

SENTENZA TAL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (Awla Manja)

23 ta' Marzu 2010\*

Fil-Kawzi magħquda C-236/08 sa C-238/08,

li għandhom bħala suġġett talbiet għal deċiżjoni preliminari skont l-Artikolu 234 KE, imressqa mill-Cour de cassation (Franza), permezz ta' deċiżjonijiet tal-20 ta' Mejju 2008, li waslu fil-Qorti tal-Ġustizzja fit-3 ta' Ġunju 2008, fil-proċeduri

**Google France SARL,**

**Google Inc.**

vs

**Louis Vuitton Malletier SA (C 236/08),**

u

**Google France SARL**

vs

\* Lingwa tal-kawża: il-Franċiż.

**Viaticum SA,**

**Luteciel SARL (C 237/08),**

u

**Google France SARL**

vs

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

**Pierre-Alexis Thonet,**

**Bruno Raboin,**

**Tiger SARL (C 238/08),**

IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (Awla Manja),

komposta minn V. Skouris, President, A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts u E. Levits, Presidenti ta' Awla, C. W. A. Timmermans, A. Rosas, A. Borg

Barthet, M. Ilešič (Relatur), J. Malenovský, U. Löhmus, A. Ó Caoimh u J.-J. Kasel, Imħhallfin,

Avukat Ġenerali: P Maduro,  
Reġistratur: H. von Holstein, Assistent Reġistratur,

wara li rat il-proċedura bil-miktub u wara s-seduta tas-17 ta' Marzu 2009,

wara li kkunsidrat l-osservazzjonijiet ippreżentati:

- għal Google Franza SARL u Google Inc., minn A. Néri u S. Proust, avukati, kif ukoll minn G. Hobbs, QC,
- għal Louis Vuitton Malletier SA, minn P. de Candé, avukat,
- għal Viaticum SA u Luteciel SARL, minn C. Fabre, avukat,
- għal Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL u M. Thonet, minn L. Boré u P. Buisson, avukati,
- għal Tiger SARL, minn O. de Nervo, avukat,
- għall-Gvern Franciż, minn G. de Bergues u B. Cabouat, bħala aġenti,
- għall-Kummissjoni tal-Komunitajiet Ewropej, minn H. Krämer, bħala aġent.

wara li semgħet il-konkluzjonijiet tal-Avukat Ġenerali, ippreżentati fis-seduta tat-22 ta' Settembru 2009,

tagħti l-preżenti

### Sentenza

- 1 It-talbiet għal decizjoni preliminari jirrigwardaw l-interpretazzjoni tal-Artikolu 5(1) u (2) tal-ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 17, Vol. 1, p. 92-98), tal-Artikolu 9(1) tar-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 40/94, tal-20 ta' Diċembru 1993, dwar it-trade mark Komunitarja (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 17, Vol. 1, p. 146-180) u tal-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-8 ta' Ġunju 2000, dwar ċerti aspetti legali tas-servizzi minn soċjetà tal-informazzjoni, partikolarment il-kummerċ elettroniku, fis-Suq Intern (Direttiva dwar il-kummerċ elettroniku) (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 13, Vol. 25, p. 399-414).
- 2 Dawn it-talbiet ġew ippreżentati fil-kuntest ta' kawzi, fil-Kawża C-236/08, bejn il-kumpanniji Google France SARL u Google Inc. (iktar 'il quddiem individwalment jew flimkien "Google") u l-kumpannija Louis Vuitton Malletier SA (iktar 'il quddiem "Vuitton"), u, fil-Kawzi C-237/08 u C-238/08, bejn Google u l-kumpanniji Viaticum SA (iktar 'il quddiem "Viaticum"), Luteciel SARL (iktar 'il quddiem "Luteciel"), Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL (iktar 'il quddiem "CNRRH") u Tiger SARL (iktar 'il quddiem "Tiger"), kif ukoll iż-żewġ individwi, P.A. Thonet u B. Raboin, dwar il-wiri fuq l-internet ta' links pubbliċitarji fuq il-baži ta' kliem prinċipali li jikkorrispondu għal trade marks.

## I — Il-kuntest ġuridiku

### A — *Id-Direttiva 89/104*

- 3 L-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104, intitolat “Drittijiet mogħtija minn trade mark”, jipprovdi li:

“1. It-trade mark registrata għandha tagħti l-proprjetarju drittijiet esklussivi fuqha. Il-proprjetarju għandu jkun intitolat li jimpedixxi terzi persuni kollha li ma għandhomx il-kunsens tiegħu milli jużaw matul il-kummerċ:

- a) kwalunkwe sinjal li hu identiku mat-trade mark fejn għandhom x’jaqsmu merkanzija [prodotti] jew servizzi li huma identiċi għal dawk li t-trade mark hi registrata;
- b) kwalunkwe sinjal li, minħabba l-identità ma’, jew li jixbah it-trade mark u l-identità jew xebh ta’ l-merkanzija [prodotti] jew is-servizzi koperti mit-trade mark u s-sinjal, teżisti l-possibbiltà ta’ konfużjoni da parti tal-pubbliku, li tinkludi l-possibbiltà ta’ assoċjazzjoni bejn is-sinjal u t-trade mark.

2. Kwalunkwe Stat Membru jista’ wkoll jistabbilixxi li l-proprjetarju għandu jkun intitolat li jimpedixxi lil terzi persuni kollha li ma għandhomx il-kunsens tiegħu li jużaw matul il-kummerċ kwalunkwe sinjal li hu identiku ma’, jew simili għat-trade mark fejn għandhom x’jaqsmu merkanzija [prodotti] jew servizzi li mhux simili [ma jixxiebħux] għal dawk li għalihom it-trade mark hi registrata, fejn ta’ l-aħħar għandha

reputazzjoni fl-Istat Membru u fejn l-użu ta' dak is-simbolu [sinjal] mingħajr raġuni valida jieħu vantaġġ mhux onest jew li hu ta' detriment għall-karattru li jiddifferenza wiehed għall-ieħor jew reputazzjoni tat-trade mark.

3. Is-segwent, *inter alia*, jistgħu jkunu projbiti taħt paragrafi 1 u 2:

- a) li jitwaħħal is-simbolu [sinjal] ma' l-merkanzija [prodotti] jew ma' l-imballaġġ ta' dan;
- b) li joffru l-merkanzija [prodotti] , jew li jqiegħduhom fuq is-suq jew li jaħznuhom għal dawn l-iskopijiet taħt dak is-sinjal, jew li joffru u jfornu servizzi kif jidhru hawn taħt;
- ċ) jimpurtaw jew jesportaw il-merkanzija [prodotti] taħt is-simbolu [sinjal];
- d) juzaw is-sinjal fuq karti tal-kummerċ u fir-reklamar.

[...]"

- 4 L-Artikolu 6 tad-Direttiva 89/104, intitolat “Limitazzjoni ta’ l-effetti ta’ trade mark” jipprovdi li:

“1. It-trade mark m’għandhiex tagħti d-dritt lill-proprjetarju li jipprojbixxi terza persuna milli tuża matul il-kummerċ,

a) l-isem jew l-indirizz tiegħu;

b) indikazzjonijiet li għandhom x’jaqsmu mat-tip, kwalità, kwantità, skop intiż, valur, oriġini ġeografika, iż-żmien tal-produzzjoni ta’ l-merkanzija jew l-għoti tas-servizz, jew karatteristika oħra ta’ merkanzija jew servizzi;

(ċ) t-trade mark fejn hi neċessarja biex tindika l-iskop intiż ta’ prodott jew servizz, b’mod partikolari bħala aċċessorji jew spare parts;

sakemm jużahom skond prattiċi onesti f’materji industrijali jew kummerċjali.

[...]”

- 5 L-Artikolu 7 tad-Direttiva 89/104, intitolat “Eżawriment tad-drittijiet mogħtija minn trade mark”, fil-verżjoni oriġinali tiegħu kien jiddikjara li:

“1. It-trade mark ma tagħtix lill-proprjetarju d-dritt li jipprojbixxi l-użu tagħha fir-rigward ta’ merkanzija [prodotti] li tqieghdet fuq is-suq taħt dik it-trade mark mill-proprjetarju jew bil-kunsens tiegħu.

2. Il-paragrafu 1 m’għandux japplika fejn jeżistu raġunijiet legittimi għall-proprjetarju biex jopponi aktar kummerċjalizzazzjoni ta’ l-merkanzija [prodotti], speċjalment fejn il-kundizzjoni ta’ l-merkanzija [prodotti] hi mibdula jew danneġġjata wara li tqieghdet fuq is-suq.”

