

A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (nagytanács)

2010. március 23.*

A C-236/08–C-238/08. sz. egyesített ügyekben,

az EK 234. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelmek tárgyában, amelyeket a Cour de cassation (Franciaország) a Bírósághoz 2008. június 3-án érkezett, 2008. május 20-i határozataival terjesztett elő az előtte

a **Google France SARL**,

a **Google Inc.**

és

a **Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08)**

között,

a **Google France SARL**

és

* Az eljárás nyelve: francia.

a **Viaticum SA**,

a **Luteciel SARL (C-237/08)**

között, valamint

a **Google France SARL**

és

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

Pierre-Alexis Thonet,

Bruno Raboin,

a **Tiger SARL (C-238/08)**

között folyamatban lévő eljárásokban,

A BÍRÓSÁG (nagytanács),

tagjai: V. Skouris elnök, A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts és E. Levits tanácselnökök, C. W. A. Timmermans, A. Rosas, A. Borg Barthet, M. Ilešič (előadó), J. Malenovský, U. Lohmus, A. Ó Caoimh és J.-J. Kasel bírák,

főtanácsnok: M. Poiares Maduro,
hivatalvezető: H. von Holstein hivatalvezető-helyettes,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2009. március 17-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

- a Google France SARL és Google Inc. képviseletében A. Néri és S. Proust ügyvédek, valamint G. Hobbs QC,
- a Louis Vuitton Malletier SA képviseletében P. de Candé ügyvéd,
- a Viaticum SA és a Luteciel SARL képviseletében C. Fabre ügyvéd,
- a Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL és P-A. Thonet képviseletében L. Boré és P. Buisson ügyvédek,
- a Tiger SARL képviseletében O. de Nervo ügyvéd,
- a francia kormány képviseletében G. de Bergues és B. Cabouat, meghatalmazotti minőségben,
- az Európai Bizottság képviseletében H. Krämer, meghatalmazotti minőségben.

a főtanácsnok indítványának a 2009. szeptember 22-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

- 1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelmek a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv (HL L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) 5. cikke (1) és (2) bekezdésének, a közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK tanácsi rendelet (HL 1994, L 11, 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 146. o.) 9. cikke (1) bekezdésének és a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló, 2000. június 8-i 2000/31/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv („elektronikus kereskedelemről szóló irányelv”) (HL L 178, 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 25. kötet, 399. o.) 14. cikkének értelmezésére irányul.
- 2 E kérelmeket a C-236/08. sz. ügy esetében a Google France SARL és a Google Inc. (a továbbiakban külön-külön vagy együttesen: Google), illetve a Louis Vuitton Malletier SA (a továbbiakban: Vuitton) társaságok között, a C-237/08. és a C-238/08. sz. ügy esetében pedig a Google illetve a Viaticum SA (a továbbiakban: Viaticum), a Luteciel SARL (a továbbiakban: Luteciel), a Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL (a továbbiakban: CNRRH) és a Tiger SARL (a továbbiakban: Tiger), továbbá két magánszemély P-A. Thonet és B. Raboin között promóciós linkek védjegyeknek megfelelő kulcsszavak alapján, interneten történő megjelenítése tárgyában folyamatban lévő eljárás során terjesztették elő.

I – Jogi háttér

A – A 89/104 irányelv

- 3 A 89/104 irányelv „A védjegyoltalom tartalma” című 5. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) A védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ

- a) a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal;
- b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszhetnek a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszhetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.

(2) Bármelyik tagállam előírhatja továbbá, hogy a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki hozzájárulása nélkül gazdasági tevékenység körében a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ az árujegyzékben szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, feltéve hogy a védjegy a tagállamban jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő

használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét.

(3) Az (1) és (2) bekezdésben szabályozott feltételek megvalósulása esetén tilos különösen

- a) a megjelölés elhelyezése az árun vagy csomagolásán;

- b) a megjelölést hordozó áru eladásra való felkínálása, forgalomba hozatala, valamint forgalomba hozatal céljából történő raktáron tartása, illetve szolgáltatás felajánlása vagy annak nyújtása a megjelölés alatt;

- c) a megjelölést hordozó áruk behozatala vagy kivitele;

- d) a megjelölés használata az üzleti iratokon vagy a reklámozásban.

[...]"

4 A 89/104 irányelv „A védjegyoltalom korlátai” című 6. cikke kimondja:

„(1) A védjegyoltalom alapján a jogosult nem tilthat el mást attól, hogy gazdasági tevékenysége körében – az üzleti tisztesség követelményeivel összhangban – használja

a) saját nevét vagy címét;

b) az áru vagy a szolgáltatás fajtájára, minőségére, mennyiségére, rendeltetésére, értékére, földrajzi eredetére, előállítási, illetve teljesítési idejére vagy egyéb jellemzőjére vonatkozó jelzést;

c) a védjegyet, ha az szükséges az áru vagy a szolgáltatás rendeltetésének jelzésére, különösen tartozékok vagy alkatrészek esetében.

[...]”

- 5 A 89/104 irányelv „A védjegyoltalom kimerülése” című 7. cikke kezdeti változatának szövege a következő volt:

„(1) A védjegyoltalom alapján a jogosult nem tilthatja meg a védjegy használatát olyan árukkal kapcsolatban, amelyeket ő hozott forgalomba, vagy amelyeket kifejezett hozzájárulásával hoztak forgalomba a Közösségben.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazható, ha a jogosultnak jogos érdeke fűződik ahhoz, hogy az áruk további forgalmazását ellenezze, különösen, ha az áru állagát, állapotát – a forgalomba hozatalt követően – megváltoztatták, illetve károsították.”

- 6 Az 1992. május 2-i Európai Gazdasági Térségről (EGT) szóló megállapodás (HL 1994. L 1., 3.o.) 65. cikkének (2) bekezdésével összhangban, amely e megállapodás XVII. mellékletének 4. pontjával együtt olvasandó, a 89/104 irányelv 7. cikke (1) bekezdésének kezdeti változatát az említett megállapodás célkitűzéseinek megfelelően módosították, és „a Közösségben” kifejezést a „valamely szerződő tagállam területén” fordulat váltotta fel.
- 7 A 89/104 irányelvet hatályon kívül helyezte a 2008. november 28-án hatályba lépett, a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2008. október 22-i 2008/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (kodifikált változat) (HL L 299., 25. o.). Ennek ellenére – figyelemmel a tényállás időpontjára – az alapeljárársbeli ügyre továbbra is a 89/104 irányelv alkalmazandó.

B – A 40/94 rendelet

- 8 A 40/94 rendelet „A közösségi védjegyoltalom tartalma” című 9. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) A közösségi védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ:

- a) a közösségi védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a közösségi védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal;
- b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a közösségi védjeggyel összetéveszhetnek a megjelölés és a közösségi védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint a megjelölés és a közösségi védjegy árujegyzékében szereplő áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszhetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (aszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez;
- c) a közösségi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést a közösségi védjegy árujegyzékében szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, feltéve hogy a közösségi védjegy a Közösségben jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a közösségi védjegy megkülönböztető képességét vagy jó hírnevét.

(2) Az (1) bekezdésben szabályozott feltételek megvalósulása esetén tilos különösen

- a) a megjelölés elhelyezése az árun vagy csomagolásán;
- b) a megjelölést hordozó áru eladásra való felkínálása, forgalomba hozatala, valamint forgalomba hozatal céljából történő raktáron tartása, illetve szolgáltatás felajánlása vagy nyújtása a megjelölés alatt;
- c) a megjelölést hordozó áruk behozatala vagy kivitele;
- d) a megjelölés használata az üzleti iratokon vagy a reklámozásban.

[...]

- 9 A 40/94 rendelet „A közösségi védjegyjog korlátai” című 12. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„A közösségi védjegyjog alapján a jogosult nem tilthat el mást attól, hogy gazdasági tevékenysége körében – az üzleti tisztesség követelményeivel összhangban – használja,

- a) saját nevét vagy címét;

- b) az áru vagy a szolgáltatás fajtájára, minőségére, mennyiségére, rendeltetésére, értékére, földrajzi eredetére, előállítási, illetve teljesítési idejére vagy egyéb jellemzőjére vonatkozó jelzést;

- c) a védjegyet, ha az szükséges az áru vagy a szolgáltatás rendeltetésének jelzésére, különösen tartozékok vagy alkatrészek esetében.”

¹⁰ A fent említett rendelet „A közösségi védjegyvoltalom kimerülése” című 13. cikke kimondja:

„(1) A közösségi védjegyvoltalom alapján a jogosult nem tilthatja meg a védjegy használatát olyan árukkal kapcsolatban, amelyeket ő hozott forgalomba, vagy amelyeket az ő kifejezett hozzájárulásával hoztak forgalomba a Közösségben.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazható, ha a jogosultnak jogos érdeke fűződik ahhoz, hogy az áruk további forgalmazását ellenezze, különösen akkor, ha az áru állagát, állapotát – a forgalomba hozatalt követően – megváltoztatták, illetve károsították.”

- 11 A 40/94 rendeletet hatályon kívül helyezte a 2009. április 13-án hatályba lépett, a közösségi védjegyről szóló, 2009. február 26-i 207/2009/EK tanácsi rendelet (kódifikált változat) (HL L 78., 1. o.). Ugyanakkor, figyelemmel a tényállás időpontjára, az alapeljárásbeli jogvitára továbbra is a 40/94 rendelet az irányadó.

