Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (suurkoda)

22. detsember 2022 *

Eelotsusetaotlus – Euroopa Liidu kaubamärk – Määrus (EL) 2017/1001 – Artikli 9 lõike 2 punkt a – Euroopa Liidu kaubamärgiga antavad õigused – Mõiste „kasutamine“ – Veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldaja – Kolmandast isikust müüjate poolt sellel veebipõhisel kauplemiskohal avaldatud reklaamkuulutused, milles on kasutatud muule isikule kuuluva kaubamärgiga identset tähist kaupade suhtes, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud – Selle tähise tajumine veebisaidi haldaja kaubandusteadaannete lahutamatu osana – Reklaamkuulutuste esitamise viis, mis ei võimalda selle veebisaidi haldaja pakkumusi kolmandast isikust müüjate pakkumustest selgesti eristada

Liidetud kohtuasjades C-148/21 ja C-184/21,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel tribunal d’arrondissement de Luxembourgi (Luxembourgi piirkondlik kohus, Luksemburg) 5. märtsi 2021. aasta otsusega ja tribunal de l’entreprise francophone de Bruxelles’i (Brüsseli prantsuskeelne kaubanduskohus, Belgia) 22. märtsi 2021. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlused, mis saabusid Euroopa Kohtusse vastavalt 8. märtsil 2021 ja 24. märtsil 2021, menetlustes

Christian Louboutin

versus

Amazon Europe Core Sàrl (C-148/21),

Amazon EU Sàrl (C-148/21),

Amazon Services Europe Sàrl (C-148/21),

Amazon.com Inc. (C-184/21),

Amazon Services LLC (C-184/21),

EUROOPA KOHUS (suurkoda),

koosseisus: president K. Lenaerts, asepresident L. Bay Larsen, kodade presidendid A. Prechal, K. Jürimäe, C. Lycourgos, M. Safjan, P. G. Xuereb, D. Gratsias ja M. L. Arastey Sahún ning kohtunikud M. Ilešič (ettekandja), F. Biltgen, I. Ziemele ja J. Passer,

kohtujurist: M. Szpunar,

* Kohtumenetluse keel: prantsuse.

kohtusekretär: ametnik V. Giacobbo,

arvestades kirjalikku menetlust ja 22. veebruari 2022. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– Christian Louboutin, esindajad: *avocats* M. Decker, N. Decker ja T. van Innis,

– Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl ja Amazon Services Europe Sàrl, esindajad: *Rechtsanwälte* S. Ampatziadis, H. Bälz, A. Conrad ja F. Seip ning *advocaat* E. Taelman,

– Amazon.com Inc. ja Amazon Services LLC, esindajad: *advocaat* L. Depypere, *avocat* R. Dupont ja *advocaat* T. Heremans,

– Saksamaa valitsus, esindajad: J. Möller, U. Bartl ja M. Hellmann,

– Euroopa Komisjon, esindajad: É. Gippini Fournier, S. L. Kalėda ja J. Samnadda,

olles 2. juuni 2022. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlused puudutavad Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1) artikli 9 lõike 2 punkti a tõlgendamist.

2 Taotlused on esitatud kohtuvaidluses ühelt poolt Christian Louboutini ning teiselt poolt Amazon Europe Core Sàrli, Amazon EU Sàrli ja Amazon Services Europe Sàrli vahel (kohtuasjas C-148/21) ja ühelt poolt Christian Louboutini ning teiselt poolt Amazon.com Inc-i ja Amazon Services LLC vahel (kohtuasjas C-184/21) (edaspidi koos ja vahet tegemata mõlemas kohtuasjas „Amazon“) seoses sellega, et Amazon on Christian Louboutinile kuuluva ELi kaubamärgiga identseid tähiseid väidetavalt kasutanud ilma viimase nõusolekuta kaupade suhtes, mis on identsed kaupadega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud.

Õiguslik raamistik

Määrus 2017/1001

3 Määruse 2017/1001 II peatüki 2. jaos „ELi kaubamärgi õiguslik toime“ sisalduva artikli 9 „ELi kaubamärgiga antavad õigused“ lõigetes 1–3 on ette nähtud:

„1. ELi kaubamärgi registreerimine annab kaubamärgiomanikule selle suhtes ainuõiguse.

2. Ilma et see piiraks kaubamärgiomanike õigusi, mis on omandatud enne ELi kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva või prioriteedikuupäeva, on sama ELi kaubamärgi omanikul õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast äritegevuse käigus ilma tema nõusolekuta kaupade või teenustega seoses mis tahes tähist, kui:

a) tähis on identne ELi kaubamärgiga ja seda kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud;

[…]

3. Lõike 2 alusel võib eelkõige keelata järgmised toimingud:

[…]

b) tähisega kaupade pakkumine, turulelaskmine või ladustamine nimetatud otstarbel või tähisega teenuste pakkumine või nendele osutamine;

[…]

e) tähise kasutamine äridokumentidel või reklaamides;

f) tähise kasutamine võrdlevas reklaamis viisil, mis on vastuolus [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta direktiiviga 2006/114/EÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta (ELT 2006, L 376, lk 21)].“

Direktiiv 2004/48/EÜ

4 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 29. aprilli 2004. aasta direktiivi 2004/48/EÜ intellektuaalomandi õiguste jõustamise kohta (ELT 2004, L 157, lk 45; ELT eriväljaanne 17/02, lk 32) artiklis 11 „Kohtulikud tõkendid“ on ette nähtud:

