν μπορεί να θεμελιωθεί ευθύνη του παρέχοντος την υπηρεσία αυτή αν αυτός δεν έχει προηγουμένως λάβει γνώση της παράνομης συμπεριφοράς του εν λόγω διαφημιζόμενου.

107 Το τμήμα 4 της οδηγίας 2000/31, που περιλαμβάνει τα άρθρα 12 έως 15 και αγορά το κεφάλαιο με τίτλο «Ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών», αποσκοπεί στον περιορισμό των περιπτώσεων στις οποίες, σύμφωνα με το εφαρμοστέο εθνικό δίκαιο, μπορεί να θεσμοθετηθεί ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών. Επομένως, οι προϋποθέσεις για τη θεμελίωση μιας τέτοιας ευθύνης πρέπει να αναζητηθούν στο πλαίσιο του εν λόγω εθνικού δικαίου, λαμβανομένου, ωστόσο, υπόψη ότι, σύμφωνα με το τμήμα 4 της οδηγίας 2000/31, ορισμένες περιπτώσεις δεν συνεπάγονται ευθύνη των παρεχόντων υπηρεσίες διαμεσολάβησης. Μετά τη λήξη της προθεσμίας για τη μεταφορά στην εσωτερική νομοθεσία της εν λόγω οδηγίας, οι εθνικοί κανόνες που αφορούν την ευθύνη των παρόχων αυτών πρέπει να περιλαμβάνουν τους περιορισμούς της ευθύνης που θεσπίζονται με τα εν λόγω άρθρα.

108 Η Vuitton, η Viaticum και η CNRRH υποστηρίζουν, ωστόσο, ότι υπηρεσία αντιστοίχισης όπως η AdWords δεν αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως αυτή ορίζεται στις εν λόγω διατάξεις της οδηγίας 2000/31, οπότε ο παρέχων μια τέτοια υπηρεσία δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να τύχει του ευεργετήματος των εν λόγω περιορισμών της ευθύνης. Η Google και η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων υποστηρίζουν το αντίθετο.

109 Ο περιορισμός της ευθύνης που προβλέπεται στο άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 2000/31 εφαρμόζεται σε περίπτωση «παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών που παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας σε ένα δίκτυο επικοινωνιών ή στην παροχή πρόσβασης στο δίκτυο επικοινωνιών», και σημαίνει ότι ο παρέχων μια τέτοια υπηρεσία δεν έχει ευθύνη για τα στοιχεία που αποθήκευσε κατόπιν αιτήματος αποδέκτη της εν λόγω υπηρεσίας, εκτός εάν ο εν λόγω πάροχος, αφού έλαβε γνώση, είτε μέσω πληροφορίας από τον θιγόμενο είτε με άλλο τρόπο, του παράνομου χαρακτήρα των στοιχείων

αυτών ή των δραστηριοτήτων του εν λόγω αποδέκτη, δεν προέβη αμέσως σε ενέργειες για να τα αποσύρει ή να καταστήσει αδύνατη την πρόσβαση σ' αυτά.

- 110 Όπως επισημαίνεται στις σκέψεις 14 και 15 της παρούσας αποφάσεως, ο νομοθέτης όρισε την έννοια της «υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας» ως περιλαμβανούσα τις υπηρεσίες που παρέχονται εξ αποστάσεως, μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας και αποθήκευσης δεδομένων, κατόπιν ατομικού αιτήματος του αποδέκτη των υπηρεσιών και, συνήθως, έναντι αμοιβής. Λαμβανομένων υπόψη των χαρακτηριστικών, τα οποία αναφέρονται συνοπτικώς στη σκέψη 23 της παρούσας αποφάσεως, της επίδικης στις υποθέσεις της κύριας δίκης υπηρεσίας αντιστοίχισης, έπεται ότι η υπηρεσία αυτή συγκεντρώνει το σύνολο των στοιχείων που απαρτίζουν την εν λόγω έννοια.
- 111 Δεν μπορεί, εξάλλου, να αμφισβητηθεί ότι ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης έχει ένα ρόλο μεσάζοντα που συνίσταται στη διαβίβαση των πληροφοριών του αποδέκτη της εν λόγω υπηρεσίας, δηλαδή του διαφημιζόμενου, σε ένα δίκτυο επικοινωνίας που είναι ανοικτό στους χρήστες του Διαδικτύου και το οποίο απαιτεί την αποθήκευση, δηλαδή την τοποθέτηση στη μνήμη του διακομιστή του παρέχοντος την υπηρεσία ορισμένων δεδομένων, όπως οι λέξεις-κλειδιά που επιλέχθηκαν από το διαφημιζόμενο, ο διαφημιστικός σύνδεσμος και το διαφημιστικό μήνυμα που τον συνοδεύει, καθώς και η διεύθυνση του ιστότοπου του διαφημιζόμενου.
- 112 Επιπλέον, για να εμπίπτει η αποθήκευση που πραγματοποιεί ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης στο άρθρο 14 της οδηγίας 2000/31, πρέπει η συμπεριφορά του εν λόγω παρόχου να περιορίζεται σε συμπεριφορά «μεσάζοντα παρόχου» όπως αυτή ορίζεται από τον νομοθέτη στο πλαίσιο του τμήματος 4 της εν λόγω οδηγίας.
- 113 Όπως προκύπτει, ωστόσο, από την τεσσαρακοστή δεύτερη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2000/31, οι εξαιρέσεις σε θέματα ευθύνης που προβλέπονται από την οδηγία αυτή καλύπτει μόνον τις περιπτώσεις που η δραστηριότητα του παρέχοντος