C – A 2000/31 irányelv

- 12 A 2000/31 irányelv (29) preambulumbekzdése kimondja:

„A reklámok alapvető fontosságúak az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások finanszírozásához és új, ingyenes szolgáltatások széles választékának kifejlesztéséhez; a fogyasztóvédelem, valamint a tisztességes kereskedelem érdekei megkívánják, hogy a reklámok [...] megfeleljenek számos átláthatósági követelménynek [...]”

- 13 A 2000/31 irányelv (40)–(46) preambulumbekzdésének szövege a következő:

„(40) A tagállamoknak a közvetítőként eljáró szolgáltatók felelősségével kapcsolatos jogszabályaiban és esetjogában meglévő, illetve keletkező egyenlőtlenségek egyaránt megzavarják a belső piac zavartalan működését, különösen a határon átnyúló szolgáltatások fejlődésének gyengítésével [...] [A] szolgáltatóknak bizonyos körülmények között kötelességük fellépni azzal a céllal, hogy a jogellenes tevékenységeket megelőzzék vagy azoknak véget vessenek[.] [E]nnek az irányelvnek megfelelő alapot kell nyújtania a jogellenes adatok eltávolítására

és az azokhoz való hozzáférés megszüntetésére irányuló gyors és megbízható eljárások kialakításához [...]

- (41) Ez az irányelv megvalósítja az érdekek egyensúlyát, és meghatározza azokat az elveket, amelyeken ágazati megállapodások és szabványok alapulhatnak.
- (42) Az ebben az irányelvben megállapított, felelősség alóli mentességek csak azokra az esetekre vonatkoznak, amelyekben az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó tevékenysége olyan hírközlő hálózat működtetésének és az ahhoz való hozzáférés biztosításának technikai folyamatára korlátozódik, amely hálózaton keresztül harmadik személyek által rendelkezésre bocsátott adatokat továbbítanak és ideiglenesen tárolnak, a továbbítás hatékonyabbá tételének kizárólagos céljával; ez a tevékenység pusztán technikai, automatikus és passzív jellegű, ami azt is jelenti, hogy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtóknak sem tudomása nincs a továbbított, illetve tárolt adatról, se nem kezeli azt az adatot.
- (43) A szolgáltató akkor részesülhet az »egyszerű továbbítás« és a »gyorsítótárolóban történő rögzítés (caching)« eljárásokra vonatkozó mentességekből, ha a továbbított adat őt semmilyen módon nem érinti [...].
- (44) Az a szolgáltató, aki, illetőleg amely szolgáltatásának egyik igénybe vevőjével jogellenes cselekedetek elkövetése céljából szándékosan együttműködik, túllép az »egyszerű továbbítás« és a »gyorsítótárolóban történő rögzítés (caching)« tevékenységein, és ennek eredményeképpen nem vonatkozhat rá az e tevékenységekre megállapított, felelősség alóli mentesség.
- (45) A közvetítő szolgáltatók felelősségének ebben az irányelvben megállapított korlátozásai nem érintik különböző típusú rendelkezések meghozatalának lehetőségét [...]

(46) Ahhoz, hogy az információs társadalommal összefüggő, adattárolásból álló szolgáltatás nyújtójának felelőssége korlátozott legyen, e szolgáltatónak, amint valamely jogellenes tevékenységről ténylegesen tudomást szerez, haladéktalanul intézkednie kell az adat eltávolítása, illetve az ahhoz való hozzáférés megszüntetése iránt [...].”

- ¹⁴ A 2000/31 irányelv 2. cikkének a) pontja az 1998. július 20-i 98/48/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 217., 18. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 21. kötet, 8. o.) módosított, a műszaki szabványok és szabályok terén történő információszolgáltatási eljárás és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályok megállapításáról szóló, 1998. június 22-i 98/34/EK irányelv (HL L 204, 37. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 20. kötet, 337. o.), 1. cikkének (2) bekezdésére történő hivatkozással úgy határozza meg az „információs társadalommal összefüggő szolgáltatások” fogalmát, mint amely:

„bármely, általában térítés ellenében, távolról, elektronikus úton és a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére nyújtott szolgáltatás.”

- ¹⁵ A 98/48 irányelvvel módosított változatában a 98/34 irányelv 1. cikkének (2) bekezdése az alábbiak szerint folytatódik:

„[...]”

E meghatározás alkalmazásában:

– »távolról« azt jelenti, hogy a szolgáltatást a felek egyidejű jelenléte nélkül nyújtják,

- »elektronikus úton« azt jelenti, hogy a szolgáltatás kezdőpontjától való elküldése és célállomásán való fogadása adatok feldolgozására [...] és tárolására szolgáló elektronikus berendezés útján történik, valamint annak elküldése, továbbítása és vétele teljes egészében vezetéken, rádióon, optikai vagy egyéb elektromágneses eszköz útján történik,

- »a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére« azt jelenti, hogy az adatok továbbításával nyújtott szolgáltatás egyéni kérelemre történik.

[...].”

¹⁶ A 2000/31 irányelv 6. cikke kimondja:

„A közösségi jog által megállapított egyéb tájékoztatási követelményeken túlmenően a tagállamok biztosítják, hogy az a kereskedelmi tájékoztatás, amely az információs társadalommal összefüggő valamely szolgáltatás részét képezi, [...] legalább a következő feltételeknek feleljen meg:

[...]

- b) az a természetes vagy jogi személy, akinek, illetve amelynek javára a reklámozás történik, világosan azonosítható legyen;

[...]

- 17 A 2000/31 irányelv II. fejezetében található, „A közvetítő szolgáltatók felelőssége” címet viselő 4. szakasz a 12–15. cikket tartalmazza..
- 18 A 2000/31 irányelv „Egyszerű továbbítás” című 12. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) Ha az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásról van szó, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információk hírközlő hálózaton keresztül történő továbbításából vagy a hírközlő hálózathoz való hozzáférés biztosításából áll, a tagállamok biztosítják, hogy a szolgáltatót ne terhelje felelősség a továbbított információért, azzal a feltétellel, hogy nem a szolgáltató:

a) kezdeményezi az adatátvitelt;

b) választja ki az adatátvitel címzettjét;

és

c) választja meg vagy módosítja a továbbított információt.

(2) Az (1) bekezdésben említett adatátvitel és hozzáférés biztosítása magában foglalja a továbbított információ automatikus, közbenső és átmeneti tárolását annyiban, amennyiben ez az adatátvitel hírközlő hálózaton történő végrehajtásának a kizárólagos céljával történik, és feltéve, hogy az információt nem tárolják az adatátvitelhez ésszerűen szükségesnél hosszabb ideig.

(3) Ez a cikk nem érinti a bíróságok és közigazgatási hatóságok arra vonatkozó lehetőségét, hogy a tagállamok jogrendszerével összhangban a szolgáltatót a jogsértés megszüntetésére vagy megelőzésére kötelezzék.”

¹⁹ A fent említett irányelv „Gyorsítótárolóban történő rögzítés (caching)” című 13. cikke kimondja:

„(1) Ha az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásról van szó, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információnak hírközlő hálózaton keresztül történő továbbításából áll, a tagállamok biztosítják, hogy a szolgáltatót ne terhelje felelősség az információ automatikus, közbenső és átmeneti tárolásáért, amennyiben ez a kizárólagos céllal történik, hogy az információ későbbi továbbítását a szolgáltatás más igénybe vevői számára azok kérésére hatékonyabbá tegye, azzal a feltétellel, hogy:

a) a szolgáltató nem módosítja az információt;

- b) a szolgáltató megfelel az információhoz való hozzáféréssel kapcsolatos feltételeknek;

- c) a szolgáltató betartja az információk frissítése tekintetében az ágazatban széles körben elismert és alkalmazott szabályokat;

- d) a szolgáltató a technológiát csak az ágazatban széles körben elfogadott és alkalmazott jogszerű módon használja arra a célra, hogy adatokat szerezzen az információ felhasználásáról;

valamint

- e) a szolgáltató haladéktalanul intézkedik a tárolt információ törléséről vagy az ahhoz való hozzáférés megszüntetéséről, amint ténylegesen tudomást szerez arról, hogy az információt az adatátvitel forrásánál törölték a hálózatról vagy megszüntették az ahhoz való hozzáférést, vagy bíróság, illetve közigazgatási hatóság rendelte el a törlést vagy a hozzáférés megszüntetését.

(2) Ez a cikk nem érinti a bíróságok vagy közigazgatási hatóságok arra vonatkozó lehetőségét, hogy a tagállamok jogrendszerével összhangban a szolgáltatót a jogsértés megszüntetésére vagy megelőzésére kötelezzék.”

20 A 2000/31 irányelv „Tárhelyszolgáltatás” című 14. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) Ha az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásról van szó, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információ tárolásából áll, a tagállamok biztosítják, hogy a szolgáltatót ne terhelje felelősség a szolgáltatás igénybe vevőjének kérésére tárolt információért, azzal a feltétellel, hogy:

a) a szolgáltatónak nincsen tényleges tudomása jogellenes tevékenységről vagy információról, és – ami a kárigényeket illeti – nincsen tudomása olyan tényekről vagy körülményekről, amelyek nyilvánvalóan jogellenes tevékenységre vagy információra utalnának;

vagy

b) a szolgáltató, amint ilyenről tudomást szerzett, haladéktalanul intézkedik az információ eltávolításáról vagy az ahhoz való hozzáférés megszüntetéséről.

(2) Az (1) bekezdés nem alkalmazható arra az esetre, ha a szolgáltatás igénybe vevője a szolgáltató irányítása alatt vagy ellenőrzése mellett jár el.