- 6 Skont l-Artikolu 65(2) tal-Ftehim dwar iż-Żona Ekonomika Ewropea (ŻEE), moqri flimkien mal-punt 4 tal-Anness XVII ta’ dan il-Ftehim, l-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 89/104, fil-verżjoni oriġinali tiegħu, gie emendat għall-finijiet tal-imsemmi ftehim, billi l-espressjoni “fil-Komunità” ġiet mibdula bil-kliem “fit-territorju ta’ parti Kontraenti”.

- 7 Id-Direttiva 89/104 ġiet imħassra bid-Direttiva 2008/95/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-22 ta’ Ottubru 2008, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks (ĠU L 299, p. 25), li daħlet fis-sehħ fit-28 ta’ Novembru 2008. Madankollu, fid-dawl tad-data li fiha sehħew il-fatti, il-kawżi prinċipali jibqgħu rregolata bid-Direttiva 89/104.



B — *Ir-Regolament Nru 40/94*

- 8 L-Artikolu 9 tar-Regolament Nru 40/94, intitolat “Id-drittijiet li jirrizultaw minn trade mark Komunitarja” jipprovdi li:

“1. It-trade mark Komunitarja tagħti lill-proprjetarju id-drittijiet esklussivi fiha. Il-proprjetarju għandu l-jedd li jistabbilixxi lil terzi persuni li ma jkollhomx il-kunsens tiegħu milli jużaw fil-kummerċ:

- a) kull sinjal li huwa identiku għat-trade mark Komunitarja fir-rigward ta’ prodotti jew servizzi li huma identiċi għal dawk li għalihom it-trade mark Komunitarja hija reġistrata;
- b) kull sinjal li, minhabba identikità jew xebħ mat-trade mark Komunitarja u l-identikità jew xebħ mal-prodotti jew is-servizzi koperti mit-trade mark Komunitarja u mis-sinjal, teżisti probabbiltà ta’ konfużjoni minn naħa tal-publiku; il-probabbiltà ta’ konfużjoni tinkludi wkoll il-probabbiltà li ssir assoċjazzjoni bejn is-sinjal u t-trade mark;
- ċ) kull sinjal li huwa identiku għal jew li jixbaħ lit-trade mark Komunitarja fir-rigward ta’ prodotti jew servizzi li ma jixbħux lil dawk li għalihom it-trade mark Komunitarja hija reġistrata, meta din ta’ l-aħħar għandha reputazzjoni fil-Komunità u fejn l-użu mingħajr raġuni valida tas-sinjal ikun jiehu vantaġġ ingust, jew ikun ta’ ħsara għall-karattru distintiv jew ir-reputazzjoni tat-trademark Komunitarja.

2. Dawn li ġejjin, *inter alia*, huma projbiti taħt il-paragrafu 1:

- a) it-twaħħil ta' sinjal mal-prodotti jew ma' l-imbagg tiegħu;
- b) l-offerta ta' prodotti, it-tqeghid fis-suq jew il-ħżin tagħhom għal dawn l-ghanijiet taħt dak is-sinjal, jew l-offerta jew il-provvista ta' servizzi b'dak l-istess sinjal;
- c) l-importazzjoni jew l-esportazzjoni ta' prodotti b'dak is-sinjal;
- d) l-użu ta' sinjal f'gazzetta kummerċjali u fir-rikliamar.

[...]"

- 9 L-Artikolu 12 tar-Regolament Nru 40/94, intitolat "Il-limitazzjoni ta' l-effetti ta' trade mark Komunitarja" jipprovdi li:

"It-trade mark Komunitarja ma tagħtix jedd lill-proprjetarju li jipprojbixxi lil terza persuna milli tuża fil-kummerċ:

- a) isimha stess jew l-indirizz tagħha;
  
- b) indikazzjonijiet li jirrigwardaw ix-xorta, il-kwalità, il-kwantità, l-użu intenzjonat, il-valur, l-origini ġeografiku jew il-ħin ta' produzzjoni tal-prodotti jew ta' meta ngħata s-servizz, jew karatteristiċi oħrajn tal-prodotti jew tas-servizzi;
  
- ċ) it-trade mark fejn dan huwa meħtieġ sabiex wiehed jindika l-għan intenzjonat tal-prodotti jew servizz, b'mod partikolari bħala aċċessorji jew spare parts,

sakemm huwa jużahom skond il-konswetudini onesta industrijali jew kummerċjali.”

- 10 L-Artikolu 13 tal-istess regolament, intitolat “L-eżawriment tad-drittijiet li jirriżultaw minn trade mark Komunitarja”, jistabbilixxi li:

“1. Trade mark Komunitarja ma tintitolax lill-proprjetarju li jipprojbixxi l-użu tagħha fir-rigward ta' prodotti li jkunu tqiegħdu fis-suq fil-Komunità taht dik it-trade mark mill-proprjetarju jew bil-kunsens tiegħu.

2. Il-paragrafu 1 m'għandux japplika meta il-proprjetarju jkollu raġunijiet leġittimi biex jopponi li l-prodotti jkomplu jiġu kummerċjalizzati, speċjalment meta il-kundizzjoni tal-prodotti tinbidel jew issirilha l-ħsara wara li jitqiegħdu fis-suq.”

- 11 Ir-Regolament Nru 40/94 għe mħassar bir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 207/2009, tas-26 ta' Frar 2009, dwar it-trade mark Komunitarja (Verżjoni kodifikata) (ĠU L 78, p. 1), li daħal fis-sehħ fit-13 ta' April 2009. Madankollu, fid-dawl tad-data ta' meta sehħew il-fatti, il-kawżi prinċipali jibqgħu rregolata bir-Regolament Nru 40/94.

C — *Id-Direttiva 2000/31*

- 12 Il-premessa 29 tad-Direttiva 2000/31 tipprovdi li:

“Komunikazzjonijiet kummerċjali huma essenzjali għal finanzjament ta' servizz minn soċjetà ta' l-informazzjoni u għall-iżvilupp ta' għażla wiesha ta' servizzi godda, mingħajr ħlas; fl-interess tal-protezzjoni tal-konsumatur u ta' negozju ġust, komunikazzjonijiet kummerċjali [...] għandhom ikollhom għadd ta' htigijiet ta' trasparenza. [...]”

- 13 Il-premessi 40 sa 46 tad-Direttiva 2000/31 huma fformulati kif ġej:

“40) Iż-żewġ differenzi eżistenti u emergenti fil-legislazzjoni ta' Stati Membri u deċiżjonijiet tal-qrati li jikkonċernaw ir-responsabilità ta' dawk li jipprovdu servizz li jaġixxu bħala intermedjarji ifixklu l-funzjonament mingħajr intoppi tas-suq intern, partikolarment billi jnaqqsu l-iżvilupp ta' servizzi minn fruntiera [...]; dawk li jipprovdu servizz għandhom id-dover li jaġixxu, skond ċerti ċirkostanzi, bil-għan li ma jhallux jew li jwaqqfu attivitajiet illegali; din id-Direttiva għandha

tikkostitwixxi l-baži xierqa għall-iżvilupp ta' proċeduri mhaffa u ta' min jorbot fuqhom għat-tneħhija u ż-żamma ta' aċċess għal informazzjoni illegali; [...]

- (41) Din id-Direttiva toħloq bilanċ bejn l-interessi differenti nvoluti u tistabbilixxi prinċipji li fuqhom ftehim u normi industrijali jkunu jistgħu jiġu ibbażati.
- (42) L-eżenzjonijiet mir-responsabbiltà stabbilita f'din id-Direttiva jkopru biss każi meta l-attività ta' dak li jipprovdi servizz għas-soċjetà ta' l-informazzjoni tkun limitata għall-proċess tekniku ta' operat u tagħti aċċess għal qafas ta' komunikazzjoni li fuqu informazzjoni disponibbli minn partijiet terzi tkun trasmessa jew temporanjament maħżuna, bl-iskop biss li tagħmel it-trasmissjoni aktar effiċjenti; din l-attività hija sempliċement teknika, awtomatika u passiva fin-natura, li timplika li dak li jipprovdi servizz għas-soċjetà ta' l-informazzjoni la jkollu tagħrif u lanqas kontroll fuq l-informazzjoni li tkun trasmessa jew maħżuna.
- (43) Dak li jipprovdi servizz jista' jibbenefika mill-eżenzjonijiet għal 'sempliċi konduttur' u għal 'caching' meta hu bl-ebda mod ma jkun involut ma' l-informazzjoni trasmessa; [...]
- (44) Dak li jipprovdi servizz li jikkollabora apposta ma' wiehed li jirċievi s-servizz tiegħu sabiex ikun kompliċi f'atti illegali jmur lil hinn mill-attivitajiet ta' 'sempliċi konduttur' jew 'caching' u bħala riżultat ma jstax jibbenefika mill-eżenzjonijiet ta' responsabbiltà stabbilita għal dawn l-attivitajiet.
- (45) Il-limitazzjonijiet tar-responsabbiltà ta' intermedjarji li jipprovdu servizz kif inhuma stabbiliti f'din id-Direttiva ma jaffettwawx il-possibiltà ta' inġunzjonijiet ta' diversi tipi; [...]