υπηρεσίες στο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας έχει χαρακτήρα «καθαρά τεχνικό, αυτόματο και παθητικό», γεγονός που συνεπάγεται ότι ο εν λόγω πάροχος δεν έχει ούτε τη γνώση ούτε τον έλεγχο των πληροφοριών που μεταδίδει ή αποθηκεύει.

- 114 Ως εκ τούτου, προκειμένου να εξακριβωθεί αν η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες αντιστοίχισης μπορεί να περιοριστεί βάσει του άρθρου 14 της οδηγίας 2000/31, είναι αναγκαίο να εξεταστεί αν ο ρόλος που διαδραματίζει ο εν λόγω πάροχος είναι ουδέτερος, στο μέτρο που η συμπεριφορά του είναι καθαρά τεχνική, αυτόματη και παθητική, γεγονός που συνεπάγεται ότι δεν είχε γνώση ή έλεγχο των στοιχείων που αποθηκεύει.
- 115 Όσον αφορά την επίδικη στις υποθέσεις της κύριας δίκης υπηρεσία αντιστοίχισης, από τον φάκελο και την περιγραφή της εν λόγω υπηρεσίας που παρατίθεται στις σκέψεις 23 και επόμενες της παρούσας αποφάσεως προκύπτει ότι η Google, χρησιμοποιώντας το λογισμικό που έχει αναπτύξει, προβαίνει σε επεξεργασία των στοιχείων που υποβάλλουν οι διαφημιζόμενοι και ότι αυτό έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση των διαφημίσεων υπό συνθήκες τις οποίες ελέγχει η Google. Συγκεκριμένα, η Google καθορίζει τη σειρά εμφάνισης αναλόγως, μεταξύ άλλων, της αμοιβής που καταβάλλουν οι διαφημιζόμενοι.
- 116 Πρέπει να επισημανθεί ότι το γεγονός και μόνον ότι η υπηρεσία αντιστοίχισης είναι επί πληρωμή ή ότι η Google καθορίζει τις λεπτομέρειες της αμοιβής ή ότι παρέχει γενικές πληροφορίες στους πελάτες της δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα ότι η Google αποκλείεται από την εφαρμογή των εξαιρέσεων σε θέματα ευθύνης που προβλέπονται από την οδηγία 2000/31.
- 117 Ομοίως, η αντιστοιχία μεταξύ της επιλεγθείσας λέξης-κλειδιού και του όρου αναζήτησης που εισήγαγε ο χρήστης του Διαδικτύου δεν αρκεί από μόνη της για να θεωρηθεί ότι η Google έχει γνώση ή έλεγχο των στοιχείων που εισήχθησαν στο σύστημα από τους διαφημιζόμενους και αποθηκεύθηκαν στον διακομιστή του.