(3) Ez a cikk nem érinti a bíróságok vagy közigazgatási hatóságok arra vonatkozó lehetőségét, hogy a tagállamok jogrendszerével összhangban a szolgáltatót a jogsértés megszüntetésére vagy megelőzésére kötelezzék, nem érinti továbbá a tagállamoknak azt a lehetőségét sem, hogy eljárásokat alakítsanak ki az információ eltávolításának vagy a hozzáférés megszüntetésének szabályozására.”

- 21 A 2000/31 irányelv „Az általános nyomon követési kötelezettség hiánya” című 15. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) A tagállamok nem állapítanak meg a szolgáltatókat terhelő olyan általános kötelezettséget, amely szerint a 12., 13. és 14. cikk hatálya alá tartozó szolgáltatások nyújtása során az általuk továbbított vagy tárolt információkat nyomon kellene követniük, sem olyan általános kötelezettséget, amely szerint jogellenes tevékenységre utaló tényeket vagy körülményeket kellene kivizsgálniuk.

(2) A tagállamok az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások nyújtói számára megállapíthatnak olyan kötelezettségeket, amelyek szerint azonnal tájékoztatniuk kell az illetékes közigazgatási hatóságokat a szolgáltatásuk igénybe vevői által folytatott, jogellenesnek vélt tevékenységekről vagy az általuk nyújtott információkról, illetve olyan kötelezettségeket, amelyek szerint az illetékes hatóságokkal, azok kérésére, közölniük kell azokat az adatokat, amelyek lehetővé teszik szolgáltatásuk olyan igénybe vevőinek azonosítását, akikkel, illetve amelyekkel adattárolási megállapodásaik vannak.”

II – Az alapeljárások és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

A – Az „AdWords” reklámszolgáltatás

- 22 A Google internetes keresőmotort működtet. Amikor a felhasználó egy vagy több szó megadásával keresést végez, a keresőmotor az e szavaknak leginkább megfelelőnek tűnő weboldalakra mutató linkeket jeleníti meg, csökkenő fontosságú sorrendben. Ilyen esetben „természetes” keresési eredményről van szó.

- 23 Ezenkívül a Google „AdWords” néven fizetett reklámszolgáltatást is kínál. E szolgáltatás lehetővé teszi a gazdasági szereplő számára, hogy amennyiben kiválaszt egy vagy több kulcsszót, az e szavak és az internethasználó által a keresőmotorba bevitt szavak közötti egyezés esetén a weboldalára mutató promóciós link jelenjen meg. E promóciós link a „szponzorált linkek” rovatban, a képernyő jobboldali részén, a természetes találatoktól jobbra, vagy pedig a képernyő felső részén, az említett találatok fölött jelenik meg.
- 24 Az említett promóciós linket rövid reklámüzenet kíséri. Az említett link és a reklámüzenet együttesen alkotják a fent említett rovatban szereplő hirdetést.
- 25 A hirdető a promóciós linkre való minden kattintás után köteles megfizetni a reklámszolgáltatás ellenértékét. Ezen ellenértéket többek között azon „kattintásonkénti maximális ár” alapján számítják ki, amelynek megfizetésére a hirdető a közte és a Google között létrejött reklámszerződés szerint hajlandó, valamint annak alapján, hogy az internethasználók hányszor kattintottak az adott linkre.
- 26 Több hirdető is választhatja ugyanazt a kulcsszót. Promóciós linkjeik megjelenési sorrendjét ilyen esetben a kattintásonkénti maximális ár, az érintett linkeket érintő korábbi kattintások száma, valamint a hirdetésnek a Google által értékelt minősége határozza meg. A hirdető bármikor javíthatja a megjelenítési sorrendben elfoglalt helyét magasabb kattintásonkénti maximális ár rögzítése vagy hirdetése minősége javításának megkísérlése révén.
- 27 A Google automatizált eljárást hozott létre, amely lehetővé teszi a kulcsszavak kiválasztását és a hirdetések megalkotását. A hirdetők kiválasztják a kulcsszavakat, megszerkesztik a reklámüzenetet, és beleillesztik a weboldalukra mutató linket.

B – A C-236/08. sz. ügy

- 28 A többek között luxustáskák és egyéb bőrdíszműárúk értékesítésével foglalkozó Vuitton jogosultja a Vuitton közösségi védjegynek, valamint a Louis Vuitton és az LV francia nemzeti védjegyeknek. A fenti védjegyek kétségtelenül jó hírnevet élveznek.
- 29 A 2003. év kezdetén a Vuitton felhívta a figyelmet arra, hogy ha a Google keresőmotorja használatakor az internethasználó az említett védjegyeket képező szavakra keresett, a „szponzorált linkek” rovatban olyan weboldalakra mutató linkek jelentek meg, amelyek a Vuitton termékeinek utánzatait kínálták. Az is bizonyítást nyert, hogy a Google nem csupán a Vuitton védjegyeinek megfelelő kulcsszavak kiválasztását, hanem az utánzást idéző kifejezésekkel – például „utánzat”, „másolat” – társítható kulcsszavak választását is felkínálta hirdetői részére.
- 30 A Vuitton keresetet nyújtott be a Google ellen többek között annak megállapítása iránt, hogy az utóbbi megsértette a védjegyeihez fűződő jogait.
- 31 A tribunal de grande instance de Paris 2005. február 4-i ítéletében, a cour d’appel de Paris pedig 2006. június 28-i ítéletében megállapította, hogy a Google a Vuitton védjegyek vonatkozásában védjegybitorlást követett el. A Google semmisségi kérelmet nyújtott be az utóbbi ítélettel szemben.

32 E körülmények között a Cour de cassation felfüggesztette az eljárást, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

- „1) Úgy kell-e értelmezni a [89/104] irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját és a [40/94] rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját, hogy az ellenszolgáltatás fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató, amely lajstromozott védjegyekkel azonos vagy azokhoz hasonló kulcsszavakat bocsát a hirdetők rendelkezésére, és reklámszerződés alapján e kulcsszavak felhasználásával olyan promóciós linkek létrehozását és kiemelt helyen történő megjelenítését szervezi, amelyek hamisított árukat kínáló webhelyekre vezetnek, olyan módon használja e védjegyeket, amellyel szemben a védjegyjogosult felléphet?

- 2) Feltételezve, hogy jó hírnevet élvező védjegyekről van szó, a jogosult felléphet-e az ilyen használattal szemben a [89/104] irányelv 5. cikkének (2) bekezdése és a [40/94] rendelet 9. cikke (1) bekezdésének c) pontja értelmében?

- 3) Feltételezve, hogy az ilyen használat nem minősül olyanak, amellyel szemben a védjegyjogosult a [89/104] irányelv vagy a [40/94] rendelet értelmében felléphet, az ellenérték fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató a [2000/31] irányelv 14. cikke értelmében az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatást nyújtó szolgáltatónak minősül-e, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információk tárolásából áll, és ily módon a felelőssége nem állapítható meg, amíg a védjegyjogosult nem tájékoztatta a megjelölésnek a hirdető általi jogosulatlan használatáról?”

C – A C-237/08. sz. ügy

- 33 Viaticum az utazásszervezési szolgáltatások vonatkozásában lajstromozott „Bourse des Vols”, „Bourse des Voyages” és „BDV” francia védjegyek jogosultja.
- 34 A Luteciel utazási irodák részére nyújt informatikai szolgáltatásokat. Biztosítja a Viaticum internetes oldalának szerkesztését és karbantartását.
- 35 A Viaticum és a Luteciel felhívta a figyelmet arra, hogy ha a Google keresőprogramja használatakor az internethasználó a fent említett védjegyeket képező szavakra keresett, a „szponzorált linkek” rovatban a Viaticum versenytársainak weboldalára mutató linkek jelentek meg. Az is bizonyítást nyert, hogy a Google e célból az említett védjegyeknek megfelelő kulcsszavak kiválasztásának lehetőségét is felkínálta hirdetői részére.
- 36 A Viaticum és a Luteciel keresetet nyújtott be a Google ellen. A tribunal de grande instance de Nanterre 2003. október 13-i ítéletében megállapította, hogy a Google védjegybitorlást követett el, és Viaticum, illetve a Luteciel által elszenvedett kár megtérítésére kötelezte. A Google fellebbezést nyújtott be a cour d’appel de Versailles előtt. Az utóbbi 2005. március 10-i ítéletében kimondta, hogy a Google védjegybitorlás elkövetésében működött közre, és helyben hagyta a 2003. október 13-i ítéletet. A Google semmisségi kérelmet nyújtott be az utóbbi ítélettel szemben.

37 E feltételek mellett a Cour de cassation az eljárás felfüggesztéséről határozott, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

- „1) Úgy kell-e értelmezni a [89/104] irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját, hogy az ellenszolgáltatás fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató, amely bejelentett védjegyekkel azonos vagy azokhoz hasonló kulcsszavakat bocsát a hirdető rendelkezésére, és reklámszerződés alapján e kulcsszavak felhasználásával olyan promóciós linkek létrehozását és kiemelt helyen történő megjelenítését szervezi, amelyek a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal azonos vagy azokhoz hasonló árukat kínáló webhelyekre vezetnek, olyan módon használja e védjegyeket, amellyel szemben a védjegyjogosult felléphet?
- 2) Feltételezve, hogy az ilyen használat nem minősül olyannak, amellyel szemben a védjegyjogosult a [89/104] irányelv vagy a [40/94] rendelet értelmében felléphet, az ellenszolgáltatás fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató a [2000/31] irányelv 14. cikke értelmében az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatást nyújtó szolgáltatónak minősül-e, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információk tárolásából áll, és ily módon a felelőssége nem állapítható meg, amíg a védjegyjogosult nem tájékoztatta a megjelölésnek a hirdető általi jogosulatlan használatáról?”