(46) Sabiex jibbenefika mill-limitazzjoni ta' responsabbiltà, dak li jipprovdi servizz għas-soċjetà ta' l-informazzjoni, li jikkonsisti fil-ħażna ta' informazzjoni, malli jakkwista' t-tagħrif attwali jew isir konxju ta' l-attivitajiet illegali għandu jaġixxi mingħajr dewmien biex inehhi jew iwaqqaf l-aċċess għall-informazzjoni kkonċernata; [...]"

<sup>14</sup> L-Artikolu 2(a) tad-Direttiva 2000/31 jiddefinixxi s-“servizzi minn soċjetà ta' l-informazzjoni” billi jirreferi għall-Artikolu 1(2) tad-Direttiva 98/34/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-22 ta' Ġunju 1998, li tistabbilixxi proċedura għall-ghoti ta' informazzjoni fil-qasam ta' l-istandards u tar-Regolamenti Tekniċi (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 13, Vol. 20, p. 337-348), kif emendata bid-Direttiva 98/48 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-20 ta' Lulju 1998 (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 13, Vol. 21, p. 8-16) bħala:

“kull servizz normalment ipprovdut għal rimunerazzjoni, mill-bogħod, b'mezzi elettronici u fuq it-talba individwali ta' riċevitur ta' servizzi”.

<sup>15</sup> L-Artikolu 1(2) tad-Direttiva 98/34 ikompli kif ġej:

“[...]

Għall-għanijiet ta' din id-defnizzjoni:

— ‘mill-bogħod’; tfisser illi servizz jiġi pprovdut mingħajr ma l-partijiet ikunu preżenti simultanament,

- ‘b’mezzi elettronici’; tfisser illi fil-bidu s-servizz jintbagħat u jiġi rċevut fid-destinazzjoni tiegħu permezz ta’ tagħmir elettroniku għall-ipproċessar [...] u l-ħażna ta’ data, u dan jiġi trasmess, imwassal u rċevut għal kollox permezz ta’ wajers, bir-radjo, b’mezzi ottiċi jew b’mezzi oħra elettro-manjetici,
  
- ‘fuq it-talba individwali ta’ riċevitur tas-servizzi’; tfisser illi s-servizz jiġi pprovdut permezz tat-trasmissjoni ta’ data fuq talba individwali.”

[...]

16 L-Artikolu 6 tal-istess direttiva jipprovdi li:

“Minbarra l-htigijiet oħra għall-informazzjoni stabbiliti b’ligi tal-Komunità, Stati Membri għandhom jassiguraw li komunikazzjonijiet kummerċjali li huma parti minn, jew jikkostitwixxu, servizz għas-soċjetà ta’ l-informazzjoni, li jkunu konformi mill-anqas ma’ dawn il-kundizzjonijiet:

[...]

- b) il-persuna naturali jew [g]uridika li f’isimha l-komunikazzjoni kummerċjali ssir għandha tkun identifikabbli b’mod ċar;

[...]"

17 Il-Kapitolu II tad-Direttiva 2000/31 jinkludi t-Taqsima 4, intitolat "Responsabbiltà ta' intermedjarji li jipprovdu servizz", li fiha l-Artikoli 12 sa 15.

18 L-Artikolu 12 tad-Direttiva 2000/31, intitolat "Mere conduit", jipprovdi li:

"1. Meta servizz minn soċjetà ta' l-informazzjoni jkun ipprovdut li jikkonsisti fit-trasmissjoni f'network ta' komunikazzjoni ta' informazzjoni provduta minn dak li jirċievi s-servizz, jew tal-proveddiment ta' aċċess lejn network ta' komunikazzjoni, Stati Membri għandhom jassiguraw li dak li jipprovdi s-servizz ma jkunx responsabbli għall-informazzjoni trasmessa, bil-kundizzjoni li dak li jipprovdi:

a) ma jkunx beda t-trasmissjoni;

b) ma jkunx għażel dak li jirċievi t-trasmissjoni;

u



ċ) ma jkunx għażel jew immodifika l-informazzjoni li tkun tinstab fit-trasmissjoni.

2. L-atti tat-trasmissjoni u l-provvediment ta' aċċess li hemm referenza dwarhom fil-paragrafu 1 jinkludu l-ħażna awtomatika, intermedjarja u transitorja ta' l-informazzjoni trasmessa sakemm din tkun seħħet għall-uniku skop li titwettaq it-trasmissjoni fin-network tal-komunikazzjoni, u basta li l-informazzjoni ma tkunx maħżuna għal perjodu itwal milli raġonevolment ikun meħtieġ għat-trasmissjoni.

3. Dan l-Artikolu m'għandux jaffettwa l-possibilità għal qorti jew awtorità amministrattiva, bi qbil mas-sistemi legali ta' l-Istati Membri, li jinħtieġ li dak li jipprovdi s-servizz li jwaqqaf jew li ma jhallix li jsir ksur."

<sup>19</sup> L-Artikolu 13 tal-istess direttiva, intitolat "Caching", jistabbilixxi li:

"1. Meta jkun provdut servizz għas-soċjetà ta' l-informazzjoni li jikkonsisti fit-trasmissjoni fuq network ta' komunikazzjoni minn informazzjoni provduta minn dak li jirċievi s-servizz, Stati Membri għandhom jassiguraw li dak li jipprovdi s-servizz ma jkunx responsabbli għal ħażna awtomatika, intermedjarja jew temporanja ta' dik l-informazzjoni, mwettqa biss għall-iskop li tagħmel aktar effiċjenti t-tmexxija tat-trasmissjoni ta' l-informazzjoni lil oħrajn li jirċievu s-servizz fuq talba tagħhom, bil-kundizzjoni li:

a) dak li jipprovdi ma jkunx immodifika l-informazzjoni;

- b) dak li jipprovdi jkun konformi mal-kundizzjonijiet dwar l-aċċess ta' l-informazzjoni;
  
- c) dak li jipprovdi jkun konformi mar-regoli li jirrigwardaw l-aġġornament ta' l-informazzjoni, speċifikata f'manjiera ferm rikonoxxuta u wżata mill-industrija;
  
- d) dak li jipprovdi ma jkunx indaħal fl-użu legali ta' teknoloġija, ferm rikonoxxuta u użata mill-industrija, biex jakkwista' dettalji dwar l-użu ta' l-informazzjoni;
  

u

  
- e) dak li jipprovdi jaġixxi mingħajr dewmien biex ineħhi jew iwaqqaf aċċess għall-informazzjoni li hu jkun zamm malli jkun kiseb it-tagħrif dwar il-fatt li l-informazzjoni fis-sorsi inizjali tat-trasmissjoni tneħhiet min-network, jew l-aċċess għaliha jkun twaqqaf, jew li qorti jew awtorità amministrattiva tkun ordnat dik it-tneħhija jew it-twaqqif.

2. Dan l-Artikolu m'għandux jaffettwa l-possibilità għal qorti jew awtorità amministrattiva, bi qbil mas-sistemi legali ta' l-Istati Membri, li jinhtiegu li dak li jipprovdi s-servizz jittermina jew ma jhallix li jsir ksur."