„Liikmesriigid tagavad, et kohtuasutused võivad esitada rikkuja suhtes edasist rikkumist keelavad tõkendid, kui kohtuotsusega on leitud, et intellektuaalomandi õigusi on rikutud. Vastava siseriikliku seaduse korral tähendab allumatus kohtu tõkenditele korduvat rahalist trahvi koos tõkenditele allumise tagamisega. Ilma et see piiraks [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta direktiivi 2001/29/EÜ autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas (EÜT 2001, L 167, lk 10; ELT eriväljaanne 17/01, lk 230)] artikli 8 lõike 3 kohaldamist, tagavad liikmesriigid lisaks, et õiguste valdajad võivad nõuda kohtulikke tõkendeid vahendajate suhtes, kelle teenuseid kasutas kolmas osapool intellektuaalomandi õiguste rikkumisel.“

Direktiiv 2000/31/EÜ

5 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 8. juuni 2000. aasta direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul („direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta“) (EÜT 2000, L 178, lk 1; ELT eriväljaanne 13/25, lk 399) artikli 14 „Teabe talletamine“ lõikes 1 on ette nähtud:

„Kui osutatakse infoühiskonna teenust, mis seisneb teenuse saaja poolt pakutava teabe talletamises, tagavad liikmesriigid, et teenuseosutaja ei vastuta teenuse saaja taotluse põhjal talletatava teabe eest järgmistel tingimustel:

a) teenuseosutajal ei ole tegelikku teavet ebaseadusliku tegevuse või teabe kohta ja kahjutasunõuete osas ei tea ta fakte või asjaolusid, millest ilmneb ebaseaduslik tegevus või teave,

või

b) sellistest asjaoludest teadlikuks saades kõrvaldab teenuseosutaja kiiresti teabe või tõkestab juurdepääsu sellele.“

Põhikohtuasjad ja eelotsuse küsimused

6 Christian Louboutin on Prantsuse luksusjalatsite ja -käekottide disainer, kelle kõige kuulsamad tooted on kõrge kontsaga naistejalatsid. Alates 1990. aastate keskpaigast on ta lisanud oma kõrge kontsaga jalatsitele punaseks värvitud välistalla, mille Pantone värvikood on 18-1663TP.

7 See värvitoon, mida kasutatakse kõrge kontsaga jalatsi tallal, on registreeritud Beneluxi kaubamärgina 25. veebruaril 2005 Haagis Belgia Kuningriigi, Luksemburgi Suurhertsogiriigi ja Madalmaade Kuningriigi poolt allkirjastatud Beneluxi intellektuaalomandi konventsiooni (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) alusel. Sama kaubamärk on alates 10. maist 2016 registreeritud ELi kaubamärgina (edaspidi „asjaomane kaubamärk“).

8 Amazon haldab veebisaite, millel pakub müügiks mitmesugust kaupa nii otse enda nimel ja arvel kui ka kaudselt, pakkudes ka kolmandast isikust müüjatele veebipõhist kauplemiskohta. Kolmandast isikust müüjate poolt veebipõhisel kauplemiskohal müüdava kauba saatmise võivad korraldada need isikud ise või ka Amazon, kes sellisel juhul ladustab asjaomase kauba oma turustuskeskustes ja saadab need ostjatele oma ladudest.

9 Neil veebisaitidel ilmub sageli punase tallaga jalatsite müügikuulutusi, mis C. Louboutini väitel puudutavad ilma tema nõusolekuta turule viidud kaupa.

Kohtuasi C-148/21

10 C. Louboutin esitas 19. septembril 2019 tribunal d’arrondissement de Luxembourgile (Luxembourgi piirkondlik kohus, Luksemburg), kes on kohtuasjas C-148/21 eelotsusetaotluse esitanud kohus, Amazoni vastu asjaomasest kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumise hagi. C. Louboutin palub tunnistada Amazoni vastutavaks asjaomasest kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumise eest, kohustada teda sunniraha ähvardusel lõpetama selle kaubamärgiga

identsete tähiste äritegevuse käigus kasutamine kogu liidu territooriumil peale Beneluxi territooriumi ning mõista Amazonilt välja asjaomaste tähiste kasutamisega väidetavalt tekitatud kahju hüvitis.

11 C. Louboutini nõuded põhinevad määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punktil a. Ta väidab, et Amazon on ilma tema nõusolekuta kasutanud asjaomase kaubamärgiga identset tähist kaupade suhtes, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, eelkõige kuvades oma veebimüügisaitidel identse tähisega tähistatud kaupade reklaamkuulutusi, kuid ka neid kaupu ladustades, saates ja kätte toimetades. C. Louboutini hinnangul saab tähise kasutamise omistada Amazonile, kuna kõnealusel äriühingul on olnud asjaomase tähise kasutamisel aktiivne roll ning kuna kaubamärgist tulenevaid õigusi rikkuvat kaupa puudutavad reklaamkuulutused kuulusid tema enda kaubandusteadaannete hulka. Amazoni ei saa seetõttu pidada pelgalt veebisaitide majutuse teenuse osutajaks või neutraalseks vahendajaks, kuna ta pakub kolmandast isikust müüjatele abi eelkõige nende pakkumuste esitamise optimeerimisel.