D – A C-238/08. sz. ügy

38 P-A. Thonet jogosultja a többek között házasságközvetítő irodai tevékenység vonatkozásában lajstromozott „Eurochallenges” francia védjegynek. A CNRRH házasságközvetítő irodai tevékenységet folytat. A fent említett védjegyre vonatkozóan P-A. Thonet által adott használati engedéllyel rendelkezik.

- 39 A 2003. év folyamán P-A. Thonet és a CNRRH észlelték, hogy a Google keresőprogramjának az internethasználók által történő használata során a fenti védjegynek megfelelő kulcsszó beírásakor a „szponzorált linkek” alatt a CNRRH versenytársai, a Tiger társaság és B. Raboin által üzemeltetett weboldalakra mutató linkek jelentek meg. Szintén megállapították, hogy a Google felkínálta hirdetői részére azt a lehetőséget, hogy az említett kifejezést a fenti célból kulcsszóként kiválasszák.
- 40 P-A. Thonet és a CNRRH keresete alapján a tribunal de grande instance de Nanterre 2004. december 14-i ítéletével, másodfokon pedig a cour d’appel de Versailles 2006. március 23-i ítéletével kimondta, hogy B. Raboin, a Tiger és a Google védjegybitorlást követtek el. A Google semmisségi kérelmet nyújtott be az utóbbi ítélet ellen.
- 41 E feltételek mellett a Cour de cassation az eljárás felfüggesztéséről határozott, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:
- „1) A felhasználó által az olyan kulcsszónak az interneten ellenszolgáltatás fejében történő reklámszolgáltatásra vonatkozó szerződés útján történő lefoglalása, amely az e szóra vonatkozó keresés esetén olyan linket jelenít meg, amely az e felhasználó által üzemeltetett, árukat és szolgáltatásokat kínáló webhelyre vezet, és amely valamely harmadik személy javára lajstromozott védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést alkalmaz a védjegyjogosult engedélye nélkül a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos vagy azokhoz hasonló áruk vagy szolgáltatások megjelölésére, sérti-e önmagában a védjegyjogosultnak a [89/104] irányelv 5. cikke szerinti kizárólagos jogait?
- 2) Úgy kell-e értelmezni a [89/104] irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját, hogy az ellenszolgáltatás fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató, amely bejelentett védjegyekkel azonos vagy azokhoz hasonló kulcsszavakat bocsát a hirdetők rendelkezésére, és reklámszerződés alapján e kulcsszavak felhasználásával olyan promóciós linkek létrehozását és kiemelt helyen történő megjelenítését szervezi, amelyek a védjegy lajstromában szereplő árukkal azonos vagy

azokhoz hasonló árukat kínáló webhelyekre vezetnek, olyan módon használja e védjegyeket, amellyel szemben a védjegyjogosult felléphet?

- 3) Feltételezve, hogy az ilyen használat nem minősül olyannak, amellyel szemben a védjegyjogosult a [89/104] irányelv vagy a [40/94] rendelet értelmében felléphet, az ellenszolgáltatás fejében reklámszolgáltatást nyújtó szolgáltató a [2000/31 irányelv] 14. cikke értelmében az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatást nyújtó szolgáltatónak minősül-e, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információk tárolásából áll, és ily módon a felelőssége nem állapítható meg, amíg a védjegyjogosult nem tájékoztatta a megjelölésnek a hirdető általi jogosulatlan használatáról?”

III – Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről

A – A mások védjegyeinek megfelelő kulcsszavak internetes reklámszolgáltatások keretében történő használatáról

1. Előzetes megállapítások

- ⁴² Kétségtelen, hogy az alapügyek tárgyát képező jogviták abból erednek, hogy internetes reklámszolgáltatások keretében kulcsszóként védjegyeknek megfelelő megjelöléseket használnak anélkül, hogy azok jogosultjai e használatához hozzájárultak volna. Az említett kulcsszavakat a reklámszolgáltatás nyújtójának ügyfelei választották, és azokat e szolgáltató elfogadta és tárolta. A szóban forgó ügyfelek a védjegyjogosult termékeinek utánezatait értékesítik (a C-236/08. sz. ügy), vagy csupán a védjegyjogosult versenytársai (a C-237/08. sz. és a C-238/08. sz. ügy).

- 43 A kérdést előterjesztő bíróság a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdésével, a C-237/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdésével, valamint a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett első és második kérdésével – amelyeket indokolt együtt vizsgálni – lényegében azt kérdezi, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontját úgy kell-e értelmezni, hogy a védjegyjogosult jogosult fellépni, ha harmadik személy a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló, a harmadik személy által az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott vagy tárolt kulcsszó alapján olyan árukra vagy szolgáltatásokra vonatkozó hirdetést jelenít vagy jelenített meg, amelyek az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonosak vagy azokhoz hasonlóak.
- 44 A C-236/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdés, a C-237/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdés és a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdés e vonatkozásban az ilyen kulcsszónak a reklámszolgáltatás nyújtója által történő tárolására és ügyfele hirdetésének az említett kulcsszó alapján történő megjelenítésére összpontosít, míg a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdés a kulcsszó hirdető által történő kiválasztására és a hirdetés azon megjelenítésére vonatkozik, amelyet e kiválasztás a hivatkozási mechanizmus révén eredményez.
- 45 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontja, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) és b) pontja bizonyos feltételek mellett felhatalmazza a védjegyjogosultakat, hogy fellépjenek bárkivel szemben, aki a védjegyeikkel azonos vagy azokhoz hasonló megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használja, amelyek az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonosak vagy azokhoz hasonlóak.
- 46 Az alapügyek tárgyát képező jogviták esetében a védjegyeknek megfelelő kulcsszavak használatának célja és hatása olyan weboldalakra mutató promóciós linkek megjelenésének előidézése, amelyeken az említett védjegyek árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos árukat vagy szolgáltatásokat – azaz bórdíszműárukat, utazásszervezési szolgáltatásokat és házasságközvetítő irodai szolgáltatásokat – kínálnak.

- 47 Következésképpen a Bíróság a jelen ítélet 43. pontjában említett kérdést főképpen a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjára, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontjára tekintettel vizsgálja meg, és csak mellékesen vizsgálja e cikkek (1) bekezdésének b) pontjára tekintettel, mivel ez utóbbi rendelkezés a védjeggyel azonos megjelölés esetében arra a feltételezett helyzetre vonatkozik, amikor harmadik felek áruai vagy szolgáltatásai csupán hasonlóak az említett védjegy árujegy-zékében szereplő árukhoz vagy szolgáltatásokhoz.
- 48 A fenti vizsgálat elvégzését követően választ kell adni a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdésre, amellyel a Bíróságot a fentivel azonos kérdéskör megvizsgálására kérték a 89/104 irányelv 5. cikke (2) bekezdésére és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének c) pontjára tekintettel, amely rendelkezések a jó hírnevet élvező védjegy oltalmának tartalmára vonatkoznak. A kérdést előterjesztő bíróság vizsgálatától függően az előzetes döntéshozatal iránti kérelemből az következik, hogy a Franciaországban alkalmazandó jogszabályok tartalmazzák a 89/104 irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében említett szabályt. Egyébiránt a Bíróság rámutatott, hogy az irányelv említett rendelkezését nem kizárólag annak szövegére tekintettel kell értelmezni, hanem annak általános szerkezetére, és azon rendszer céljaira tekintettel is, amelynek részét képezi. Következésképpen a 89/104 irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében szereplő szabály nem kizárólag azon esetekre vonatkozik, amikor harmadik személy valamely jó hírnevet élvező védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ olyan áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában, amelyek nem hasonlóak a védjegy árujegyzékében szereplő árukhoz vagy szolgáltatásokhoz, hanem azon esetekre is, amikor az említett használatra olyan áruk vagy szolgáltatások kapcsán kerül sor, amelyek azonosak az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal, vagy azokhoz hasonlóak (a C-292/00. sz. Davidoff-ügyben 2003. január 9-én hozott ítélet [EBHT 2003., I-389. o.] 24–30. pontja, valamint a C-102/07. sz. adidas és adidas Benelux ügyben 2008. április 10-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-2439. o.] 37. pontja).