20 L-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31, intitolat “Hosting”, jipprovdi li:

“1. Meta servizz għas-soċjetà ta’ l-informazzjoni jkun provdut li jikkonsisti fiż-żamma ta’ informazzjoni iprovduta minn dak li jirċievi s-servizz, Stati Membri għandhom jassiguraw li dak li jipprovdi s-servizz ma jkunx responsabbli għall-informazzjoni miżmuma fuq it-talba ta’ dak li jirċievi s-servizz, bil-kundizzjoni li:

a) dak li jipprovdi attwalment ma jkollux tagħrif ta’ attività jew informazzjoni illegali u, fir-rigward ta’ ħsarat, ma jkunx konxju tal-fatti jew taċ-ċirkostanzi li minnhom l-attività jew l-informazzjoni illegali tkun apparenti;

jew

b) dak li jipprovdi, malli jakkwista t-tagħrif jew meta jsir konxju, jaġixxi mingħajr dewmien biex inehhi jew iwaqqaf l-aċċess għall-informazzjoni.

2. Il-paragrafu 1 m’għandux ikun applikabbli meta dak li jirċievi s-servizz ikun jaġixxi permezz ta’ l-awtorità jew tal-kontroll ta’ dak li jipprovdi.

3. Dan l-Artikolu m’għandux jaffettwa l-possibiltà għal qorti jew awtorità amministrattiva, bi qbil mas-sistemi leġali ta’ Stati Membri, tal-htieġa li dak li jipprovdi s-servizz jittermina jew iwaqqaf ksur, l-anqas ma taffettwa l-possibiltà għal Stati Membri li jstabbilixxu proċeduri li jirregolaw it-tnehhija jew it-twaqqif ta’ aċċess għall-informazzjoni.”

21 L-Artikolu 15 tad-Direttiva 2000/31, intitolat “L-ebda obbligu ġenerali li jsir monitoraġġ” jipprovdi li:

“1. L-Istati Membri m’għandhomx jimponu obbligu ġenerali fuq dawk li jipprovdu, meta jipprovdu s-servizzi koperti mill-Artikoli 12, 13 u 14, li jagħmlu monitoraġġ ta’ l-informazzjoni li huma jittrasmettu jew iżommu, l-anqas obbligu ġenerali biex ikunu mfittxija fatti jew ċirkostanzi li jindikaw attività illegali.

2. L-Istati Membri jistgħu jistabbilixxu obbligi għal dawk li jipprovdu servizzi minn soċjetà ta’ l-informazzjoni, li malajr kemm jista’ jkun jinfurmaw lill-awtoritajiet kompetenti pubbliċi dwar l-allegati attivitajiet illegali jew informazzjoni provduta minn dawk li jirċievu s-servizz tagħhom, jew obbligi li jikkomunikaw lill-awtoritajiet kompetenti, fuq talba tagħhom stess, informazzjoni li tiffacilita l-identifikazzjoni ta’ dawk li jirċievu s-servizz tagħhom li magħhom ikollhom ftehim għaž-żamma.”

## II — Il-kawża prinċipali u d-domandi preliminari

*A — Is-servizz ta’ referenzer “AdWords”*

22 Google topera mutur ta’ tfittxija fuq l-internet. Meta utent tal-internet jagħmel riċerka fuq il-bażi ta’ wahda jew iktar kliem, il-mutur ta’ tfittxija ser juri s-siti li jidhru li l-iktar jikkorrispondu għal dawn il-kliem prinċipali f’ordni dixxendenti ta’ rilevanza. Dawn jirrigwardaw l-imsejha riżultati “naturali” tar-riċerka.

- 23 Barra minn hekk, Google tipproponi servizz ta' referenzar bi hlas imsejjaħ "AdWords". Dan is-servizz jippermetti lil kull operatur ekonomiku li juri link pubbliċitarju għas-sit tiegħu permezz tal-għażla ta' waħda jew iktar kliem prinċipali, fil-każ li din jew dawn il-kliem prinċipali jaqblu ma' dik jew dawk inklużi fit-talba magħmula mill-utent tal-internet fil-mutur ta' tfittxija. Dan il-link pubbliċitarju jidher fit-taqsimha "liens commerciaux" (links sponsoraċi), li tidher jew fuq in-naħa tal-lemin tal-isċrin, lejn il-lemin tar-riżultati naturali, inkella fuq in-naħa ta' fuq tal-isċrin, fuq dawn ir-riżultati.
- 24 L-imsemmi link pubbliċitarju huwa akkompanjat minn messaġġ kummerċjali qasir. Flimkien, dan il-link u dan il-messaġġ jikkostitwixxu reklam muri fit-taqsimha msemmija iktar 'il fuq.
- 25 Min jirreklama għandu jhallas miżata għas-servizz ta' referenzar għal kull klikk fuq il-link pubbliċitarju. Din il-miżata hija kkalkolata abbażi, b'mod partikolari, tal-"prezz massimu għal kull klikk" li min jirreklama ddikjara li huwa lest li jhallas meta kkonkluda l-kuntratt ta' servizz ta' referenzar, kif ukoll tan-numru ta' klikks mill-utenti tal-internet fuq l-imsemmi link.
- 26 Diversi persuni li jirreklamaw jistgħu jagħzlu l-istess kelma prinċipali. Għaldaqstant, l-ordni li fih jintwerew il-links pubbliċitarji tagħhom huwa stabbilit, b'mod partikolari, abbażi tal-prezz massimu għal kull klikk, tan-numru ta' klikks li diġà saru fuq l-imsemmija links, kif ukoll tal-kwalità tar-reklam kif evalwat minn Google. Fi kwalunkwe mument, min jirreklama jista' jtejjeb il-pożizzjoni tiegħu fl-ordni ta' wiri billi jiffissa prezz massimu għal kull klikk iktar għoli jew billi jipprova jtejjeb il-kwalità tar-reklam tiegħu.
- 27 Google stabbilixxiet proċess awtomatiku għall-għażla ta' kliem prinċipali u għall-ħolqien ta' reklami. Dawk li jirreklamaw jagħzlu l-kliem prinċipali, jabbozzaw il-messaġġ kummerċjali u jdaħħlu l-link għas-sit tagħhom.

B — *Il-Kawża C-236/08*

- 28 Vuitton, li tikkummerċjalizza b'mod partikolari basktijiet ta' lussu u prodotti oħrajn tal-ġilda, hija l-proprjetarja tat-trade mark Komunitarja "Vuitton" u tat-trade marks nazzjonali Franciżi "Louis Vuitton" u "LV". Huwa paċifiku li dawn it-trade marks igawdu minn ċerta reputazzjoni.
- 29 Fil-bidu tal-2003, Vuitton ikkonstatat li, meta jintuża l-mutur ta' tfittxija ta' Google, id-dhul mill-utenti tal-internet tal-kliem li jikkostitwixxu t-trade mark tagħha kien juri, fit-taqsimha "links sponsorjati", links għal siti li jipproponu imitazzjonijiet tal-prodotti ta' Vuitton. Għe stabbilit ukoll li Google offriet lil dawk li jirreklamaw il-possibbiltà li jagħzlu mhux biss kliem prinċipali li jikkorrispondu għat-trade marks ta' Vuitton, iżda wkoll dawn il-kliem prinċipali assoċjati ma' espressjonijiet li jindikaw l-imitazzjoni bħal "imitazzjoni" u "kopja".
- 30 Vuitton harrket lil Google sabiex jiġi kkonstatat, b'mod partikolari, li din tal-aħħar kienet ippreġudikat it-trade marks tagħha.
- 31 Google għet ikkundannata għal vjolazzjoni tat-trade marks ta' Vuitton b'sentenza tal-4 ta' Frar 2005 tat-Tribunal de grande instance de Paris (Qorti Reġjonali ta' Pariġi) u sussegwentement, fl-appell, b'sentenza tat-28 ta' Ġunju 2006 tal-Cour d'appel de Paris (Qorti tal-Appell ta' Pariġi). Hija appellat minn din l-aħħar sentenza quddiem il-Court de cassation.