12 Amazon eitab, et asjaomase kaubamärgiga identse tähise kasutamist saaks talle süüks panna. Ta viitab mitmele Euroopa Kohtu otsusele seoses muude veebipõhise kauplemiskoha haldajatega, näiteks äriühinguga eBay, väites, et teda kui veebipõhise kauplemiskoha haldajat ei saa pidada vastutavaks selle eest, et tema veebipõhisel kauplemiskohal tegutsevad kolmandast isikust müüjad kasutavad asjaomase kaubamärgiga identset tähist. Amazon väidab, et see, kuidas tema veebimüügisaitidel sisalduvad veebipõhised kauplemiskohad toimivad, ei erine märkimisväärselt muude veebipõhiste kauplemiskohtade toimimise viisist ning tema logo lisamine kolmandast isikust müüjate reklaamkuulutustele ei tähenda, et need kuulutused oleksid tema omad. Amazon leiab, et samuti ei võimalda tema poolt kolmandast isikust müüjatele pakutavad lisateenused põhjendada nende isikute tehtud pakkumuste lugemist tema enda kaubandusteadaannete hulka. See, kui teenuseosutaja loob kaitstud kaubamärgiga identse tähise kasutamiseks vajalikud tehnilised tingimused ja saab selle teenuse eest tasu, ei tähenda, et sellise teenuse osutaja ise seda tähist kasutab.

13 Kohtuasjas C-148/21 eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul seisneb Amazoni hallatavate veebimüügisaitide toimimisviis selles, et sama kaubakategooria jaoks koondatakse kokku reklaamkuulutused, mis pärinevad nii sellelt äriühingult endalt kui ka kõnealusel veebisaidil sisalduval veebipõhisel kauplemiskohal tegutsevatelt kolmandast isikust müüjatelt. Seeläbi erineb ta muude äriühingute, nagu eBay või Rakuten, veebipõhisest kauplemiskohast, kes piirduvad sellega, et nad haldavad vastavat veebipõhist kauplemiskohta, ja kes seega avaldavad üksnes kolmandast isikust müüjatelt pärinevaid reklaamkuulutusi, ilma et nad ise tegeleksid kauba müümise mis tahes tegevusega. Amazon ei ole siiski ainus, kes kasutab seda „hübriidset“ ärimudelit. Sellised ettevõtjad nagu äriühing Cdiscount võtavad oma kaubavaliku kõrval samuti vastu kolmandast isikust müüjate kaupa.

14 Seetõttu tuleb Euroopa Kohtu praktikat ja eelkõige 12. juuli 2011. aasta kohtuotsust L’Oréal jt (C-324/09, EU:C:2011:474) arvestades kindlaks teha, kas Amazoni veebimüügisaitide selline toimimisviis võib tuua kaasa selle, et nende veebisaitide haldaja kasutab asjaomase kaubamärgiga identset tähist, kuivõrd ta integreerib kolmandast isikust müüjate pakkumusi omaenda kaubandusteadaannetesse.

15 Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib veel teada, kas veebipõhist kauplemiskohta sisaldavate veebimüügisaitide haldaja suuremal või vähemal määral aktiivsele rollile võib avaldada mõju see, kuidas avalikkus seda tajub.

16 Lõpetuseks on eelotsusetaotluse esitanud kohtul tekkinud küsimus, kas sellist haldajat tuleb käsitada nii, et ta kasutab kaitstud kaubamärgiga identset tähist, kui ta võtab enda peale selle tähisega tähistatud kaupade saatmise. 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsuses Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267) ei võtnud Euroopa Kohus selles küsimuses seisukohta, kuna kohtuasjas, milles see kohtuotsus tehti, saatis kauba sõltumatu teenusepakkuja.

17 Neil asjaoludel otsustas tribunal d'arrondissement de Luxembourg (Luxembourgi piirkondlik kohus) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiga identse tähise kasutamine veebisaidil kuvatavas reklaamis on omistatav veebisaidi haldajale või temaga majanduslikult seotud ettevõtjale seetõttu, et sellel veebisaidil kuvatakse veebisaidi haldaja enda ja temaga majanduslikult seotud ettevõtja ning kolmandast isikust müüja pakkumused segiläbi nii, et need reklaamkuulutused on integreeritud veebisaidi haldaja või temaga majanduslikult seotud ettevõtja enda kaubandusteadaannetesse?

   Kas sellist integreeritust tugevdab asjaolu, et:

   – reklaamid on esitatud veebisaidil ühetaoliselt?

   – veebisaidi haldaja ja temaga majanduslikult seotud ettevõtja ning kolmandast isikust müüja reklaamid kuvatakse päritolu järgi vahet tegemata, kuid veebisaidi haldaja või temaga majanduslikult seotud ettevõtja logo kuvatakse selgelt kolmanda isiku veebisaitide reklaamirubriigis hüpikreklaami kujul?

   – veebisaidi haldaja või temaga majanduslikult seotud ettevõtja osutab kolmandast isikust müüjale tervikteenust, mis hõlmab abi reklaami koostamisel ja müügihindade kindlaksmääramisel, kaupade ladustamisel ja saatmisel?

   – veebisaidi haldaja ja temaga majanduslikult seotud ettevõtja veebisait on kujundatud nii, et seda esitletakse poodide ja niisuguste märgiste kujul nagu „parim müük", „enim nõutud" või „kõige enam pakutav", ilma et esmapilgul tehtaks vahet veebisaidi haldaja ja temaga majanduslikult seotud ettevõtja enda kaupadel ning kolmandast isikust müüja kaupadel?

2. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiga identse tähise kasutamine veebimüügisaidil kuvatavas reklaamis on üldjuhul omistatav selle saidi haldajale või temaga majanduslikult seotud ettevõtjale, kui piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik internetikasutaja tajub, et sellel veebisaidi haldajal või temaga majanduslikult seotud ettevõtjal oli selle reklaami koostamisel aktiivne roll või et seda reklaami tajutakse selle veebisaidi haldaja enda kaubandusteadaannete osana?