2. A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdése a) pontjának és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdése a) pontjának értelmezése

- 49 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdése a) pontjának és – közösségi védjegy esetében – a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdése a) pontjának alkalmazásával a védjegyjogosult felléphet, ha bárki hozzájárulása nélkül használja az említett védjegyet,

amennyiben e használatra gazdasági tevékenység körében, a védjegy árujegyzékében szereplő áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában kerül sor, és az sérti vagy sértheti a védjegy funkcióit (lásd különösen a C-17/06. sz. Céline-ügyben 2007. szeptember 11-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-7041. o.] 16. pontját, a C-62/08. sz. UDV North America ügyben 2009. február 19-én hozott végzés [EBHT 2009., I-1279. o.] 42. pontját, valamint a C-487/07. sz., L'Oréal és társai ügyben 2009. június 18-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-5185. o.] 58. pontját).

a) Gazdasági tevékenység körében történő használat

- 50 A védjeggyel azonos megjelölés használatára gazdasági tevékenység körében kerül sor, amennyiben az gazdasági előnyre törekvő kereskedelmi tevékenység keretében és nem magáncélú használat során történik (C-206/01. sz. Arsenal Football Club ügyben 2002. november 12-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-10273. o.] 40. pontja, a fent hivatkozott Céline-ügyben hozott ítélet 17. pontja, valamint a fent hivatkozott UDV North America ügyben hozott végzés 44. pontja).
- 51 Elsőként azon hirdetőt illetően, aki reklámszolgáltatást vesz igénybe, és kulcsszóként más védjeggyel megegyező megjelölést választ, meg kell állapítani, hogy az említett megjelölést a fenti ítélkezési gyakorlat értelmében használja.
- 52 A hirdető szempontjából ugyanis a védjeggyel megegyező kulcsszó kiválasztásának célja és hatása az azon weboldalra mutató promóciós link megjelenítése, amelyen árukat vagy szolgáltatásait kínálja eladásra. Mivel a kulcsszóként kiválasztott megjelölés az említett reklámcélú megjelenítés előidézéséhez használt eszköz, vitathatatlan, hogy a hirdető azt kereskedelmi tevékenység keretében és nem magáncélból használja.

- 53 Ezt követően a reklámszolgáltatás nyújtójára rátérve, egyértelmű, hogy az kereskedelmi tevékenységet végez, és gazdasági előnyre törekszik, amikor bizonyos ügyfelei számára kulcsszóként védjegyekkel azonos megjelöléseket tárol, és azok alapján szervezi a hirdetések megjelenítését.
- 54 Kétségtelen az is, hogy e szolgáltatást nem kizárólag az említett védjegyek jogosultjai vagy az utóbbiak áruinak vagy szolgáltatásainak értékesítésére felhatalmazott gazdasági szereplők részére nyújtják, hanem arra – legalábbis a szóban forgó esetekben – a jogosultak hozzájárulása nélkül kerül sor, és azt az utóbbiak versenytársai vagy utána- zói is igénybe veszik.
- 55 Bár a fentiekből világosan kitűnik, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója „gazdasági tevékenység körében” tevékenykedik akkor, amikor lehetővé teszi a hirdetők számára védjegyekkel azonos megjelölések kulcsszavakként történő kiválasztását, tárolja e megjelöléseket, és ügyfelei hirdetéseit e kulcsszavak alapján jeleníti meg, nem következik belőle, hogy e szolgáltató maga is „használja” e megjelöléseket a 89/104 irányelv 5. cikke és a 40/94 rendelet 9. cikke értelmében.
- 56 E vonatkozásban elegendő rámutatni, hogy a jogosult védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés harmadik személy általi használata legalábbis maga után vonja, hogy az utóbbi a megjelölést saját reklámtevékenysége keretében használja. A reklámszolgáltatás nyújtójának esetében ez utóbbi anélkül teszi lehetővé ügyfelei számára a védjegyekkel azonos vagy azokhoz hasonló megjelölések használatát, hogy ő maga használná az említett megjelöléseket.
- 57 E következtetést nem gyengíti azon körülmény, hogy az említett szolgáltató részére ügyfelei az említett megjelölések használatáért ellenértéket fizetnek. Az a tény ugyanis, hogy megteremti a valamely megjelölés használatához szükséges technikai feltételeket, és e szolgáltatásért ellenértéket kap, nem jelenti azt, hogy az említett szolgáltatás nyújtója maga is használná az említett megjelölést. Amennyiben az ilyen használatot ügyfele számára lehetővé tette, szerepét adott esetben 89/104 irányelv 5. cikkétől és

a 40/94 rendelet 9. cikkétől eltérő olyan rendelkezések alapján is meg kell vizsgálni, mint például azok, amelyekre a jelen ítélet 107. pontja hivatkozik.

- 58 A fentiekből az következik, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója esetében nem valósul meg gazdasági tevékenység körében történő használat a 89/104 irányelv és a 40/94 rendelet fent említett rendelkezései értelmében.
- 59 Következésképpen az „árakkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatos” használatra vonatkozó feltételeket és a védjegy funkcióinak megsértését kizárólag a védjeggyel azonos megjelölés hirdető általi használata esetén kell megvizsgálni.

b) „Árakkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatos” használat

- 60 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontjában szereplő, a védjegy árujegyzékében szereplő árakkal, illetve szolgáltatásokkal azonos „árakkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatos” kifejezés főszabály szerint olyan harmadik személy áruira vagy szolgáltatásaira vonatkozik, aki a védjeggyel azonos megjelölést használ (lásd a C-48/05. sz. Adam Opel ügyben 2007. január 25-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-1017. o.] 28. és 29. pontját, valamint a C-533/06. sz. O2 Holdings és O2 (UK) ügyben 2008. június 12-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-4231. o.] 34. pontját). Adott esetben szintén vonatkozhat más olyan személy áruira vagy szolgáltatásaira, akinek a nevében a harmadik személy eljár (lásd a fent hivatkozott UDV North America ügyben hozott végzés 43–51. pontját).
- 61 Ahogyan azt a Bíróság már megállapította, a 89/104 irányelv 5. cikkének (3) bekezdésében és a 40/94 rendelet 9. cikkének (2) bekezdésében felsorolt magatartások – azaz a megjelölésnek az árukon vagy csomagolásokon való elhelyezése, a megjelölést hordozó áruk vagy szolgáltatások eladásra történő felkínálása, a megjelölést hordozó áruk behozatala vagy kivitele, valamint a megjelölés üzleti iratokon vagy reklámozásban történő használata – árakkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatos használatnak

minősülnek (lásd a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet 41. pontját és a fent hivatkozott Adam Opel ügyben hozott ítélet 20. pontját).

- 62 A C-236/08. sz. ügy alapjogvitájának alapjául szolgáló tényállás hasonló a 89/104 irányelv és a 40/94 rendelet fent említett rendelkezéseiben leírt egyes helyzetekhez, azaz a védjeggyel azonos megjelölést hordozó áruk harmadik személy által történő kínálásához, valamint e megjelölés reklámozásban történő használatához. A ügy irataiból ugyanis az következik, hogy a Vuitton védjegyeivel azonos megjelölések szerepeltek a „szponzorált linkek” rovatban megjelenő hirdetésekben.
- 63 Ezzel szemben a C-237/08. sz. és a C-238/08. sz. ügyben említett esetekre az jellemző, hogy a harmadik felek hirdetéseiben nem szerepel a védjeggyel azonos megjelölés.
- 64 A Google azt állítja, hogy amennyiben magában a hirdetésben a megjelölésre vonatkozóan semmilyen utalás nem szerepel, az említett megjelölés kulcsszóként történő használata nem tekinthető úgy, hogy arra árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban került sor. A Google-lal szemben álló védjegyjogosultak és a francia kormány ezzel ellentétes álláspontot képviselnek.
- 65 E vonatkozásban emlékeztetni kell arra, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (3) bekezdése és a 40/94 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése nem tartalmazza kimerítő felsorolását azon használat típusoknak, amelyekkel szemben a védjegyjogosult felléphet (a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet 38. pontja, a C-228/03. sz. Gillette Company és Gillette Group Finland ügyben 2005. március 17-én hozott ítélet [EBHT 2005., I-2337. o.] 28. pontja, valamint a fent hivatkozott Adam Opel ügyben hozott ítélet 16. pontja). Következésképpen azon körülmény, hogy a harmadik személy által reklámozási célra használt megjelölés nem jelenik meg magában a hirdetésben, önmagában nem jelentheti azt, hogy e használat idegen a 89/104 irányelv 5. cikke értelmében vett „árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatos” használattól.

- 66 Ezenkívül azon értelmezés, amely szerint kizárólag az említett felsorolásban szereplő használati típusok relevánsak, figyelmen kívül hagyná azon körülményt, hogy e felsorolás szövege az elektronikus kereskedelem és az annak keretében kifejlesztett reklámok teljes körű megjelenése előtt jött létre. Márpedig az elektronikus kereskedelem és reklámozás e formái – az információs technológiák alkalmazásával – tipikusan alkalmasak arra, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (3) bekezdésében és a 40/94 rendelet 9. cikkének (2) bekezdésében felsorolt különböző használati módok gyakorlására.
- 67 A reklámszolgáltatás esetében kétségtelen, hogy azon hirdető szándéka, aki kulcsszóként más védjegyével azonos megjelölést választott, arra irányul, hogy az e szót keresőkifejezésként beíró internethasználók ne csupán az említett védjegy jogosultjának megjelenő linkjeire, hanem az említett hirdető promóciós linkjére is kattintsanak.
- 68 Egyértelmű az is, hogy az esetek többségében a védjegyet keresőkifejezésként beíró internethasználó az e védjegyet hordozó áruk vagy szolgáltatások kapcsán kíván információkat vagy ajánlatokat találni. Így amikor a keresés eredményei mellett vagy fölött megjelennek a védjegyjogosult versenytársainak áruait vagy szolgáltatásait kínáló weboldalakra vezető promóciós linkek, az internethasználó – amennyiben irrelevánsként eleve nem zárja ki e linkeket, és nem téveszti össze őket a védjegyjogosult linkjeivel – úgy észlelheti e promóciós linkeket, mint amelyek alternatívát kínálnak a védjegyjogosult áruhoz vagy szolgáltatásaihoz képest.
- 69 Ilyen helyzetben, amelyre az jellemző, hogy a védjegyjogosult versenytársa a védjeggyel azonos megjelölést választott kulcsszóként abból a célból, hogy az internethasználók számára alternatívát kínáljon az említett védjegyjogosult áruhoz vagy szolgáltatásaihoz képest, megvalósul az említett megjelölésnek az említett versenytárs áruival vagy szolgáltatásaival kapcsolatos használata.
- 70 E vonatkozásban emlékeztetni kell arra, hogy a Bíróság korábban úgy határozott, hogy a versenytárs védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölésnek az összehasonlító reklámban a hirdető által abból a célból történő használata, hogy a versenytárs

által kínált árukat vagy szolgáltatásokat kifejezetten vagy hallgatólagosan azonosítsa, és azokat saját áruival vagy szolgáltatásaival hasonlítsa össze, a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdése értelmében a megjelölés „árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos” használatának minősül (lásd a fent hivatkozott O2 Holdings és O2 (UK) ügyben hozott ítélet 35., 36. és 42. pontját, valamint a fent hivatkozott L’Oréal és társai ügyben hozott ítélet 52 és 53. pontját).