32 F'dawn iċ-ċirkustanzi, il-Cour de cassation iddeċidiet li tissospendi l-proċeduri quddiemha u li tagħmel id-domandi preliminari li ġejjin lill-Qorti tal-Ġustizzja:

- “1) L-Artikolu 5(1)(a) u (b) tad-[Direttiva 89/104/KEE] u l-Artikolu 9(1)(a) u (b) tar-[Regolament Nru 40/94] għandhom jiġu interpretati fis-sens li l-fornitur ta' servizz ta' referenzar bi ħlas li jqiegħed għad-dispożizzjoni ta' min jirreklama kliem ewlieni li jirriproduċi jew jimita trade marks irregġstrati, u jorganizza, permezz tal-kuntratt ta' referenzar, il-ħolqien u l-wiri privileġġat, fuq il-bażi ta' dan il-kliem ewlieni, ta' links pubbliċitarji għal siti li fuqhom huma proposti prodotti foloz, ikun qed jagħmel użu minn dawn it-trade marks li l-proprjetarju tagħhom huwa intitolat li jipprojbixxi?
- 2) F'każ li t-trade marks ikunu trade marks li għandhom reputazzjoni, il-proprjetarju jista' jipprekludi tali użu, abbażi tal-Artikolu 5(2) tad-direttiva [89/10], u tal-Artikolu 9(1)(ċ) tar-regolament [Nru 40/9]?
- 3) F'każ li tali użu ma jikkostitwixxi użu li jista' jiġi pprojbit mill-proprjetarju tat-trade mark, b'applikazzjoni tad-direttiva [89/104] u tar-regolament [Nru 40/94], il-fornitur ta' servizz ta' referenzar bi ħlas jista' jiġi kkunsidrat li qed jipprovdi servizz tas-soċjetà ta' l-informazzjoni li jikkonsisti fiż-żamma ta' informazzjoni pprovduta minn dak li jirċievi s-servizz, fis-sens tal-Artikolu 14 tad-[Direttiva 2000/31], b'mod li ma jistax jitqies responsabbli qabel ma jiġi informat mill-proprjetarju tat-trade mark bl-użu illegali tas-sinjali minn min jirreklama?”

C — *Il-Kawża C-237/08*

- <sup>33</sup> Viaticum hija l-proprjetarja tat-trade marks Franciżi “Bourse des Vols”, “Bourse des Voyages” u “BDV”, irreġistrati għal servizzi ta’ organizzazzjoni tal-ivvjaġġar.
- <sup>34</sup> Luteciel teżercita attività ta’ forniture ta’ servizzi informatiċi għall-aġenziji tal-ivvjaġġar. Hija tiegħu hsieb il-pubblikazzjoni u ż-żamma tas-sit internet ta’ Viaticum.
- <sup>35</sup> Viaticum u Luteciel ikkonstataw li, meta jintuża l-mutur ta’ tfittxija ta’ Google mill-utenti tal-internet, id-dhul tal-kliem li jikkostitwixxu t-trade mark imsemmija iktar ‘il fuq, kien juri, fit-taqsimha “links sponsorjati”, links għal siti tal-kompetituri ta’ Viaticum. Ġie stabbiliet ukoll li Google offriet lil dawk li jirreklamaw il-possibbiltà li jagħzlu għal dan il-għan kliem prinċipali li jikkorrispondu għall-imsemmija trade marks.
- <sup>36</sup> Viaticum u Luteciel harrku lil Google. B’sentenza tat-13 ta’ Ottubru 2003, it-Tribunal de grande instance de Nanterre (Qorti Reġjonali ta’ Nanterre) ikkunsidrat li Google wettqet atti ta’ vjolazzjoni ta’ trade mark u kkundannatha biex tagħmel tajjeb għadannu subit minn Viaticum u Luteciel. Google appellat quddiem il-Cour d’appel de Versailles (Qorti tal-Appell ta’ Versailles). Permezz ta’ sentenza tal-10 ta’ Marzu 2005, din il-qorti qieset li Google kienet wettqet atti ta’ kompliċità fil-vjolazzjoni u kkonfermat is-sentenza tat-13 ta’ Ottubru 2003. Google appellat minn din l-aħħar sentenza quddiem il-Cour de cassation.



37 F'dawn iċ-ċirkustanzi, il-Cour de cassation iddeċidiet li tissospendi l-proċeduri quddiemha u li tagħmel id-domandi preliminari li ġejjin lill-Qorti tal-Ġustizzja:

“1) L-Artikolu 5(1)(a) u (b) tad-[Direttiva 89/104] għandu jiġi interpretat fis-sens li l-fornitur ta' servizz ta' referenzar bi hłas li jqiegħed għad-dispożizzjoni ta' dawk li jirreklamaw kliem prinċipali li jirriproduċu jew jimitaw trade marks irreġistrati, u jorganizza, permezz tal-kuntratt ta' referenzar, il-ħolqien u l-wiri privileġġat, fuq il-bażi ta' dawn il-kliem prinċipali, ta' links pubbliċitarji għal siti li fuqhom huma proposti prodotti identiċi għal jew li jixbhu lil dawk koperti bir-reġistrazzjoni ta' trade marks, ikun qed jagħmel użu minn dawn it-trade marks li l-proprjetarju tagħhom huwa intitolat li jipprojbixxi?

2) F'każ li tali użu ma jikkostitwixxi użu li jista' jiġi pprojbit mill-proprjetarju tat-trade mark, skont id-Direttiva [89/104] u r-Regolament [Nru 40/94], il-fornitur ta' servizz ta' referenzar bi hłas jista' jiġi kkunsidrat li qed jipprovdi servizz minn soċjetà tal-informazzjoni li jikkonsisti fiż-żamma ta' informazzjoni pprovduta minn dak li jirċievi s-servizz, fis-sens tal-Artikolu 14 tad-[Direttiva 2000/31], b'mod li ma jistax jitqies responsabbli qabel ma jiġi informat mill-proprjetarju tat-trade mark bl-użu illegali tas-sinjali minn min jirreklama?”

D — *Il-Kawża C-238/08*

38 P.A. Thonet huwa l-proprjetarju tat-trade mark Franciża “Eurochallenges”, irreġistrata b'mod partikolari għal servizzi ta' aġenzija matrimonjali. CNRRH teżercita l-attività ta' aġenzija matrimonjali. Hija proprjetarja ta' liċenzja għat-trade mark imsemmija iktar 'il fuq, mogħtija minn P.A. Thonet.

- 39 Matul l-2003, P.A. Thonet u CNRRH ikkonstataw li, meta jintuża l-mutur ta' tfittxija ta' Google mill-utenti tal-internet, id-dhul tal-kliem li jikkorrispondu għat-trade mark imsemmija iktar 'il fuq kien juri, fit-taqsimha "links sponsorjati", links għal siti ta' kompetituri ta' CNRRH, operati rispettivament minn B. Raboin u Tiger. Ġie stabbilit ukoll li Google offriet lil dawk li jirreklamaw il-possibbiltà li jagħzlu għal dan il-għan l-istess kelma bħall-kelma prinċipali.
- 40 Fuq it-talba ta' P.A Thonet u ta' CNRRH, B. Raboin, Tiger u Google ġew ikkundannati għal vjolazzjoni ta' trade mark b'sentenza tal-14 ta' Diċembru 2004 tat-Tribunal de grande instance de Nanterre u sussegwentement, fl-appell, b'sentenza tat-23 ta' Marzu 2006 tal-Cour d'appel de Versailles. Google appellat minn din l-aħħar sentenza quddiem il-Cour de cassation.
- 41 F'dawn iċ-ċirkustanzi, il-Cour de cassation iddeċidiet li tissospendi l-proċeduri quddiemha u li tagħmel id-domandi preliminari li ġejjin lill-Qorti tal-Ġustizzja:

- "1) Ir-riżerva minn operatur ekonomiku, permezz ta' kuntratt ta' referenzer bi hlas fuq l-internet, ta' kelma prinċipali li twassal, fil-każ ta' talba li tinkludi din il-kelma, għall-wiri ta' link li jipproponi l-konnessjoni ma' sit operat minn dan l-operatur sabiex joffri prodotti jew servizzi għall-bejgħ, u li tirriproduċi jew timita trade mark irreġistrata minn terza persuna sabiex tindika prodotti identiċi jew li jixxiebhu, mingħajr l-awtorizzazzjoni tal-proprjetarju ta' din it-trade mark, tikkostitwixxi fiha nnifisha ksur tad-dritt esklużiv iggarantit lil dan tal-aħħar mill-Artikolu 5 tad-[Direttiva 89/104]?"
- 2) L-Artikolu 5(1)(a) u (b) [tad-Direttiva 89/104] għandu jiġi interpretat fis-sens li l-fornitur ta' servizz ta' referenzer bi hlas li jqiegħed għad-dispożizzjoni ta' dawk li jirreklamaw kliem prinċipali li jirriproduċu jew jimitaw trade marks irreġistrati, u jorganizza, permezz tal-kuntratt ta' referenzer, il-ħolqien u l-wiri privileġġat, fuq il-bażi ta' dawn il-kliem prinċipali, ta' links pubbliċitarji għal siti li fuqhom huma proposti prodotti identiċi għal jew li jixxiebhu lil dawk koperti bir-reġistrazzjoni ta'

trade marks, ikun qed jagħmel użu minn dawn it-trade marks li l-proprjetarju tagħhom huwa intitolat li jipprojbixxi?

