



Raccolta della giurisprudenza

Causa C-657/11

**Belgian Electronic Sorting Technology NV
contro
Bert Peelaers
e
Visys NV**

(domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dallo Hof van Cassatie)

«Direttive 84/450/CEE e 2006/114/CE — Pubblicità ingannevole e pubblicità comparativa —
Nozione di “pubblicità” — Registrazione e utilizzo di un nome di dominio — Utilizzo di metatags nei
metadati di un sito Internet»

Massime — Sentenza della Corte (Terza Sezione) dell'11 luglio 2013

1. *Questioni pregiudiziali — Competenza del giudice nazionale — Valutazione della necessità e della rilevanza delle questioni sollevate*
(Art. 267 TFUE)
2. *Questioni pregiudiziali — Competenza della Corte — Identificazione degli elementi di diritto dell'Unione pertinenti*
(Art. 267 TFUE)
3. *Ravvicinamento delle legislazioni — Pubblicità ingannevole e comparativa — Direttive 84/450 e 2006/114 — Nozione di pubblicità — Registrazione di un nome di dominio Internet — Esclusione — Utilizzo di un nome di dominio Internet e di metatags nei metadati di un sito Internet, facenti riferimento a prodotti, a servizi o al nome commerciale di una società — Inclusione*

[Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio n. 2006/114, art. 2, a); direttiva del Consiglio n. 84/450, art. 2, punto 1)]

1. V. il testo della decisione.

(v. punto 28)

2. V. il testo della decisione.

(v. punto 29)

3. L'articolo 2, punto 1, della direttiva 84/450, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa, come modificata dalla direttiva 2005/29, e l'articolo 2, lettera a), della direttiva 2006/114, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa, devono essere interpretati nel senso che la nozione di pubblicità, come definita dalle disposizioni suddette, comprende l'utilizzo di un nome di dominio nonché l'utilizzo di metatags nei metadati di un sito Internet, in una situazione in cui il nome di dominio o i metatags costituiti da parole chiave («keyword metatags») fanno riferimento ad alcuni prodotti o ad alcuni servizi o anche al nome commerciale di una società e costituiscono una forma di messaggio, che si rivolge ai potenziali consumatori e suggerisce loro che troveranno un sito Internet in rapporto con detti prodotti o servizi o anche con detta società.

Infatti, la nozione di «pubblicità», ai sensi delle direttive 84/450 e 2006/114, non può essere interpretata e applicata in modo tale che le iniziative intraprese da un professionista al fine di promuovere la vendita dei propri prodotti o servizi, le quali possano influenzare il comportamento economico dei consumatori e avere perciò delle ripercussioni sui concorrenti di tale professionista, sfuggano alle regole di concorrenza leale imposte dalle direttive suddette.

Per contro, la registrazione, in quanto tale, di un nome di dominio non è ricompresa nella nozione suddetta. Infatti, si tratta di un atto meramente formale, il quale, di per sé stesso, non implica necessariamente la possibilità di una presa di conoscenza del nome di dominio da parte dei potenziali consumatori, e che dunque non è idoneo ad influenzare le scelte di questi ultimi.

(v. punti 39, 43, 48, 53, 60 e dispositivo)