   Kas sellist tajumist mõjutab:

   – asjaolu, et see haldaja ja/või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on mainekas mitmesuguste kaupade, sealhulgas reklaamis kiidetud kaubakategooria kaupade turustaja;

   – või asjaolu, et sellisel viisil kuvatud reklaami päises on reprodutseeritud selle haldaja või temaga majanduslikult seotud ettevõtja kaubamärk, kuna see kaubamärk on mainekas teatava turustaja kaubamärgina;

– või ka asjaolu, et see haldaja või temaga majanduslikult seotud ettevõtja pakub selle kuvamisega samal ajal teenuseid, mida pakuvad tavaliselt sama kategooria kaupade turustajad, kuhu kuulub reklaamis esitletud kaup?

3. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiga identse tähisega kauba lõpptarbijale saatmine äritegevuse käigus ilma kaubamärgiomaniku nõusolekuta on kasutamisena omistatav saatjale üksnes siis, kui viimane on tegelikult teadlik sellest, et kaubal on see tähis?

   Kas selline saatja on asjaomase tähise kasutaja, kui ta ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on teatanud lõpptarbijale, et ta võtab kauba saatmise enda peale pärast seda, kui ta ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on kaupa sel otstarbel ladustanud?

   Kas selline saatja on asjaomase tähise kasutaja, kui tema ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on enne aktiivselt panustanud selle tähisega tähistatud kauba reklaami kuvamisse kaubandustegevuse käigus või on reklaami alusel lõpptarbija tellimuse registreerinud?“

Kohtuasi C-184/21

18 C. Louboutin esitas 4. oktoobril 2019 tribunal de l’entreprise francophone de Bruxelles’ile (Brüsseli prantsuskeelne kaubanduskohus, Belgia), kes on kohtuasjas C-184/21 eelotsusetaotluse esitanud kohus, Amazoni vastu asjaomasest kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumise hagi, milles palus kohustada Amazoni asjaomase kaubamärgi kasutamine lõpetama ning mõista temalt välja selle kasutamisega tekitatud kahju, tuginedes sisuliselt samadele argumentidele nagu need, mille ta esitas kohtuasjas C-148/21 eelotsusetaotluse esitanud kohtu menetluses.

19 Amazoni väitel aga ei kujuta esiteks asjaolu, et ta avaldab enda veebimüügisaitidel sisalduvatel veebipõhistel kauplemiskohtadel kolmandast isikust müüjate väidetavalt teatavast kaubamärgist tulenevaid õigusi rikkuvate jalatsite pakkumusi, ja teiseks asjaolu, et ta võtab nende jalatsite saatmise enda peale, endast asjaomase kaubamärgi kasutamist selle äriühingu poolt.

20 Kohtuasjas C-184/21 eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et tema menetluses oleva vaidluse kohta otsuse tegemiseks tuleb välja selgitada esiteks seda, millistel asjaoludel võib kolmandast isikust müüjalt pärinevas müügipakkumuses teatavast kaubamärgist tulenevaid õigusi rikkuva tähise kasutamise omistada vastavat veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldajale, teiseks seda, kas ja millistel asjaoludel tuleb selle kasutamise omistamisel arvestada, kuidas avalikkus pakkumust tajub, ja kolmandaks seda, kas – ja sel juhul mis tingimustel – asjaolu, et Amazon võtab enda peale asjaomase kaubamärgiga identse tähisega tähistatud kauba saatmise, kujutab endast selle kaubamärgi kasutamist, mille võib määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a alusel omistada sellele äriühingule.

21 Neil asjaoludel otsustas tribunal de l’entreprise francophone de Bruxelles (Brüsseli prantsuskeelne kaubanduskohus, Belgia) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiga identse tähise kasutamine veebisaidil kuvatavas reklaamis on üldjuhul omistatav selle saidi haldajale, kui piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik internetikasutaja tajub, et see veebisaidi haldaja täitis selle reklaami koostamisel aktiivset rolli, või et see internetikasutaja võib seda reklaami tajuda veebisaidi haldaja enda kaubandusteadaannete osana?

Kas sellist tajumist mõjutab:

– asjaolu, et see haldaja on mainekas mitmesuguste kaupade, sealhulgas reklaamis kiidetud kaubakategooria kaupade turustaja;

– või asjaolu, et sellisel viisil kuvatud reklaami päises on reprodutseeritud selle haldaja teenusemärk, mis on tuntud turustaja teenusemärgina;

– või ka asjaolu, et see haldaja pakub selle kuvamisega samal ajal teenuseid, mida pakuvad tavaliselt sama kategooria kaupade turustajad, kuhu kuulub reklaamis esitletud kaup?

2. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiga identse tähisega kauba lõpptarbijale saatmine kaubandustegevuse käigus ilma kaubamärgiomaniku nõusolekuta on kasutamisena omistatav saatjale üksnes siis, kui viimane on tegelikult teadlik sellest, et kaubal on see tähis?

   Kas selline saatja on asjaomase tähise kasutaja, kui ta ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on teatanud lõpptarbijale, et ta võtab kauba saatmise enda peale pärast seda, kui ta ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on kaupa sel otstarbel ladustanud?

   Kas selline saatja on asjaomase tähise kasutaja, kui tema ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja on enne aktiivselt panustanud selle tähisega tähistatud kauba reklaami kuvamisse kaubandustegevuse käigus või on reklaami alusel lõpptarbija tellimuse registreerinud?“

22 Euroopa Kohtu presidendi 16. aprilli 2021. aasta otsusega liideti kohtuasjad C-148/21 ja C-184/21 suulise menetluse ja kohtuotsuse huvides.