- 71 Márpedig – anélkül hogy szükséges lenne megvizsgálni, hogy a versenytársak védjegyeivel azonos kulcsszavakon alapuló internetes reklám az összehasonlító reklám egyik formájának minősül-e –, mindenképpen megállapítható, hogy az előző pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatban megállapítottakhoz hasonlóan a versenytárs védjegyével azonos megjelölésnek a hirdető által történő használata annak érdekében, hogy az internethasználó ne csupán a versenytárs által kínált árukról vagy szolgáltatásokról szerezzen tudomást, hanem az említett hirdető áruiról vagy szolgáltatásairól is, az e hirdető áruival, illetve szolgáltatásaival kapcsolatos használatnak minősül.
- 72 Egyébiránt még azokban az esetekben is, amikor a hirdető szándéka nem arra irányul, hogy a védjeggyel azonos megjelölés használatával árukat vagy szolgáltatásokat a védjegyjogosult áruinak vagy szolgáltatásainak alternatívájaként mutassa be az internethasználók részére, hanem éppen ellenkezőleg az a célja, hogy az internethasználókat áruik vagy szolgáltatásai származását illetően megtévesse annak elhitével, hogy azok a védjegyjogosulttól vagy ahhoz gazdaságilag kapcsolódó vállalkozástól származnak, a használat „árukkal és szolgáltatásokkal kapcsolatban” történik. Ahogyan azt ugyanis a Bíróság már korábban kimondta, az ilyen használat mindenképpen megvalósul, ha harmadik személy a védjeggyel azonos megjelölést úgy használja, hogy az kapcsolatot teremt az említett megjelölés és a harmadik személy által forgalmazott áruk vagy a harmadik személy által nyújtott szolgáltatások között (a fent hivatkozott Céline-ügyben hozott ítélet 23. pontja és a fent hivatkozott UDV North America ügyben hozott végzés 47. pontja).
- 73 A fenti megállapítások összességéből következik, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek a hirdető által internetes reklámszolgáltatás keretében, kulcsszóként történő használata a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontja értelmében az „árukkal és szolgáltatásokkal” kapcsolatos használat fogalma alá tartozik.

74 Hasonlóképpen „árakkal és szolgáltatásokkal” kapcsolatos használatról van szó a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontja értelmében, ha az említett használat tárgyát képező megjelölés valamely közösségi védjeggyel azonos.

c) A védjegy alapvető funkcióinak megsértésére alkalmas használat

75 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontjában foglalt kizárólagos jog odaítélésének célja az, hogy a jogosult számára lehetővé tegye különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítása, hogy a védjegy betölthesse szerepét. E jog gyakorlásának tehát azon esetekre kell korlátozódnia, amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti vagy sértheti a védjegy alapvető funkcióit (lásd különösen a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet 51. pontját, a fent hivatkozott Adam Opel ügyben hozott ítélet 21. és 22. pontját, valamint a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 58. pontját).

76 A fent említett ítélkezési gyakorlatból következően a védjegy jogosultja nem tilthatja meg a védjeggyel azonos megjelölés használatát, ha e használat a védjegy egyik funkcióját sem veszélyezteti (a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet 54. pontja és a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 60. pontja).

77 E funkciók között nem csupán a védjegy alapvető funkciója szerepel, amely abban áll, hogy szavatolja a fogyasztók számára az általa megjelölt áruk vagy szolgáltatások származását (a továbbiakban származásjelző funkció), hanem annak egyéb funkciói is vannak, mint például az ezen áruk vagy szolgáltatások minőségének szavatolása, vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók is (a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 58. pontja).

78 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontjában biztosított oltalom e vonatkozásban szélesebb körű

az említett cikkek (1) bekezdésének b) pontjában szabályozott oltalomnál, amelynek alkalmazása megköveteli az összetévesztés veszélyének fennállását (lásd ebben az értelemben a fent hivatkozott Davidoff-ügyben hozott ítélet 28. pontját, valamint a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 59. pontját).

79 A fent hivatkozott ítélkezési gyakorlatból következik, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontjában említett helyzetben, amikor harmadik személy a védjeggyel azonos megjelölést a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában használja, a védjegy jogosultja megtilthatja e használatot, ha az veszélyezteti a védjegy valamelyik – akár származásjelző, akár valamelyik más – funkcióját.

80 A védjegyjogosult kétségekívül nem tilthatja meg az ilyen használatot a 89/104 irányelv 6. és 7. cikkében, illetve a 40/94 rendelet 12. és 13. cikkében szereplő kivételek esetében. Nem állították azonban, hogy a jelen ügyben ezen esetek bármelyike alkalmazandó lenne.

81 A jelen esetben a megvizsgálandó releváns funkciók a származásjelző és a reklámfunkció.

i) A származásjelző funkció sérelme

82 A védjegy alapvető rendeltetése annak biztosítása a fogyasztó vagy a végfelhasználó számára, hogy a védjegyet hordozó áru vagy a védjegy alatt nyújtott szolgáltatás a védjegyjogosulttól származik, és ezáltal annak lehetővé tétele, hogy ezen árut vagy szolgáltatást megkülönböztessék az egyéb eredetű áruktól vagy szolgáltatásoktól (lásd

ebben az értelemben a C-39/97. sz. Canon-ügyben 1998. szeptember 29-én hozott ítélet [EBHT 1998., I-5507. o.] 28. pontját és a C-120/04. sz. Medion-ügyben 2005. október 6-án hozott ítélet [EBHT 2005., I-8551. o.] 23. pontját).

- 83 Az, hogy sérti-e a védjegy ezen funkcióját, ha a védjeggyel azonos kulcsszó alapján az internethasználóknak harmadik személy, például az említett védjegy jogosultja versenytársának hirdetését mutatják, különösen az említett védjegy megjelenítésének módjától függ.
- 84 Sérül a védjegy származásjelző funkciója, ha a hirdetés nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé a szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó számára annak megállapítását, hogy a hirdetésben szereplő áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, ahhoz gazdaságilag kapcsolódó vállalkozástól, vagy pedig harmadik féltől származnak (lásd ebben az értelemben a fent hivatkozott Céline ügyben hozott ítélet 27. pontját, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).
- 85 Ilyen esetben ugyanis – amelyre mindent egybevetve azon körülmény jellemző, hogy a szóban forgó hirdetés a védjegynek az érintett internethasználó által keresőkifejezésként történő beírását követően azonnal feltűnik, és olyankor jelenik meg, amikor a védjegy keresőkifejezésként szintén szerepel a képernyőn – az internethasználó tévedhet a szóban forgó áruk, illetve szolgáltatások származását illetően. E körülmények között a védjeggyel azonos megjelölés harmadik felek által – az említett hirdetés megjelenését előidéző – kulcsszóként történő használata megerősíti az érintett áruk, illetve szolgáltatások és a védjegyjogosult közötti lényegi kapcsolat fennállását (lásd analógia útján a fent hivatkozott Arsenal Football Club ügyben hozott ítélet 56. pontját, valamint a C-245/02. sz. Anheuser-Busch ügyben 2004. november 16-án hozott ítélet [EBHT 2004., I-10989. o.] 60. pontját).
- 86 A származásjelző funkció sérelménél maradván érdemes említést tenni arról, hogy a hirdetések interneten történő átlátható megjelenítését az elektronikus kereskedelemről szóló uniós jogszabályok is hangsúlyozzák. Tekintettel a tisztességes kereskedelemnek

és a fogyasztóvédelemnek a 2000/31 irányelv (29) preambulumbekzdésében említett érdekeire, az említett irányelv 6. cikke megállapítja azt a szabályt, amely szerint annak a természetes vagy jogi személynek, akinek, illetve amelynek javára az információs társadalommal összefüggő szolgáltatással kapcsolatos reklámozás történik, világosan azonosíthatónak kell lennie.

