

Petición de decisión prejudicial planteada por el Tribunal Constitucional (Portugal) el 3 de marzo de 2021 — Autoridade Tributária e Aduaneira / VectorImpacto — Automóveis Unipessoal Lda

(Asunto C-136/21)

(2021/C 189/13)

Lengua de procedimiento: portugués

Órgano jurisdiccional remitente

Tribunal Constitucional

Partes en el procedimiento principal

Recurrente: Autoridade Tributária e Aduaneira

Recurrida: VectorImpacto — Automóveis Unipessoal Lda

Cuestión prejudicial

¿Puede interpretarse el artículo 110 TFUE, de forma aislada o en relación con el artículo 191 TFUE, en particular, con su apartado 2, en el sentido de que no se opone a una norma de Derecho nacional que no tiene en cuenta el componente medioambiental a la hora de aplicar reducciones asociadas a la depreciación media del valor de los vehículos en el mercado nacional al impuesto que grava los vehículos de segunda mano con matrícula definitiva comunitaria atribuida por otros Estados miembros de la Unión Europea, permitiendo que la cuota así calculada sea superior a la que grava los vehículos de segunda mano nacionales equivalentes?

Petición de decisión prejudicial planteada por el tribunal d'arrondissement (Luxemburgo) el 8 de marzo de 2021 — Christian Louboutin / Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl, Amazon Services Europe Sàrl

(Asunto C-148/21)

(2021/C 189/14)

Lengua de procedimiento: francés

Órgano jurisdiccional remitente

Tribunal d'arrondissement

Partes en el procedimiento principal

Demandante: Christian Louboutin

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

Cuestiones prejudiciales

1 ¿Debe interpretarse el artículo 9, apartado 2, del Reglamento 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, ⁽¹⁾ sobre la marca de la Unión Europea, en el sentido de que el uso de un signo idéntico a una marca en un anuncio presentado en un sitio de Internet es imputable al operador de tal sitio o a las entidades económicamente vinculadas a él como consecuencia de la combinación en ese sitio de las ofertas propias del operador o de las entidades económicamente vinculadas a él y las ofertas de terceros vendedores, mediante la integración de estos anuncios en la propia comunicación comercial del operador o de las entidades económicamente vinculadas a él?

¿Cabe considerar que dicha integración se ve reforzada por el hecho de que:

— los anuncios se muestran de manera uniforme en el sitio de Internet;

- los anuncios propios del operador y de las entidades económicamente vinculadas a él y de los terceros vendedores se muestran sin distinguir su procedencia en las secciones publicitarias de los sitios de Internet de terceros en forma de ventana emergente, pero exhibiendo claramente el logotipo del operador o de las entidades económicamente vinculadas a él;
- el operador o las entidades económicamente vinculadas a él ofrecen un servicio integral a los terceros vendedores, que incluye una asistencia para la elaboración de los anuncios y para la fijación de los precios de venta, así como el almacenamiento y el envío de los productos;
- el sitio de Internet del operador y de las entidades económicamente vinculadas a él está diseñado de manera que se presenta en forma de tiendas y de etiquetas tales como «Los más vendidos», «Los más deseados» o «Los más regalados», sin que, a primera vista, haya una distinción aparente entre los productos propios del operador y de las entidades económicamente vinculadas a él y los productos de los terceros vendedores?

2 ¿Debe interpretarse el artículo 9, apartado 2, del Reglamento 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea, en el sentido de que el uso de un signo idéntico a una marca en un anuncio presentado en un sitio de venta en línea es, en principio, imputable al operador de tal sitio o a las entidades económicamente vinculadas a él cuando el internauta normalmente informado y razonablemente atento perciba que dicho operador o una entidad económicamente vinculada a él ha desempeñado un papel activo en la elaboración de dicho anuncio o que este último forma parte de la propia comunicación comercial de tal operador?

¿Influye en esta percepción:

- la circunstancia de que dicho operador y/o las entidades económicamente vinculadas a él sean distribuidores de renombre de los más variados productos, entre ellos los productos de la categoría de los anunciados;
- la circunstancia de que el anuncio mostrado de esta forma presente un encabezado en el que se reproduce la marca de servicio de dicho operador o de las entidades económicamente vinculadas a él, marca que goza de renombre como marca de distribuidor,
- o, asimismo, la circunstancia de que dicho operador o las entidades económicamente vinculadas a él ofrezcan simultáneamente en dicho anuncio servicios que tradicionalmente ofrecen los distribuidores de productos de la misma categoría que aquella a la que pertenece el producto anunciado?

3 ¿Debe interpretarse el artículo 9, apartado 2, del Reglamento 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre la marca de la Unión Europea, en el sentido de que el envío, en el tráfico económico y sin el consentimiento del titular de una marca, al consumidor final de un producto provisto de un signo idéntico a la marca, únicamente constituye un uso imputable al expedidor si este tiene un conocimiento efectivo de la colocación de dicho signo en el producto?

¿Cabe considerar que dicho expedidor es el usuario del signo en cuestión si él mismo o una entidad económicamente vinculada a él informa al consumidor final de que se encargará de dicho envío, después de que dicho expedidor, o una entidad económicamente vinculada a él, haya almacenado el producto con ese fin?

¿Cabe considerar que dicho expedidor es el usuario del signo en cuestión si él mismo o una entidad económicamente vinculada a él ha contribuido previamente de manera activa a la exhibición, en el tráfico económico, de un anuncio del producto provisto de dicho signo o ha registrado el pedido del consumidor final a raíz de dicho anuncio?

(¹) DO 2017, L 154, p. 1.