Eelotsuse küsimuste analüüs

23 Oma küsimustega, mida tuleb analüüsida koos, paluvad eelotsusetaotluse esitanud kohtud sisuliselt selgitada, kas määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et sellise veebimüügisaidi haldajat, mis lisaks haldaja enda müügipakkumustele sisaldab ka veebipõhist kauplemiskohta, saab käsitada nii, et ta ise kasutab teatavale muule isikule kuuluva ELi kaubamärgiga identset tähist kaupade jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, kui kolmandast isikust müüjad pakuvad niisugusel veebipõhisel kauplemiskohal ilma asjaomase kaubamärgi omaniku nõusolekuta müügiks vastava tähisega tähistatud kaupu. Eelkõige on eelotsusetaotluse esitanud kohtud tõstatanud küsimuse, kas sellega seoses omavad tähtsust asjaolud, et niisugune haldaja kasutab oma veebisaidil avaldatud pakkumuste ühetaolist esitusviisi, avaldades samal ajal reklaamkuulutusi nii kauba kohta, mida ta müüb oma nimel ja arvel, kui ka kolmandast isikust müüjate pakutava kauba kohta asjaomasel veebipõhisel kauplemiskohal, et ta kuvab kõigil neil reklaamkuulutustel enda kui maineka turustaja logo ja et ta pakub kolmandast isikust müüjatele nende kauba turustamise raames lisateenuseid, mis seisnevad selles, et ta osutab abi nende reklaamkuulutuste esitamisel, samuti samal turul pakutava kauba ladustamisel ja saatmisel. Selles kontekstis on eelotsusetaotluse esitanud kohtutel tekkinud ka küsimus, kas vajaduse korral tuleb arvesse võtta seda, kuidas kõnealuse veebisaidi kasutajad neid reklaamkuulutusi tajuvad.

24 Määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a kohaselt annab ELi kaubamärgi registreerimine selle omanikule õiguse takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus selle kaubamärgiga identset tähist kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille suhtes kaubamärk on registreeritud.

25 Sellega seoses tuleb kõigepealt märkida, et mõistet „kasutamine“ määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 tähenduses ei ole selles määruses määratletud.

26 Euroopa Kohtu väljakujunenud praktikast tuleneb, et kaubamärgiomanikul on õigus keelata kolmandal isikul kasutada ilma tema nõusolekuta selle kaubamärgiga identset tähist, kui seda kasutatakse kaubandustegevuse käigus kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes kaubamärk on registreeritud, ja selline kasutamine mõjutab või võib mõjutada kahjulikult kaubamärgi ülesandeid, mille hulka kuulub kaubamärgi peamine ülesanne tagada tarbijatele asjaomase kauba või teenuse päritolu (vt selle kohta 3. märtsi 2016. aasta kohtuotsus Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, punkt 26 ja seal viidatud kohtupraktika).

27 Euroopa Kohus on ka täpsustanud, et „kasutamine“ selle tavatähenduses eeldab aktiivset tegevust ja otsest või kaudset kontrolli kasutamist kujutava toimingu üle, ning märkinud, et määruse 2017/1001 artikli 9 lõige 3, milles on esitatud näitlik loetelu neist kasutusviisidest, mida kaubamärgiomanik võib keelata, hõlmab üksnes kolmandate isikute aktiivset tegevust (vt selle kohta 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 37 ja seal viidatud kohtupraktika), mille hulka kuulub artikli 9 lõike 3 punktis b nimetatud kaubamärgiõigusi rikkuva kauba pakkumine, turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel.

28 Selles kontekstis tuletas Euroopa Kohus meelde, et määruse 2017/1001 artikli 9 eesmärk on anda ELi kaubamärgi omanikule õiguslik vahend, mis võimaldab tal keelata ja seega lõpetada oma kaubamärgi mis tahes kasutamine kolmanda isiku poolt ilma tema nõusolekuta. Samas on ainult kolmandal isikul, kes saab kasutamisele vastavat tegevust otseselt või kaudselt kontrollida, tegelikult võimalik vastavat kasutamist lõpetada ning seega nimetatud keeldu järgida (2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 38 ja seal viidatud kohtupraktika).

29 Lisaks on Euroopa Kohus korduvalt otsustanud, et kaubamärgiomaniku kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamine kolmanda isiku poolt määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 tähenduses eeldab vähemalt seda, et kolmas isik kasutab tähist oma kaubandusteadaannetes. Isik võib seega võimaldada oma klientidel kaubamärkidega identseid või sarnaseid tähiseid kasutada ise neid tähiseid kasutamata (2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 39 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Nii on Euroopa Kohus leidnud seoses teatava veebipõhise kauplemiskoha haldajaga, et veebimüügiturul kuvatavate müügipakkumuste puhul kasutab kaubamärkidega identseid või sarnaseid tähiseid ainult veebipõhise kauplemiskoha haldaja kliendist müüja, mitte haldaja ise, kuna haldaja ei kasuta seda tähist oma kaubandusteadaannetes (vt selle kohta 12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L’Oréal jt, C-324/09, EU:C:2011:474, punktid 102 ja 103, ning 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 40).

31 Nimelt ei tähenda pelk tähise kasutamiseks vajalike tehniliste tingimuste loomine ja selle teenuse eest tasu saamine seda, et teenuse osutaja ise seda tähist kasutab, isegi kui ta tegutseb enda majanduslikes huvides (vt selle kohta 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).

32 Samast vaatenurgast lähtudes otsustas Euroopa Kohus 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsuse Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267) punktides 45 ja 53 sisuliselt, et kui veebipõhise kauplemiskoha haldaja pakub sellel turul tegutsevatele kolmandast isikust müüjatele ladustamisteenuseid nii, et ta ladustab nende kolmandast isikust müüjate jaoks kaubamärgist tulenevaid õigusi rikkuvat kaupa, ilma et ta oleks siiski teadlik, et kõnealused kaubad rikuvad vastavaid õigusi, ja ilma et tal oleks eesmärk ise pakkuda või turule viia kaupa, mida ta ladustab, siis ei kasuta ladustatud kaupadele kinnitatud tähiseid mitte haldaja, vaid üksnes need müüjad.