- 118 Είναι αντιθέτως σημαντικός, στο πλαίσιο της εξέτασης που αναφέρεται στη σκέψη 114 της παρούσας αποφάσεως, ο ρόλος της Google στη διατύπωση του διαφημιστικού μηνύματος που συνοδεύει τον διαφημιστικό σύνδεσμο ή στη δημιουργία ή την επιλογή των λέξεων-κλειδιών.
- 119 Λαμβάνοντας υπόψη τις ανωτέρω σκέψεις, εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο, το οποίο είναι σε θέση να γνωρίζει καλύτερα τους συγκεκριμένους τρόπους παροχής της υπηρεσίας στις υποθέσεις της κύριας δίκης, να εκτιμήσει αν ο ρόλος της Google συμπίπτει με αυτόν που περιγράφεται στη σκέψη 114 της παρούσας αποφάσεως.
- 120 Επομένως, στο τρίτο ερώτημα στην υπόθεση C-236/08, στο δεύτερο ερώτημα στην υπόθεση C-237/08 και στο τρίτο ερώτημα στην υπόθεση C-238/08 πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 14 της οδηγίας 2000/31 έχει την έννοια ότι ο κανόνας του άρθρου αυτού έχει εφαρμογή στον παρέχοντα υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο όταν ο εν λόγω παρέχων δεν είχε ενεργό ρόλο που θα του επέτρεπε να έχει γνώση ή έλεγχο των αποθηκευμένων στοιχείων. Εάν δεν είχε τέτοιο ρόλο, ο εν λόγω πάροχος δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνος για τα στοιχεία που αποθήκευσε κατόπιν αιτήματος διαφημιζόμενου, εκτός εάν, έχοντα λάβει γνώση του παράνομου χαρακτήρα των στοιχείων αυτών ή των δραστηριοτήτων του εν λόγω διαφημιζόμενου, δεν προέβη αμέσως σε ενέργειες για να τα αποσύρει ή να καταστήσει αδύνατη την πρόσβαση σ' αυτά.

IV — Επί των δικαστικών εξόδων

- 121 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων. Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν όσοι υπέβαλαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, πλην των ως άνω διαδίκων, δεν αποδίδονται.

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (τμήμα μείζονος συνθέσεως) αποφαινεται:

- 1) Τα άρθρα 5, παράγραφος 1, στοιχείο α', της πρώτης οδηγίας 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων, και 9, παράγραφος 1, στοιχείο α', του κανονισμού (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1993, για το κοινοτικό σήμα, έχουν την έννοια ότι ο δικαιούχος σήματος μπορεί να απαγορεύσει σε διαφημιζόμενο να προβάλλει, βάσει μιας λέξης-κλειδιού πανομοιότυπης με το εν λόγω σήμα την οποία ο διαφημιζόμενος αυτός επέλεξε χωρίς τη συγκατάθεση του εν λόγω δικαιούχου στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο, διαφήμιση για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για τα οποία καταχωρίστηκε το εν λόγω σήμα, όταν η εν λόγω διαφήμιση δεν επιτρέπει ή επιτρέπει δυσχερώς στον μέσο χρήστη του Διαδικτύου να αντιληφθεί αν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή από επιχείρηση που συνδέεται οικονομικώς με αυτόν ή αν, αντιθέτως, προέρχονται από τρίτον.

- 2) Ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο ο οποίος αποθηκεύει ως λέξη-κλειδί σημείο πανομοιότυπο με σήμα και οργανώνει βάσει αυτής της λέξης-κλειδιού την εμφάνιση διαφημίσεων δεν κάνει χρήση του εν λόγω σημείου υπό την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 1 και 2, της οδηγίας 89/104 ή του άρθρου 9, παράγραφος 1, του κανονισμού 40/94.

- 3) Το άρθρο 14 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»), έχει την έννοια ότι ο κανόνας του άρθρου αυτού έχει εφαρμογή στον παρέχοντα υπηρεσία αντιστοίχισης στο Διαδίκτυο όταν ο εν λόγω παρέχων δεν είχε ενεργό ρόλο που θα του επέτρεπε να έχει γνώση ή έλεγχο των αποθηκευμένων στοιχείων. Εάν δεν είχε τέτοιο ρόλο, ο εν λόγω πάροχος δεν έχει ευθύνη για τα στοιχεία που αποθήκευσε κατόπιν αιτήματος διαφημιζόμενου, εκτός εάν, έχοντας λάβει γνώση του παράνομου χαρακτήρα των στοιχείων αυτών ή των

δραστηριοτήτων του εν λόγω διαφημιζόμενου, δεν προέβη αμέσως σε ενέργειες για να τα αποσύρει ή να καταστήσει αδύνατη την πρόσβαση σ' αυτά.

(υπογραφές)