

V

(Avvisi)

PROCEDIMENTI GIURISDIZIONALI

CORTE DI GIUSTIZIA

Sentenza della Corte (Grande Sezione) 23 marzo 2010 (domande di pronuncia pregiudiziale proposte dalla Cour de cassation — Francia) — Google France, Google Inc./Louis Vuitton Malletier (C-236/08), Viaticum SA, Luteciel SARL (C-237/08), Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL (C-238/08)

(Causa riunite da C-236/08 a C-238/08) ⁽¹⁾

[*Marchi — Internet — Motore di ricerca — Pubblicità a partire da parole chiave («keyword advertising») — Visualizzazione, a partire da parole chiave corrispondenti a marchi di impresa, di link verso siti di concorrenti dei titolari di detti marchi ovvero verso siti sui quali sono offerti prodotti di imitazione — Direttiva 89/104/CEE — Art. 5 — Regolamento (CE) n. 40/94 — Art. 9 — Responsabilità del gestore del motore di ricerca — Direttiva 2000/31/CE («direttiva sul commercio elettronico»]*

(2010/C 134/02)

Lingua processuale: il francese

Giudice del rinvio

Cour de cassation

Parti

Ricorrenti: Google France, Google Inc.

Convenuti: Louis Vouitton Malletier (C-236/08), Viaticum SA, Luteciel SARL (C-237/08) Centre national de recherche en relation humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL (C-238/08)

Oggetto

Domanda di pronuncia pregiudiziale — Cour de cassation (Francia) — Interpretazione degli artt. 5, nn. 1, lett. a) e b), e 2 della prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1998, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati

membri in materia di marchi d'impresa (GU 1989, L 40, pag. 1), 9, n. 1, lett. a)-c), del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1) e 14 della direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 8 giugno 2000, 2000/31/CE, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno (GU L 178, pag. 1) — Nozione di «uso» del marchio e diritti del suo titolare — Prestatore di servizi di posizionamento a pagamento su Internet che non pubblicizza prodotti o servizi propri, ma mette a disposizione degli inserzionisti parole chiave che riproducono o imitano marchi depositati e che organizza, tramite il contratto di posizionamento, la creazione e la visualizzazione privilegiata, a partire da tali parole chiave, di collegamenti promozionali verso siti sui quali sono offerti prodotti contraffatti — Condizioni di esonerazione della responsabilità del prestatore di servizi di memorizzazione di informazioni fornite dai destinatari dei servizi stessi

Dispositivo

- 1) Gli artt. 5, n. 1, lett. a), della prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa, e 9, n. 1, lett. a), del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario, devono essere interpretati nel senso che il titolare di un marchio può vietare ad un inserzionista di fare pubblicità — a partire da una parola chiave identica a detto marchio, selezionata da tale inserzionista nell'ambito di un servizio di posizionamento su Internet senza il consenso dello stesso titolare — a prodotti o servizi identici a quelli per cui detto marchio è registrato, qualora la pubblicità di cui trattasi non consenta, o consenta soltanto difficilmente, all'utente medio di Internet di sapere se i prodotti o i servizi indicati nell'annuncio provengano dal titolare del marchio o da un'impresa economicamente connessa a quest'ultimo o invece da un terzo.
- 2) Il prestatore di un servizio di posizionamento su Internet che memorizza come parola chiave un segno identico a un marchio e organizza, a partire da quest'ultima, la visualizzazione di annunci non fa un uso di tale segno ai sensi dell'art. 5, nn. 1 e 2, della direttiva 89/104 o dell'art. 9, n. 1, del regolamento n. 40/94.

3) L'art. 14 della direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 8 giugno 2000, 2000/31/CE, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («Direttiva sul commercio elettronico»), deve essere interpretato nel senso che la norma ivi contenuta si applica al prestatore di un servizio di posizionamento su Internet qualora detto prestatore non abbia svolto un ruolo attivo atto a conferirgli la conoscenza o il controllo dei dati memorizzati. Se non ha svolto un siffatto ruolo, detto prestatore non può essere ritenuto responsabile per i dati che egli ha memorizzato su richiesta di un inserzionista, salvo che, essendo venuto a conoscenza della natura illecita di tali dati o di attività di tale inserzionista, egli abbia omesso di prontamente rimuovere tali dati o disabilitare l'accesso agli stessi.

(¹) GU C 209 del 15.8.2008.

Sentenza della Corte (Prima Sezione) 25 marzo 2010 (domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dall'Oberster Gerichtshof — Austria) — Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH/Günter Guni, trekking.at Reisen GmbH

(Causa C-278/08) (¹)

[**Marchi — Internet — Pubblicità a partire da parole chiave («keyword advertising») — Visualizzazione, a partire da parole chiave identiche o simili a marchi, di link verso siti di concorrenti dei titolari di tali marchi — Direttiva 89/104/CEE — Art. 5, n. 1]**

(2010/C 134/03)

Lingua processuale: il tedesco

Giudice del rinvio

Oberster Gerichtshof

Parti

Ricorrenti: Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH

Convenuti: Günter Guni, trekking.at Reisen GmbH

Oggetto

Domanda di pronuncia pregiudiziale — Oberster Gerichtshof — Interpretazione dell'art. 5, n. 1, della Prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa

(GU 1989 L 40, pag. 1) — Iscrizione, presso un prestatore di servizi che gestisce un motore di ricerca in internet, di un segno simile o identico a un marchio d'impresa allo scopo di far apparire sullo schermo in modo automatico, digitando tale segno come parola chiave, pubblicità per prodotti o servizi identici o simili a quelli per i quali il detto marchio è stato registrato («keyword advertising») — Qualificazione di siffatta utilizzazione del marchio d'impresa quale uso che il titolare dello stesso ha il diritto di vietare

Dispositivo

L'art. 5, n. 1, della prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa, deve essere interpretato nel senso che il titolare di un marchio ha il diritto di vietare che un inserzionista — sulla base di una parola chiave identica o simile a tale marchio, da lui scelta, senza il consenso del detto titolare, nell'ambito di un servizio di posizionamento su Internet — faccia pubblicità a prodotti o servizi identici a quelli per i quali il marchio in questione è stato registrato, qualora tale pubblicità non consenta o consenta solo difficilmente all'utente medio di Internet di sapere se i prodotti o i servizi cui si riferisce l'annuncio provengano dal titolare del marchio o da un'impresa economicamente collegata a quest'ultimo ovvero, al contrario, da un terzo.

(¹) GU C 223 del 30.8.2008.

Sentenza della Corte (Quarta Sezione) 18 marzo 2010 (domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Giudice di pace di Ischia) — Rosalba Alassini (C-317/08) e Filomena Califano/Wind SpA (C-318/08) e Lucia Anna Giorgia Iacono/Telecom Italia SpA (C-319/08) e Multiservice Srl/Telecom Italia SpA (C-320/08)

(Cause riunite da C-317/08 a C-320/08) (¹)

[**Domanda di pronuncia pregiudiziale — Principio della tutela giurisdizionale effettiva — Reti e servizi di comunicazione elettronica — Direttiva 2002/22/CE — Servizio universale — Controversie tra utenti finali e fornitori — Tentativo obbligatorio di conciliazione extragiudiziale**]

(2010/C 134/04)

Lingua processuale: l'italiano

Giudice del rinvio

Giudice di pace di Ischia