33 Siiski on oluline rõhutada, et kuigi osutatud kohtuotsuse aluseks olevas kohtuasjas oli tegemist veebipõhist kauplemiskohta sisaldava sama veebimüügisaidi haldajaga, nimelt Amazoniga, oli eelotsusetaotluse esitanud kohus, kes on ainsana pädev tuvastama vajalikke faktilisi asjaolusid, üheselt osutanud, et kõnealune haldaja ei olnud teadlik sellest, et vastavad kaubad rikuvad kaubamärgiõigust, et ta ise ei olnud asjaomaseid kaupu müügiks pakkunud ning et ta ei olnud neid turule viinud ega kavatsenud seda ise teha. Nimetatud kohus märkis samuti, et neid kaupu saatsid sõltumatud teenuseosutajad (vt 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punktid 9, 30 ja 47).

34 Peale selle ei küsitud Euroopa Kohtult ei nimetatud kohtuasjas ega kohtuasjas, milles tehti 12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L'Oréal jt (C-324/09, EU:C:2011:474), millele Amazon tugineb ja millele on viidatud käesoleva kohtuotsuse punktis 30, milline mõju on asjaolul, et kõnealusel veebimüügisaidil on lisaks selles sisalduvale veebipõhisele kauplemiskohale esitatud ka asjaomase veebisaidi haldaja enda müügipakkumused.

35 Käesolevates kohtuasjades on eelotsusetaotluse esitanud kohtud küsinud just osutatud mõju kohta ja seda, millist tähtsust tuleb sellises kontekstis omistada asjaolule, kuidas kõnealuse veebisaidi kasutajad seda saiti tajuvad, ja muudele asjaoludele, näiteks sellele, et haldaja kasutab oma veebisaidil avaldatud müügipakkumuste esitamisel ühetaolist esitusviisi, kuvades enda ja kolmandast isikust müüjate reklaamkuulutusi samal ajal ning kuvades enda kui maineka turustaja logo kõigil reklaamkuulutustel, samuti asjaolule, et ta pakub neile kolmandast isikust müüjatele nende kauba turustamise raames lisateenuseid, näiteks abi nende reklaamkuulutuste esitamisel ning nende kauba ladustamisel ja saatmisel.

36 Sellega seoses on eelotsusetaotluse esitanud kohtud eelkõige tõstatanud küsimuse, kas niisugustel asjaoludel võib asuda seisukohale, et vastavalt olukorrale kasutab mitte ainult kolmandast isikust müüja, vaid ka veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldaja oma kaubandusteadaannetes muu isiku kaubamärgiga identset tähist kaupade jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, millest tulenevalt teda võidakse lugeda vastutavaks selle kaubamärgi omaniku õiguste rikkumise eest määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a tähenduses, kui see kolmandast isikust müüja pakub kõnealuse tähisega tähistatud kaupa müügiks niisugusel veebipõhisel kauplemiskohal.

37 Siinkohal tuleb täpsustada, et nimetatud küsimus tekib sõltumata sellest, et asjaomase haldaja rolli – kuivõrd ta võimaldab teisel ettevõtjal kaubamärki kasutada – võib vajaduse korral analüüsida lähtuvalt muudest õigusnormidest, nagu direktiivi 2000/31 artikli 14 lõige 1 või direktiivi 2004/48 artikli 11 esimene lause (vt selle kohta 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 49 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Kuigi lõppkokkuvõttes on eelotsusetaotluse esitanud kohtute ülesanne hinnata, kas Amazon kasutab mõlemas põhikohtuasjas veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldajana asjaomase kaubamärgiga identset tähist määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a

tähenduses kaupade jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, võib Euroopa Kohus siiski anda neile liidu õiguse tõlgendamise juhised, mis võivad neile seejuures olla kasulikud (vt analoogia alusel 7. aprilli 2022. aasta kohtuotsus Berlin Chemie A. Menarini, C-333/20, EU:C:2022:291, punkt 46 ja seal viidatud kohtupraktika).

39 Seoses ettevõtja „kaubandusteadaannete“ mõistega käesoleva kohtuotsuse punktis 29 viidatud kohtupraktika tähenduses tuleb märkida, nagu tegi ka kohtujurist oma ettepaneku punktides 55 ja 56, et see tähistab üldiselt mis tahes vormis kolmandate isikute teavitamist, mille eesmärk on edendada ettevõtja tegevust või kaupade või teenuste müüki või anda selle tegevusega tegelemisest teada. Seega eeldab tähise kasutamine vastava ettevõtja enda kaubandusteadaannetes, et niisugune tähis on kolmandate isikute silmis selle ettevõtja kaubandusteadaannete lahutamatu osa ja seega osa ettevõtja tegevusest.

40 Sellega seoses tuleb meelde tuletada, et Euroopa Kohus on juba sedastanud, et olukorras, kus teenuseosutaja kasutab muu isiku kaubamärgile vastavat tähist selleks, et edendada mõne oma kliendi poolt selle teenuse abil turustatava kauba müüki, kasutab see teenuseosutaja ise vastavat tähist, kui see kasutamine toimub nii, et seeläbi luuakse seos kõnealuse tähise ja asjaomase teenuseosutaja osutatavate teenuste vahel (12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L’Oréal jt, C-324/09, EU:C:2011:474, punkt 92, ning 15. detsembri 2011. aasta kohtuotsus Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, punkt 32).

