

A Tribunal Constitucional (Portugália) által 2021. március 3-án benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem – Autoridade Tributária e Aduaneira kontra VectorImpacto – Automóveis Unipessoal Lda

(C-136/21. sz. ügy)

(2021/C 189/13)

Az eljárás nyelve: portugál

A kérdést előterjesztő bíróság

Tribunal Constitucional

Az alapeljárás felei

Felperes: Autoridade Tributária e Aduaneira

Alperes: VectorImpacto – Automóveis Unipessoal Lda

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés

Értelmezhető-e úgy az EUMSZ 110. cikk önmagában, illetve az EUMSZ 191. cikkel, és különösen annak (2) bekezdésével összefüggésben, hogy azzal nem ellentétes az a nemzeti jogi szabály, amely nem veszi figyelembe a környezetvédelmi összetevőt, amikor a gépjárműveknek a nemzeti piacon való általános értékcsökkenéséhez kapcsolódó csökkentéseket ír elő azon adó tekintetében, amely az Európai Unió más tagállamaiban kiadott végleges közösségi forgalmi rendszámmal rendelkező használt gépjárműveket sújtja, lehetővé téve, hogy az ily módon számított adó magasabb legyen, mint az egyenértékű belföldi használt gépjárműveket sújtó adó?

A Tribunal d'arrondissement (Luxemburg) által 2021. március 8-án benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem – Christian Louboutin kontra Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl, Amazon Services Europe Sàrl

(C-148/21. sz. ügy)

(2021/C 189/14)

Az eljárás nyelve: francia

A kérdést előterjesztő bíróság

Tribunal d'arrondissement

Az alapeljárás felei

Felperes: Christian Louboutin

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

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

1) Úgy kell-e értelmezni az európai uniós védjegyéről szóló, 2017. június 14-i 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet ⁽¹⁾ 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek valamely internetes oldalon közzétett hirdetésben való használata az oldal üzemeltetőjének, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyoknak tudható be amiatt, hogy ezen a weboldalon az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok és harmadik személyek hirdetési egymással keveredve jelennek meg azáltal, hogy e reklámokat az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok beépítik a saját kereskedelmi kommunikációjukba?

Megerősíti-e az ilyen beépítést az a tény, hogy:

— a reklámokat egységesen jelenítik meg az internetes oldalon?

- az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok saját reklámjait és a harmadik személyek reklámjait azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül, azonban az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok logóját jól láthatóan feltüntetve jelenítik meg harmadik személyek internetes oldalainak reklámfelületein, „pop-up” hirdetés formájában?
 - az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok olyan integrált szolgáltatást nyújtanak harmadik személy eladók számára, amely magában foglalja a reklámok elkészítésében és az eladási árak meghatározásában való segítségnyújtást, valamint az áruk raktározását és szállításra való feladását?
 - az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok weboldalát úgy alakították ki, hogy üzletekként, valamint olyan címkék formájában jelenjenek meg, mint a „legjobb vétel”, „a legkeresettebb” vagy a „legtöbbször megjelenített”, anélkül, hogy első ránézésre meg lehetne különböztetni egymástól az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok saját termékeit a harmadik személyek áruitól?
- 2) Úgy kell-e értelmezni az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek egy online értékesítési oldalon megjelenített hirdetésben történő használata főszabály szerint az üzemeltetőnek, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyoknak tudható be, ha a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogásában az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany aktív szerepet játszott ezen reklám elkészítésében, vagy ez utóbbi ezen üzemeltető saját kereskedelmi kommunikációjának részeként érzékelhető?

E felfogást befolyásolja-e:

- az a körülmény, hogy ez az üzemeltető és/vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok olyan hírnévvel rendelkeznek, hogy náluk a legszélesebb az áruválaszték, köztük a hirdetésben szereplő áruk kategóriája tekintetében is;
 - vagy az a körülmény, hogy az így megjelenített hirdetésben olyan fejléc szerepel, amelyben ezen üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok szolgáltatási védjegyét tüntették fel, és ez a védjegy forgalmazói védjegyként jóhírnévvel rendelkezik;
 - vagy akár az a körülmény, hogy ez az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok e hirdetés megjelenítésével egyidejűleg az abban megjelenített termékkel azonos kategóriába tartozó áruk forgalmazói által hagyományosan kínált szolgáltatásokat is kínálnak?
- 3) Úgy kell-e értelmezni az európai uniós védjegyről szóló 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelöléssel ellátott áru végső fogyasztó részére – gazdasági tevékenység körében és a védjegyjogosult hozzájárulása nélkül – történő feladása csak akkor minősül a feladónak betudható használatnak, ha ez utóbbinak ténylegesen tudomása van arról, hogy a megjelölést az árun feltüntették?

A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany úgy tájékoztatta a végső fogyasztót, hogy ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany gondoskodik az áru feladásáról, miután az árut e célból raktározta?

A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany előzetesen aktívan hozzájárult az e megjelöléssel ellátott áru reklámjának gazdasági tevékenység körében történő megjelenítéséhez, vagy a reklámra tekintettel rögzítette a végső fogyasztó megrendelését?

(¹) HL 2017. L 154., 1. o.