- 3) F'każ li tali użu ma jikkostitwixxix użu li jista' jiġi pprojbit mill-proprjetarju tat-trade mark, skont id-Direttiva [89/104] jew ir-Regolament [Nru 40/94], il-fornitur ta' servizz ta' referenzer bi hłas jista' jiġi kkunsidrat li qed jipprovdi servizz minn soċjetà tal-informazzjoni li jikkonsisti fiż-żamma ta' informazzjoni pprovduta minn dak li jirċievi s-servizz, fis-sens tal-Artikolu 14 [tad-Direttiva 2000/31], b'mod li ma jistax jitqies responsabbli qabel ma jiġi informat mill-proprjetarju tat-trade mark bl-użu illegali tas-sinjal minn min jirreklama?"

### III — Fuq id-domandi preliminari

*A — Fuq l-użu ta' kliem prinċipali li jikkorrispondu għal trade marks ta' haddiehor fil-kuntest ta' servizz ta' referenzer fuq l-internet*

#### 1. Kunsiderazzjonijiet preliminari

- <sup>42</sup> Huwa paċifiku li l-kawżi prinċipali joriginaw mill-użu, bħala kliem prinċipali fil-kuntest ta' servizz ta' referenzer fuq l-internet, ta' sinjali li jikkorrispondu għal trade marks, mingħajr ma jkun ingħata l-kunsens tal-proprjetarji tagħhom. L-imsemmija trade marks intgħażlu mill-klijenti tal-fornitur tas-servizz ta' referenzer u ġew aċċettati u miżmuma minnu. Il-klijenti inkwistjoni jikkummerċjalizzaw imitazzjonijiet ta' prodotti tal-proprjetarju tat-trade mark (Kawża C-236/08) jew huma, sempliċement, kompetituri tiegħu (Kawżi C-237/08 u C-238/08).

- 43 Permezz tal-ewwel domanda tagħha fil-Kawża C-236/08, tal-ewwel domanda tagħha fil-Kawża C-237/08 kif ukoll tal-ewwel u t-tieni domandi tagħha fil-Kawża C-238/08, li għandhom jiġu eżaminati flimkien, il-qorti tar-rinviju tistaqsi, essenzjalment, jekk l-Artikolu 5(1)(a) u (b) tad-Direttiva 89/104 u l-Artikolu 9(1)(a) u (b) tar-Regolament Nru 40/94 għandhomx jiġu interpretati fis-sens li l-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi lil terz li juri jew li jippermetti li juri, fuq il-baži ta' kelma prinċipali identika jew li tixxiebah ma' din it-trade mark li dan it-terz minghajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju għażel jew żamm fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu ma' dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata.
- 44 L-ewwel domanda fil-Kawża C-236/08, l-ewwel domanda fil-Kawża C-237/08 u t-tieni domanda fil-Kawża C-238/08 jikkonċentraw, f'dan ir-rigward, iż-żamma ta' tali kelma prinċipali mill-fornitur tas-servizz ta' referenzar u l-organizzazzjoni, minn dan tal-aħħar, tal-wiri tar-reklam tal-klijent tiegħu fuq il-baži tal-imsemmija kelma, filwaqt li l-ewwel domanda fil-Kawża C-238/08 tirrigwarda l-għażla tas-sinjali bħala kelma prinċipali minn min jirreklama u fuq il-wiri tar-reklam li jirriżulta, permezz tal-mekkanizmu tar-referenzar, mill-imsemmija għażla.
- 45 L-Artikolu 5(1)(a) u (b) tad-Direttiva 89/104 u l-Artikolu 9(1)(a) u (b) tar-Regolament Nru 40/94 jintitolaw, taħt ċerti kundizzjonijiet, lill-proprjetarji li jipprojbixxu lil terzi milli jużaw sinjali identiċi jew li jixxiebhu mat-trade marks tagħhom għal prodotti jew għal servizzi identiċi jew li jixxiebhu ma' dawk li għalihom dawn it-trade marks huma rreġistrati.
- 46 Fil-kawżi prinċipali, l-użu ta' sinjali li jikkorrispondu għal trade marks bħala kliem prinċipali għandu l-għan u l-effett li jwassal għall-wiri ta' links pubbliċitarji għal siti li fuqhom huma proposti prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom l-imsemmija trade marks huma rreġistrati, jiġifieri, rispettivament, prodotti tal-ġilda, servizzi ta' organizzazzjoni tal-ivvjaġġar u servizzi ta' aġenzija matrimonjali.

47 Għaldaqstant, il-Qorti tal-Ġustizzja ser teżamina l-kwistjoni msemmija fil-punt 43 ta' din is-sentenza prinċipalment mill-perspettiva tal-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 u biss b'mod inċidentali mill-perspettiva tal-istess paragrafu 1(b) ta' dawn l-artikoli, peress li din id-dispożizzjoni tkopri, fil-każ ta' sinjal identiku għat-trade mark, il-każ fejn il-prodotti jew is-servizzi tat-terz jixxiebh u biss ma' daww li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata.

48 Fi tmien tal-imsemmi eżami, jehtieg tingħata risposta għat-tieni domanda fil-Kawża C-236/08, li biha l-Qorti tal-Ġustizzja hija mitluba teżamina l-istess problema mill-perspettiva tal-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9(1)(ċ) tar-Regolament Nru 40/94, li jikkonċernaw id-drittijiet li jirriżultaw minn trade marks li għandhom reputazzjoni. Suġġett għal verifika mill-qorti tar-rinviju, mit-talba għal domanda preliminari jirriżulta li l-leġiżlazzjoni applikabbli fi Franza tinkludi r-regola msemmija fl-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104. Madankollu, il-Qorti tal-Ġustizzja speċifikat li din id-dispożizzjoni tad-direttiva ma għandhiex tiġi interpretata esklużivament abbażi tal-formulazzjoni tagħha, iżda wkoll fid-dawl tal-istruttura generali u tal-għanijiet tas-sistema li hija tiffurma parti minnha. Għalhekk, ir-regola msemmija fl-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104 ma tirrigwardax biss il-każijiet fejn terz jagħmel użu minn sinjal identiku jew li jixxiebah ma' trade mark li għandha reputazzjoni għal prodotti jew għal servizzi li ma jixxiebhux ma' daww li għalihom din it-trade mark hija rreġistrata, iżda wkoll il-każijiet fejn tali użu jsir għal prodotti jew għal servizzi identici jew li jixxiebh u ma' daww li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata (sentenzi tad-9 ta' Jannar 2003, Davidoff, C-292/00, Ġabra p. I-389, punti 24 sa 30, kif ukoll tal-10 ta' April 2008, adidas u adidas Benelux, C-102/07, Ġabra p. I-2439, punt 37).

2. Fuq l-interpretazzjoni tal-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94

49 Skont l-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 jew, fil-każ ta' trade mark Komunitarja, skont l-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94, il-proprjetarju tat-trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi lil terz milli juża, mingħajr il-kunsens tiegħu, sinjal

identiku għall-imsemmija trade mark, meta dan l-użu jseħh matul il-kummerċ, fir-rigward ta' prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom it-trade mark hija rreġistrata, u jippreġudika jew jista' jippreġudika l-funzjonijiet tat-trade mark (ara, b'mod partikolari, is-sentenza tal-11 ta' Settembru 2007, *Céline*, C-17/06, *Ġabra p. I-7041*, punt 16, digriet tad-19 ta' Frar 2009, *UDV North America*, C-62/08, *Ġabra p. I-1279*, punt 42, kif ukoll is-sentenza tat-18 ta' Ġunju 2009, *L'Oréal et*, C-487/07, *Ġabra p. I-5185*, punt 58).

a) Użu matul il-kummerċ

- 50 L-użu tas-sinjali identiku għat-trade mark iseħh matul il-kummerċ peress li jseħh fil-kuntest ta' attività kummerċjali intiza sabiex tikseb vantaġġ ekonomiku u mhux fil-kuntest privat (sentenzi tat-12 ta' Novembru 2002, *Arsenal Football Club*, C-206/01, *Ġabra p. I-10273*, punt 40, u *Céline*, iċċitata iktar 'il fuq, punt 17, kif ukoll id-digriet *UDV North America*, iċċitata iktar 'il fuq, punt 44).
- 51 L-ewwel nett, fir-rigward ta' min jirreklama li jixtri s-servizz ta' referenzer u li jagħzel bħala kelma prinċipali sinjal identiku għal trade mark ta' haddiehor, għandu jiġi kkonstatat li huwa juża l-imsemmi sinjal fis-sens ta' din il-ġurisprudenza.
- 52 Fil-fatt, mill-perspettiva ta' min jirreklama, l-għażla tal-kelma prinċipali identika għal trade mark għandha l-għan u l-effett li turi link pubbliċitarju għas-sit li fuqu huwa joffri l-bejgħ tal-prodotti u tas-servizzi tiegħu. Peress li s-sinjali magħżul bħala kelma prinċipali huwa l-mezz użat sabiex iwassal għal dan il-wiri pubbliċitarju, ma jistax jiġi kkontestat li min jirreklama għamel użu fil-kuntest tal-attivitàjiet kummerċjali tiegħu u mhux fil-kuntest privat.