41 Euroopa Kohus on seega asunud seisukohale, et selline teenuseosutaja ise ei kasuta muu isiku kaubamärgiga identset või sarnast tähist, kui tema osutatav teenus ei ole oma olemuselt võrreldav teenusega, mille eesmärk on edendada selle tähisega tähistatud kaupade turustamist, ega too kaasa seose loomist selle teenuse ja tähise vahel, kuna kõnealune teenuseosutaja ei ole tarbijale nähtav, mis välistab tema teenuste ja asjaomase tähise igasuguse seostamise (vt selle kohta 15. detsembri 2011. aasta kohtuotsus Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, punkt 33).

42 Küll aga on Euroopa Kohus otsustanud, et selline seos on olemas juhul, kui veebipõhise kauplemiskoha haldaja reklaamib veebipõhist viitamisteenust kasutades muule isikule kuuluva kaubamärgiga identse märksõna abil selle haldaja veebipõhisel kauplemiskohal tema klientide poolt müüdavaid kõnealuse kaubamärgiga tähistatud kaupu. Nimelt loob selline reklaam internetikasutajate jaoks, kes sooritavad otsingu selle märksõna järgi, ilmselge seose asjaomase kaubamärgiga tähistatud kauba ja selle ostmise võimaluse vahel vastava veebipõhise kauplemiskoha kaudu. Seetõttu on kõnealuse kaubamärgi omanikul õigus keelata sellel haldajal selline kasutamine, kui reklaam rikub kaubamärgiõigust, kuna niisugune reklaam ei võimalda piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul internetikasutajal aru saada, kas reklaamitavad kaubad pärinevad kaubamärgiomanikult või temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult, või võimaldab tal sellest aru saada üksnes raskustega (vt selle kohta 12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L’Oréal jt, C-324/09, EU:C:2011:474, punktid 93 ning 97).

43 Sellest kohtupraktikast tuleneb, nagu kohtujurist oma ettepaneku punktides 58, 59 ja 72 sisuliselt märkis, et selle kindlakstegemiseks, kas teatavat veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldaja kasutab ise teatava muu isiku kaubamärgiga identset tähist, mis on esitatud reklaamkuulutuses kolmandast isikust müüja poolt sellel veebipõhisel kauplemiskohal pakutava kauba kohta, tuleb hinnata, kas piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik selle veebisaidi kasutaja loob asjaomase haldaja teenuste ja kõnealuse tähise vahel seose.

44 Sellise analüüsi asjakohasust ei sea kuidagi kahtluse alla Amazoni ja Euroopa Komisjoni kirjalikes seisukohtades esitatud argument, et Euroopa Kohtu väljakujunenud praktikas ei ole seda, kuidas kasutajad seda seost tajuvad, arvesse võetud.

45 On tõsi, et 12. juuli 2011. aasta kohtuotsuse L'Oréal jt (C-324/09, EU:C:2011:474) punktides 102 ja 103, mille sisule on käesoleva kohtuotsuse punktis 30 osutatud, ei viidanud Euroopa Kohus sõnaselgelt sellele, kuidas kõnealuse kaubandusteadaande adressaadiks olev veebipõhise kauplemiskoha kasutaja seda seost tajub.

46 See ei tähenda siiski, et Euroopa Kohus on välistanud võimaluse, et seda, kuidas veebipõhise kauplemiskoha kasutajad seda seost tajuvad, võib võtta asjakohase tegurina arvesse selle üle otsustamisel, kas kõnealust tähist kasutatakse veebipõhise kauplemiskoha haldaja enda kaubandusteadaannete kontekstis.

47 Nimelt sisaldas osutatud kohtuotsuse aluseks olnud kohtuasja asjaoludel veebisait üksnes veebipõhist kauplemiskohta, ilma et see oleks hõlmanud ka veebisaidi haldaja enda müügipakkumusi.

48 Seega, selleks, et kindlaks teha, kas reklaamkuulutust, mille on veebipõhist kauplemiskohta sisaldaval veebimüügisaidil avaldanud sellel kauplemiskohal tegutsev kolmandast isikust müüja, kasutades muu isiku kaubamärgiga identset tähist, saab lugeda selle veebisaidi haldaja kaubandusteadaannete lahutamatuks osaks, tuleb analüüsida, kas see reklaamkuulutus võib luua seose selle haldaja pakutavate teenuste ja kõnealuse tähise vahel, kuna piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik kasutaja võib jääda uskuma, et just see haldaja turustab oma nimel ja arvel kaupa, mille jaoks kõnealust tähist on kasutatud.

49 Kõnealuse juhtumi asjaolude igakülgse hindamise kontekstis on eriti oluline viis, kuidas neid reklaamkuulutusi on kõnealusel veebisaidil nii üksikult kui ka kogumis esitatud, ning veebisaidi haldaja pakutavate teenuste laad ja ulatus.

50 Esiteks, mis puudutab nende reklaamkuulutuste esitusviisi, siis tuleb meelde tuletada, et reklaami läbipaistva esitamise vajadus internetis on sätestatud liidu elektroonilist kaubandust käsitlevates õigusaktides (12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L'Oréal jt, C-324/09, EU:C:2011:474, punkt 95). Veebipõhist kauplemiskohta sisaldaval veebimüügisaidil kuvatavad kuulutused tuleb seetõttu esitada viisil, mis võimaldab piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul kasutajal hõlpsasti vahet teha pakkumustel, mis pärinevad ühelt poolt veebisaidi haldajalt või teiselt poolt sellel veebisaidil sisalduval veebipõhisel kauplemiskohal tegutsevalt kolmandast isikust müüjalt (vt analoogia alusel 12. juuli 2011. aasta kohtuotsus L'Oréal jt, C-324/09, EU:C:2011:474, punkt 94).