- 87 Jóllehet a fentiek alapján úgy tűnik, hogy az interneten hirdetőik felelőssége adott esetben más jogterületek – például a tisztességtelen verseny joga – szabályainak alkalmazásával is megállapítható, a védjegyekkel azonos vagy azokhoz hasonló megjelölések interneten történő jogellenes használata védjegyjogi szempontú vizsgálatra is alkalmas. Tekintettel a védjegy alapvető funkciójára, amely az elektronikus kereskedelem területén különösen abban áll, hogy a valamely meghatározott védjegy tárgyában végzett keresésre válaszul kapott hirdetéseket átfutó internethasználók számára lehetővé tegye az említett védjegy jogosultjának áruai vagy szolgáltatásai és a máshonnan származó áruk vagy szolgáltatások megkülönböztetését, az említett jogosultnak rendelkeznie kell azzal a joggal, hogy megtiltsa harmadik felek olyan hirdetéseinek megjelenítését, amelyet az internethasználók tévesen tőle származóként észlelhetnek.
- 88 A nemzeti bíróság feladata annak esetenkénti megítélése, hogy az előtte folyamatban lévő ügy tényállására jellemző-e a származásjelző funkcionak a jelen ítélet 84. pontjában leírt sérelme vagy veszélyeztetése.
- 89 Ha harmadik fél hirdetése azt sugallja, hogy gazdasági kapcsolat áll fenn e harmadik fél és a védjegyjogosult között, azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy származásjelző funkciója.
- 90 Ha a hirdetés – bár nem sugallja, hogy gazdasági kapcsolat állna fenn – a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások származása tekintetében annyira homályos marad, hogy a

szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó a promóciós link és a hozzá kapcsolt reklámüzenet alapján nem képes annak felismerésére, hogy a hirdető a védjegyjogosulttól független harmadik személy, vagy ellenkezőleg, ahhoz gazdasági kapcsolat fűzi, szintén azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy származásjelző funkciója.

ii) A reklámfunkció veszélyeztetése

- 91 Tekintettel arra, hogy az üzleti életet az áruk és a szolgáltatások változatos kínálata jellemzi, a védjegy jogosultjának az említett védjeggyel nem csupán áruai vagy szolgáltatásai származásának jelzése lehet a célja, hanem az is, hogy védjegyét reklámozási céllal, a fogyasztó tájékoztatása és meggyőzése érdekében alkalmazza.
- 92 Következésképpen valamely védjegy jogosultja a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában megtilthatja a védjeggyel azonos megjelölésnek a hozzájárulása nélkül történő használatát, amennyiben e használat veszélyezteti a védjegynek a jogosultja által eladásösztönző elemként vagy kereskedelmi stratégiai eszközként történő alkalmazását.
- 93 Azzal kapcsolatban, hogy az interneten hirdető reklámüzenetek megjelenítése céljából kulcsszóként más védjeggyel azonos megjelölést használnak, egyértelmű, hogy e használat bizonyos hatást gyakorol az említett védjegynek a jogosultja által történő reklámcélú használatára, valamint e jogosult kereskedelmi stratégiájára.
- 94 Tekintettel ugyanis arra, hogy az internetes reklámozásnak jelentős szerepe van az üzleti életben, hihető, hogy a védjegy jogosultja saját védjegyét kulcsszóként választja

az internetes reklámszolgáltatás nyújtójánál annak érdekében, hogy a „szponzorált linkek” rovatban hirdetést jelentessen meg. Amennyiben erre kerül sor, a védjegyjogosultnak adott esetben el kell fogadnia, hogy magasabb kattintásonkénti árat fizessen, mint egyes más gazdasági szereplők, amennyiben azt kívánja elérni, hogy hirdetése azon említett gazdasági szereplők hirdetését megelőzve jelenjen meg, akik szintén az ő védjegyét választották kulcsszóként. Ezenkívül még abban az esetben is, ha a védjegyjogosult hajlandó a szintén az említett védjegyet választó harmadik felek által kínálnál magasabb kattintásonkénti árat fizetni, nem lehet biztos abban, hogy hirdetése a harmadik felek hirdetési előtt jelenik meg, mivel a hirdetések megjelenési sorrendjének meghatározásához egyéb szempontokat is figyelembe vesznek.

- 95 A védjeggyel azonos megjelölés harmadik felek általi használatának e hatásai azonban önmagukban nem veszélyeztetik a védjegy reklámfunkcióját.
- 96 A kérdést előterjesztő bíróság saját megállapításai szerint ugyanis az előzetes kérdésekben említett helyzet abban áll, hogy promóciós linkek jelennek meg azt követően, hogy az internethasználó keresőkifejezésként valamely kulcsszóként kiválasztott védjegyet vitt be. Ezen ügyekben az is kétségtelen, hogy e promóciós linkek a keresés természetes eredményei mellett vagy fölött jelennek meg. Végül nem vitatott, hogy a természetes eredmények sorrendje abból ered, hogy az egyes weboldalak mennyiben relevánsak az internethasználó által bevitt keresőkifejezésre tekintettel, továbbá az sem, hogy a keresőmotor e megjelenítésekért nem követel ellenértéket.
- 97 A fenti elemekből következik, hogy amikor az internethasználó keresőkifejezésként védjegyet képező szót visz be, a természetes találatok felsorolásában megjelenik az említett védjegy jogosultjának honlapja, illetve promóciós oldala, ami rendszerint az említett felsorolás első helyeinek egyikén szerepel. E megjelenítés – amely egyébiránt ingyenes – azzal a következménnyel jár, hogy biztosítja a védjegyjogosult termékeinek vagy szolgáltatásainak az internethasználó részére való láthatóságát, függetlenül

attól, hogy e védjegyjogosultnak sikerül-e a „szponzorált linkek” első helyeinek valamelyikén is hirdetést megjelentetnie.

- ⁹⁸ E körülményekre tekintettel azt a következtetést kell levonni, hogy a más védjegyével azonos megjelölésnek az alapügyekben szóban forgóhoz hasonló reklámszolgáltatás keretében történő használata nem veszélyezteti a védjegy reklámfunkcióját.

d) Véggkövetkeztetés

- ⁹⁹ A fentiekre tekintettel a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdésre, a C-237/08. sz. ügyben előterjesztett első kérdésre, valamint a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett első és második kérdésre az alábbi választ kell adni:

- a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontját és a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy valamely védjegy jogosultja megtilthatja, hogy valamely hirdető az említett védjeggyel azonos megjelölést az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott kulcsszóként az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások reklámozására használja, amennyiben e reklám nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé az átlagos internethasználó számára annak felismerését, hogy a hirdetésben említett áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, illetve ahhoz gazdaságilag kapcsolt vállalkozástól, vagy ellenkezőleg, harmadik személytől származnak;

- az internetes reklámszolgáltatás nyújtója, aki kulcsszóként valamely védjeggyel azonos megjelölést tárol, és annak alapján szervezi hirdetések megjelenítését, nem használja e megjelölést a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdése a) és b) pontjának értelmében.

3. A 89/104 irányelv 5. cikke (2) bekezdésének és a 40/94 irányelv 9. cikke (1) bekezdése c) pontjának értelmezéséről

- 100 A kérdést előterjesztő bíróság a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdésével lényegében azt kérdezi, hogy az internetes reklámszolgáltatás nyújtója, aki kulcsszóként jó hírnevet élvező védjegynek megfelelő megjelölést tárol, és annak alapján szervezi hirdetések megjelenítését, oly módon használja-e az említett megjelölést, amely használattal szemben az említett védjegy jogosultja a 89/104 irányelv 5. cikkének (2) bekezdése alapján, vagy amennyiben az említett megjelölés jó hírnevet élvező közösségi védjeggyel azonos, a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének c) pontja alapján felléphet.
- 101 A kérdést előterjesztő bíróság megállapításai szerint a jelen ügyben bizonyított, hogy a Google lehetővé tette az internethasználóknak Vuitton-termékek utánzatait kínáló hirdetőik számára, hogy a Vuitton védjegyeinek megfelelő kulcsszavakat válasszanak olyan kulcsszavakkal társítva, mint például az „utánzat” vagy a „másolat”.
- 102 A Bíróság korábban az utánzatok eladásra kínálásának esetével kapcsolatban már kimondta, hogy amikor valamely harmadik fél a jó hírű védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni, azért, hogy előnyt szerezzen annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által az e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó előnyt az említett védjegy megkülönböztető

képessége vagy jó híre tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni (a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 49. pontja).

- 103 Ezen ítélkezési gyakorlat olyan esetekben releváns, amikor az interneten hirdető a jó hírű védjeggyel – például „Louis Vuitton” vagy „Vuitton” – azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés használatával kínálnak eladásra olyan termékeket, amelyek az említett védjegyek jogosultjai termékeinek utánczaitai.
- 104 Mindazonáltal azon kérdést illetően, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója akkor, amikor kulcsszóként tárolja az olyan kifejezésekkel társított megjelöléseket, mint például „utánczat” és „másolat”, és azok alapján teszi lehetővé hirdetések megjelenítését, olyan használatot folytat-e, amellyel szemben az említett védjegyek jogosultja felléphet, emlékeztetni kell arra, hogy – ahogyan az a jelen ítélet 55–57. pontjában is szerepel – a szolgáltató ezen cselekményei nem minősülnek a 89/104 irányelv 5. cikkének, illetve a 40/94 rendelet 9. cikkének értelmében vett használatnak.
- 105 Következésképpen a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdésre azt a választ kell adni, hogy az internetes reklámszolgáltatás nyújtója, aki kulcsszóként valamely jó hírű névvel élvező védjeggyel azonos megjelölést tárol, és annak alapján szervezi hirdetések megjelenítését, nem használja e megjelölést a 89/104 irányelv 5. cikke (2) bekezdésének, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdése c) pontjának értelmében.