- 53 Sussegwentement, fir-rigward tal-fornitur tas-servizz ta' referenzar, huwa paċifiku li huwa jeżerċita attività kummerċjali intiża sabiex tikseb vantaġġ ekonomiku meta huwa jżomm, għal ċerti klijenti tiegħu, sinjali identiċi għal trade marks bħala kliem prinċipali u jorganizza l-wiri ta' reklami fuq il-baži tagħhom.
- 54 Huwa paċifiku wkoll li dan is-servizz ma huwiex ipprovdut biss lill-proprjetarji tal-imsemmija trade marks jew lill-operaturi intitolati li jikkummerċjalizzaw il-prodotti jew is-servizzi tagħhom, iżda, tal-inqas fil-kawżi inkwistjoni, iseħħ mingħajr il-kunsens tal-proprjetarji u huwa pprovdut lil kompetituri tagħhom jew lil imitaturi.
- 55 Għalkemm jirrizulta minn dawn l-elementi li l-fornitur tas-servizz ta' referenzar jopera "matul il-kummerċ" meta jippermetti lil dawk li jirreklamaw li jagħzlu sinjali identiċi għal trade marks bħala kliem prinċipali, iżomm dawn is-sinjali u juri r-reklami tal-klijenti tiegħu fuq il-baži tagħhom, madankollu dan ma jfissirx li dan il-fornitur innifsu "juża" dawn is-sinjali fis-sens tal-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9 tar-Regolament 40/94.
- 56 F'dan ir-rigward, huwa biżżejjed li jiġi rrilevat li l-użu ta' sinjal identiku jew li jixxiebah mat-trade mark tal-proprjetarju minn terz jimplika, tal-inqas, li dan tal-aħħar juża s-sinjal fil-kuntest tal-komunikazzjoni kummerċjali tiegħu. Fil-każ ta' fornitur ta' servizz ta' referenzar, huwa jippermetti lill-klijenti tiegħu li jużaw sinjali identiċi jew li jixxiebh mat-trade mark, mingħajr ma juża l-imsemmija sinjali huwa stess.
- 57 Din il-konklużjoni ma hijiex invalidata mill-fatt li l-imsemmi fornitur huwa mħallas għall-użu tal-imsemmija sinjali mill-klijenti tiegħu. Fil-fatt, il-fatt li joħloq il-kundizzjonijiet tekniċi neċessarja għall-użu ta' sinjal u li jithallas għal dan is-servizz, ma jfissirx li min joffri dan is-servizz jagħmel huwa nnifsu użu mill-imsemmi sinjal. Sa fejn huwa ppermetta tali użu lill-klijent tiegħu, ir-rwol tiegħu għandu, skont il-każ, jiġi eżaminat mill-perspettiva ta' regoli ta' dritt differenti minn dawk tal-Artikolu 5

tad-Direttiva 89/104 u l-Artikolu 9 tar-Regolament Nru 40/94, bħal dawk li jirreferi għalihom il-punt 107 ta' din is-sentenza.

- 58 Minn dak li ntqal preċedentement jirriżulta li l-fornitur tas-servizz ta' referenzer ma jagħmilx użu matul il-kummerċ fis-sens tad-dispożizzjonijiet imsemmija fid-Direttiva 89/104 u tar-Regolament Nru 40/94.
- 59 Minn dan isegwi li l-kundizzjonijiet relatati mal-użu “fir-rigward ta' prodotti u servizzi” u l-preġudizzju għall-funzjonijiet tat-trade mark għandhom jiġu eżaminati biss fir-rigward tal-użu tas-sinjal identiku għat-trade mark minn min jirreklama.

b) Użu “fir-rigward ta' prodotti u servizzi”

- 60 L-espressjoni “fir-rigward ta' prodotti u servizzi” identiċi għal dawk li għalihom it-trade mark hija irregistrata, li tinsab fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 tirrigwarda, bħala prinċipju, l-prodotti u s-servizzi tat-terzi li jużaw is-sinjal identiku għat-trade mark [ara s-sentenzi tal-25 ta' Jannar 2007, Adam Opel, C-48/05, Ġabra p. I-1017, punti 28 u 29, kif ukoll tat-12 ta' Ġunju 2008, O2 Holdings u O2 (UK), C-533/06, Ġabra p. I-4231, punt 34]. Skont il-każ, hija tista' tirrigwarda wkoll il-prodotti u s-servizzi ta' persuna oħra li t-terz jaġixxi għaliha (ara d-digriet UDV North America, iċċitat iktar 'il fuq, punti 43 sa 51).
- 61 Kif il-Qorti tal-Ġustizzja diġà kkonstatat, l-aġir elenkat fl-Artikolu 5(3) tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 9(2) tar-Regolament Nru 40/94, jiġifieri t-twahhil tas-sinjal fuq il-prodotti jew l-imballaġġ tagħhom, l-offerta għall-bejgħ tal-prodotti jew tas-servizzi taht is-sinjal, l-importazzjoni jew l-esportazzjoni taht is-sinjal, u



l-użu tas-sinjal fil-karti tal-kummerċ u fir-reklamar, jikkostitwixxu użi fir-rigward ta' prodotti jew servizzi (ara s-sentenza ċċitata iktar 'il fuq Arsenal Football Club, punt 41, u Adam Opel, punt 20).

- 62 Il-fatti li wasslu għall-kawża prinċipali fil-Kawża C-236/08 huma simili għal ċerti sitwazzjonijiet deskritti fl-imsemmija dispożizzjonijiet tad-Direttiva 89/104 u tar-Regolament Nru 40/94, jiġifieri l-offerta ta' prodotti tat-terzi taħt is-sinjal identiku għat-trade mark u l-użu ta' dan is-sinjal fir-reklamar. Fil-fatt, mill-fajl jirrizulta li sinjali identiċi għal trade marks ta' Vuitton dehru fir-reklami murija fit-taqsimha "links sponsorjati".
- 63 Min-naħa l-oħra, il-każijiet imsemmija fil-Kawzi C-237/08 u C-238/08 huma kkaratterizzati min-nuqqas, fir-reklam tat-terz, tas-sinjal identiku għat-trade mark.
- 64 Google ssostni li, fil-każ li s-sinjal identiku għat-trade mark ma jissemmix fir-reklam innifsu, l-użu tal-imsemmi sinjal bħal kelma prinċipali ma jistax jitqies li sar fir-rigward ta' prodotti jew servizzi. Il-proprjetarji ta' trade marks kontra Google, kif ukoll il-Gvern Franciż, jiddefendu t-teżi opposta.
- 65 F'dan ir-rigward, għandu jifakkar li l-Artikolu 5(3) tad-Direttiva 89/104 u l-Artikolu 9(2) tar-Regolament Nru 40/94 jinkludu biss lista mhux eżawrjenti tat-tipi ta' użi li l-proprjetarju tat-trade mark jista' jipprojbixxi (sentenzi Arsenal Football Club, iċċitata iktar 'il fuq, punt 38, tas-17 ta' Marzu 2005, Gillette Company u Gillette Group Finland, C-228/03, Ġabra p. I-2337, punt 28, kif ukoll Adam Opel, iċċitata iktar 'il fuq, punt 16). Għaldaqstant, il-fatt li s-sinjal użat mit-terz għal finijiet pubbliċitarji ma jidhirx fir-reklam innifsu, ma jistax ifisser li dan l-użu ma jaqax taħt il-kunċett ta' [użu] jużaw [...] fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija jew servizzi [fir-rigward ta' prodotti jew servizzi] fis-sens tal-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104.