51 Asjaolu, et veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldaja kasutab oma veebisaidil avaldatud pakkumuste ühetaolist esitusviisi, avaldades samal ajal nii enda kui ka kolmandast isikust müüjate reklaamkuulutusi ja kuvades enda kui maineka turustaja logo nii oma veebisaidil kui ka kõigis reklaamkuulutustes, sealhulgas kolmandast isikust müüjate pakutava kauba kohta, võib muuta sellise selge vahetegemise keeruliseks ja jätta seega piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikule kasutajale mulje, et see haldaja turustab oma nimel ja arvel ka nende kolmandast isikust müüjate pakutavaid kaupu. Seetõttu võib juhul, kui neil kaupadel on muu isiku kaubamärgiga identne tähis, niisugune ühetaoline esitusviis tekitada nende kasutajate silmis selle tähise ja vastava haldaja osutatavate teenuste vahel seose.

52 Eelkõige on tõenäoline juhul, kui veebimüügisaidi haldaja lisab enda või kolmanda isiku pakkumuste päritolust olenemata nende pakkumuste reklaamimiseks neile selliseid märkuseid nagu „parim müük“, „enim nõutud“ või „kõige enam pakutav“, et selline esitusviis tugevdab piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul kasutajal tekkivat muljet, et sel viisil reklaamitud kaupa turustab see haldaja oma nimel ja arvel.

53 Teiseks on samuti tõenäoline, et selliste teenuste – mida osutab veebipõhist kauplemiskohta sisaldava veebimüügisaidi haldaja kolmandast isikust müüjatele, kes pakuvad sellel turul kõnealuse tähisega tähistatud kaupu – laad ja ulatus, nagu teenused, mis seisnevad eelkõige kasutajate poolt nende kaupade kohta esitatud küsimuste käsitlemises või nende kaupade ladustamises, saatmises ja tagastamise haldamises, jätavad piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikule kasutajale mulje, et nimetatud haldaja turustab kõnealuseid kaupu oma nimel ja arvel, luues seeläbi nende kasutajate silmis selle haldaja teenuste ja kolmandast isikust müüjate kaupadel ja reklaamkuulutustes esinevate tähiste vahel seose.

54 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb esitatud küsimustele vastata, et määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et sellise veebimüügisaidi haldajat, mis lisaks haldaja enda müügipakkumustele sisaldab ka veebipõhist kauplemiskohta, saab käsitada nii, et ta ise kasutab teatavale muule isikule kuuluva ELi kaubamärgiga identset tähist kaupade jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, kui kolmandast isikust müüjad pakuvad niisugusel veebipõhisel kauplemiskohal ilma asjaomase kaubamärgi omaniku nõusolekuta müügiks vastava tähisega tähistatud kaupu, juhul kui piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik selle veebisaidi kasutaja loob haldaja teenuste ja kõnealuse tähise vahel seose, millega on tegemist eelkõige juhul, kui kõiki asjaomase olukorra asjaolusid arvestades võib kasutajale jääda mulje, et vastava tähisega tähistatud kaupu turustab veebisaidi haldaja ise oma nimel ja arvel. Sellega seoses omavad tähtsust asjaolud, et haldaja kasutab oma veebisaidil avaldatud pakkumuste ühetaolist esitusviisi, avaldades samal ajal reklaamkuulutusi nii kauba kohta, mida ta müüb oma nimel ja arvel, kui ka kolmandast isikust müüjate pakutava kauba kohta asjaomasel veebipõhisel kauplemiskohal, et ta kuvab kõigil neil reklaamkuulutustel enda kui maineka turustaja logo ja et ta pakub kolmandast isikust müüjatele asjaomase tähisega tähistatud kauba turustamise raames lisateenuseid, mis seisnevad eelkõige kauba ladustamises ja saatmises.

Kohtukulud

55 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtutes pooleli oleva asja üks staadium, otsustavad kohtukulude jaotuse liikmesriigi kohtud. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (suurkoda) otsustab:

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta artikli 9 lõike 2 punkti a

tuleb tõlgendada nii, et

sellise veebimüügisaidi haldajat, mis lisaks haldaja enda müügipakkumustele sisaldab ka veebipõhist kauplemiskohta, saab käsitada nii, et ta ise kasutab teatavale muule isikule kuuluva ELi kaubamärgiga identset tähist kaupade jaoks, mis on identsed nendega, mille

suhtes see kaubamärk on registreeritud, kui kolmandast isikust müüjad pakuvad niisugusel veebipõhisel kauplemiskohal ilma asjaomase kaubamärgi omaniku nõusolekuta müügiks vastava tähisega tähistatud kaupu, juhul kui piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik selle veebisaidi kasutaja loob haldaja teenuste ja kõnealuse tähise vahel seose, millega on tegemist eelkõige juhul, kui kõiki asjaomase olukorra asjaolusid arvestades võib kasutajale jääda mulje, et vastava tähisega tähistatud kaupu turustab veebisaidi haldaja ise oma nimel ja arvel. Sellega seoses omavad tähtsust asjaolud, et haldaja kasutab oma veebisaidil avaldatud pakkumuste ühetaolist esitusviisi, avaldades samal ajal reklaamkuulutusi nii kauba kohta, mida ta müüb oma nimel ja arvel, kui ka kolmandast isikust müüjate pakutava kauba kohta asjaomasel veebipõhisel kauplemiskohal, et ta kuvab kõigil neil reklaamkuulutustel enda kui maineka turustaja logo ja et ta pakub kolmandast isikust müüjatele asjaomase tähisega tähistatud kauba turustamise raames lisateenuseid, mis seisnevad eelkõige kauba ladustamises ja saatmises.

Allkirjad