B – A reklámszolgáltatást nyújtó felelősségéről

- 106 A C-236/08. sz. ügyben előterjesztett harmadik kérdésével, a C-237/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdésével és a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett harmadik kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság lényegében azt kérdezi, hogy a 2000/31 irányelv 14. cikkét úgy kell-e értelmezni, hogy az internetes reklámszolgáltatás a hirdető által

küldött információk tárolásából álló, információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak minősül, így ezen adatok az említett cikk értelmében „tárhelyszolgáltatás” tárgyát képezik, következésképpen a reklámszolgáltatás nyújtójának felelőssége nem állapítható meg mindaddig, amíg nem tájékoztatták az említett hirdető jogellenes tevékenységéről.

107 A 2000/31 irányelv 12–15. cikkét magában foglaló, „A közvetítő szolgáltatók felelőssége” címet viselő 4. szakasz célja azon esetek körének leszűkítése, amelyekben a közvetítő szolgáltatók felelőssége – az adott területen alkalmazandó nemzeti szabályokkal összhangban – megállapítható. A nemzeti jog keretében kell tehát keresni az ilyen felelősség megállapításának feltételeit, belátva azonban, hogy az említett irányelv 4. szakasza alapján bizonyos helyzetek kizárják a közvetítő szolgáltatók felelősségének megállapítását. Az említett irányelv átültetésére meghatározott határidő lejártát követően az ilyen szolgáltatók felelősségét érintő nemzeti jogi szabályoknak tartalmazniuk kell a fent említett cikkekben kimondott korlátozásokat.

108 A Vuitton, a Viaticum és a CNRRH mindazonáltal azt állítják, hogy az AdWordshöz hasonló reklámszolgáltatás nem a 2000/31 irányelv említett rendelkezéseiben szereplő meghatározás értelmében vett információs társadalommal összefüggő szolgáltatás, ezért az ilyen szolgáltatás nyújtója semmi esetre sem részesülhet az említett felelősségkorlátozások előnyéből. A Google és az Európai Bizottság ezzel ellentétes álláspontot képvisel.

109 A 2000/31 irányelv 14. cikkének (1) bekezdésében szereplő felelősségkorlátozás akkor alkalmazható, ha „információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásról van szó, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információ tárolásából áll”, és azt jelenti, hogy az ilyen szolgáltatás nyújtója nem vonható felelősségre a szolgáltatás igénybe vevőjének kérésére tárolt információért, kivéve ha e szolgáltató azt követően, hogy valamely károsult személytől vagy más módon az igénybe vevő

adatainak vagy tevékenységeinek jogsértő jellegéről tudomást szerzett, nem intézkedett haladéktalanul az említett adatok eltávolításáról vagy az azokhoz való hozzáférés megszüntetéséről.

- 110 Ahogyan az a jelen ítélet 14. és 15. pontjában is szerepel, a jogalkotó úgy határozta meg az „információs társadalommal összefüggő szolgáltatás” fogalmát, hogy az magában foglalja azon szolgáltatásokat, amelyeket távolról, elektronikus úton és a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére – általában térítés ellenében – nyújtanak. Az alapügyekben szóban forgó reklámszolgáltatásnak a jelen ítélet 23. pontjában összefoglalt jellemzőire tekintettel azt a következtetést kell levonni, hogy az a fenti meghatározás valamennyi elemét tartalmazza.
- 111 Ezenkívül nem vitatható, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója az említett szolgáltatást igénybe vevő, azaz a hirdető információit továbbítja az internethasználók részére nyitott távközlési hálózatba, és tárol – azaz szerverének memóriájában elhelyez – bizonyos adatokat, mint például a hirdető által kiválasztott kulcsszavakat, a promóciós linket és az utóbbi kísérő reklámüzenetet, továbbá a hirdető weboldalának címét.
- 112 Ahhoz, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója által végzett tárolás a 2000/31 irányelv 14. cikkének hatálya alá tartozzon, az is szükséges, hogy e szolgáltató magatartása a „közvetítő szolgáltató” tevékenységére korlátozódjon a jogalkotó szándéka szerint az említett irányelv 4. cikkében meghatározott értelemben.
- 113 E vonatkozásban a 2000/31 irányelv (42) preambulumbekzdéséből következik, hogy a 2000/31 irányelvben szabályozott felelősség alóli mentességek kizárólag azon

esetekre vonatkoznak, amelyekben az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtójának tevékenysége „pusztán technikai, automatikus és passzív jellegű”, ami azt is jelenti, hogy az említett szolgáltatásnyújtónak „sem tudomása nincs a továbbított, illetve tárolt adatról, se nem kezeli azt az adatot”.

- 114 Következésképpen annak ellenőrzése céljából, hogy a reklámszolgáltatás nyújtójának felelőssége korlátozható-e a 2000/31 irányelv 14. cikke alapján, meg kell vizsgálni, hogy az említett szolgáltató által játszott szerep semleges-e, amennyiben tevékenysége pusztán technikai, automatikus és passzív jellegű, ami azt is jelenti, hogy az említett szolgáltatásnyújtónak nincs tudomása a továbbított, illetve tárolt adatról, és nem is kezeli azt az adatot.
- 115 Az alapügyekben szóban forgó reklámszolgáltatást illetően az ügy irataiból és a jelen ítélet 23. és azt követő pontjaiban szereplő leírásból következik, hogy a Google az általa fejlesztett szoftverek segítségével kezeli a hirdető által bevitt adatokat, és ez olyan feltételek mellett eredményezi hirdetések megjelenítését, amelyeket a Google ellenőriz. Ily módon a Google határozza meg – különösen a hirdető által fizetett ellenérték alapján – a megjelenítés sorrendjét.
- 116 Rá kell mutatni, hogy azon egyedüli körülmény, hogy a reklámszolgáltatást ellenérték fejében nyújtják, hogy a fizetés feltételeit a Google rögzíti, vagy akár hogy általános tájékoztatást nyújt ügyfelei részére, nem eredményezheti azt, hogy a Google-t megfossza a 2000/31 irányelvben szabályozott felelősségkorlátozások előnyétől.
- 117 Hasonlóképpen a kiválasztott kulcsszó és az internethasználó által bevitt keresőkifejezés közötti megfelelés önmagában nem elegendő annak megállapításához, hogy a Google ismerte vagy kezelte a hirdető által a rendszerébe bevitt és a szervere memóriájában tárolt adatokat.

- 118 A jelen ítélet 114. pontjában említett vizsgálat keretében azonban a Google által a promóciós linket kísérő reklámüzenet megszövegezésében, illetve a kulcsszavak létrehozásában és kiválasztásában betöltött szerep relevanciával bír.
- 119 A fenti megállapításokra tekintettel kell megállapítania a nemzeti bíróságnak – amely az alapügyekben szóban forgó szolgáltatásnyújtás konkrét feltételeit a legjobban megismerheti –, hogy a Google által a fentieknek megfelelően játszott szerep megfelel-e a jelen ítélet 114. pontjában leírtaknak.
- 120 A fentiekre tekintettel a C-236/08. sz. ügyben előterjesztett harmadik kérdésre, a C-237/08. sz. ügyben előterjesztett második kérdésre és a C-238/08. sz. ügyben előterjesztett harmadik kérdésre azt a választ kell adni, hogy a 2000/31 irányelv 14. cikkét úgy kell értelmezni, hogy az abban szereplő szabály az internetes reklámszolgáltatás nyújtójára akkor alkalmazandó, ha e szolgáltató nem játszott olyan tevőleges szerepet, amelynek révén ismerte vagy kezelte a tárolt adatokat. Amennyiben nem játszott ilyen szerepet, az említett szolgáltató felelőssége a hirdető kérésére tárolt adatokért nem állapítható meg, kivéve ha a szolgáltató ezen adatok vagy a hirdető tevékenysége jogellenességéről tudomást szerzett, de nem intézkedett haladéktalanul az adatok eltávolítása, illetve az azokhoz való hozzáférés megszüntetése iránt.

IV – A költségekről

- 121 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (nagytanács) a következőképpen határozott:

- 1) A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontját és a közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK tanácsi rendelet 9. cikke (1) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy valamely védjegy jogosultja megtilthatja, hogy valamely hirdető az említett védjeggyel azonos megjelölést az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott kulcsszóként az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások reklámozására használja, amennyiben e reklám nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé az átlagos internethasználó számára annak felismerését, hogy a hirdetésben említett áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, illetve ahhoz gazdaságilag kapcsolt vállalkozástól, vagy ellenkezőleg, harmadik személytől származnak.
- 2) Az internetes reklámszolgáltatás nyújtója, aki kulcsszóként valamely védjeggyel azonos megjelölést tárol, és annak alapján szervezi hirdetések megjelenítését, nem használja e megjelölést a 89/104 irányelv 5. cikke (1) és (2) bekezdésének, illetve a 40/94 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének értelmében.
- 3) Az elektronikus kereskedelem egyes jogi vonatkozásairól szóló, 2000. június 8-i 2000/31/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv („elektronikus kereskedelemről szóló irányelv”) 14. cikkét úgy kell értelmezni, hogy az abban szereplő szabály az internetes reklámszolgáltatás nyújtójára akkor alkalmazandó, ha e szolgáltató nem játszott olyan tevéleges szerepet, amelynek révén ismerte vagy kezelte a tárolt adatokat. Amennyiben nem játszott ilyen szerepet, az említett szolgáltató felelőssége a hirdető kérésére tárolt adatokért nem állapítható meg, kivéve ha a szolgáltató ezen adatok vagy a hirdető

tevékenységének jogellenességéről tudomást szerzett, de nem intézkedett haladéktalanul az adatok eltávolítása, illetve az azokhoz való hozzáférés megszüntetése iránt.

Aláírások