- 66 Barra minn hekk, interpretazzjoni li tipprovdli li l-użi msemmija fl-imsemmija lista biss huma rilevanti, tinjora l-fatt li din ġiet redatta qabel l-apparizzjoni sħiħa tal-kummerċ elettroniku u tar-reklamar żviluppat f'dan il-kuntest. Issa, huma dawn il-forom elettronici ta' kummerċ u ta' reklamar li jistgħu, permezz tal-użu ta' teknoloġiji informatiċi, tipikament jagħtu lok għal użi differenti minn daww elenkati fl-Artikolu 5(3) tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 9(2) tar-Regolament Nru 40/94.
- 67 Fil-każ tas-servizz ta' referenzar, huwa paċifiku li min jirreklama, li għażel bħala kelma prinċipali s-sinjal identiku għal trade mark ta' haddiehor, ikollu l-intenzjoni li l-utenti tal-internet, meta jdaħħlu din il-kelma bħala kelma ta' riċerka, jikklikkjaw mhux biss fuq il-links murija li jġu mill-proprjetarju tal-imsemmija trade mark, iżda wkoll fuq il-link pubbliċitarju tal-imsemmija persuna li tirreklama.
- 68 Huwa ċar, ukoll, li fil-maġġoranza tal-każijiet l-utent tal-internet meta jdaħħal l-isem ta' trade mark bħala kelma ta' riċerka jkollu l-intenzjoni li jsib informazzjoni jew offerti fuq il-prodotti jew is-servizzi ta' din it-trade mark. Għaldaqstant, meta links pubbliċitarji għal siti li jipproponu prodotti jew servizzi ta' kompetituri tal-proprjetarju tal-imsemmija trade mark jintwerew, hdejn jew fuq ir-riżultati naturali tar-riċerka, l-utenti tal-internet jista' jekk huwa ma jevitax mill-bidu dan il-links bħala irrilevanti u ma jhawwadhomx ma' daww tal-proprjetarju tat-trade mark, jipperċepixxi l-imsemmija links pubbliċitarji bħala li joffru alternattiva fir-rigward tal-prodotti jew tas-servizzi tal-proprjetarju tat-trade mark.
- 69 F'din is-sitwazzjoni kkaratterizzata mill-fatt li sinjal identiku għal trade mark jintgħażel bħala kelma prinċipali minn kompetitur tal-proprjetarju tat-trade mark bil-għan li jipproponi lill-utenti tal-internet alternattiva għall-prodotti jew għas-servizzi tal-imsemmi proprjetarju, l-imsemmi sinjal huwa użat fir-rigward ta' prodotti u servizzi tal-imsemmi kompetitur.
- 70 F'dan ir-rigward, għandu jifakkar li l-Qorti tal-Ġustizzja diġà ddeċidiet li min jirreklama li juża, fil-kuntest ta' reklamar komparattiv, sinjal identiku jew li

jixxiebah mat-trade mark ta' kompetitur sabiex jiġu identifikati, esplicitament jew implicitament, il-prodotti jew is-servizzi li joffri dan tal-aħħar u li jiġu mqabbla l-prodotti jew is-servizzi tiegħu ma' dawk tal-kompetitur tiegħu, jagħmel użu mill-imsemmi sinjal "fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija jew servizzi [fir-rigward ta' prodotti jew servizzi]" fis-sens tal-Artikolu 5(1) tad-Direttiva 89/104 [ara s-sentenzi ċċitati iktar 'il fuq O2 Holdings u O2 (UK), punti 35, 36 u 42, kif ukoll L'Oréal *et*, punti 52 u 53].

- 71 Issa, mingħajr ma jkun neċessarju li jiġi eżaminat jekk ir-reklamar fuq l-internet fuq il-bażi ta' kliem prinċipali identiku għal trade marks ta' kompetituri jikkostitwixxix forma ta' reklamar komparattiv, jirriżulta fi kwalunkw każ li, kif ġie kkonstatat fil-ġurisprudenza ċċitata iktar 'il fuq, l-użu li min jirreklama jagħmel minn sinjal identiku għat-trade mark ta' kompetitur sabiex utent tal-internet isir jaf mhux biss bil-prodotti jew bis-servizzi li joffri dan il-kompetitur iżda wkoll b'dawk tal-imsemmija persuna li tirreklama, huwa użu fir-rigward ta' prodotti jew servizzi ta' din il-persuna li tirreklama.
- 72 Barra minn hekk, anki fil-każ meta min jirreklama ma jkollux l-intenzjoni, permezz tal-użu tiegħu tas-sinjal identiku għat-trade mark bħala kelma prinċipali, li jipprezenta l-prodotti tiegħu jew is-servizzi tiegħu lill-utenti tal-internet bħala alternattiva fir-rigward tal-prodotti jew tas-servizzi tal-proprjetarju tat-trade mark, iżda, għall-kuntrarju, għandu l-għan li jqarraq bl-utenti tal-internet fuq l-orijini tal-prodotti tiegħu jew tas-servizzi tiegħu, billi jġieghlhom jemmnu li dawn ġejjin mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża ekonomikament konnessa miegħu, isir użu "fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija [prodotti] jew servizzi". Fil-fatt, kif il-Qorti tal-Ġustizzja diġà ddeċidiet, tali użu jeżisti fi kwalunkw każ meta t-terz juża s-sinjal identiku għat-trade mark b'tali mod li tiġi stabbilita rabta bejn l-imsemmi sinjal u l-prodotti kkummerċjalizzati jew is-servizzi pprovduti mit-terz (sentenza Céline, iċċitata iktar 'il fuq, punt 23, u digriet UDV North America, iċċitat iktar 'il fuq, punt 47).
- 73 Mill-kunsiderazzjonijiet kollha preċedenti jirriżulta li l-użu minn min jirreklama tas-sinjal identiku għat-trade mark bħala kelma prinċipali fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, jaqa' taħt il-kunċett ta' użu "fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija jew servizzi" [fir-rigward ta' prodotti jew servizzi] fis-sens tal-Artikolu 5(1)(b) tad-Direttiva 89/104.

74 Bl-istess mod, jirrigwarda użu “fir-rigward ta’ prodotti jew servizzi” fis-sens tal-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94, meta s-sinjal suġġett għall-imsemmi użu huwa identiku għal trade mark Komunitarja.

c) Użu li jista’ jippreġudika l-funzjonijiet tat-trade mark

75 Id-dritt esklużiv ipprovdut fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 ingħata sabiex jippermetti lill-proprjetarju tat-trade mark jipproteġi l-interessi speċifiċi tiegħu bhala proprjetarju ta’ din it-trade mark, jiġifieri sabiex jiżgura li din it-trade mark tkun tista’ taqdi l-funzjonijiet tagħha. Għaldaqstant, l-eżerċizzju ta’ dan id-dritt għandu jkun riżervat għall-kazijiet li fihom l-użu tas-sinjal minn terz jippreġudika jew ikun jista’ jippreġudika l-funzjonijiet tat-trade mark (ara, b’mod partikolari, is-sentenzi ċċitati iktar ’il fuq Arsenal Football Club, punt 51; Adam Opel, punti 21 u 22, kif ukoll L’Oréal *et*, punt 58).

76 Minn din il-ġurisprudenza jirriżulta li l-proprjetarju tat-trade mark ma jistax jipprekludi l-użu ta’ sinjal identiku għat-trade mark, jekk dan l-użu ma jkun jista’ jippreġudika ebda waħda mill-funzjonijiet tagħha (sentenzi ċċitati iktar ’il fuq, Arsenal Football Club, punt 54, u L’Oréal *et*, punt 60).

77 Fost dawn il-funzjonijiet hemm mhux biss il-funzjoni essenzjali tat-trade mark li tiggarrantixxi lill-konsumaturi l-origini tal-prodott jew tas-servizz (iktar ’il quddiem il-“funzjoni ta’ indikazzjoni ta’ origini”), iżda wkoll il-funzjonijiet l-oħra tagħha, bħal, b’mod partikolari, dik li tiggarrantixxi l-kwalità ta’ dan il-prodott jew ta’ dan is-servizz, jew dawk tal-komunikazzjoni, tal-investment jew tar-reklamar (sentenza L’Oréal *et*, ċċitata iktar ’il fuq, punt 58).

78 Il-protezzjoni mogħtija mill-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u mill-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 għandha, f’dan ir-rigward, portata ikbar minn dik

ipprovduta fil-paragrafu 1(b) tal-istess artikoli, li l-implementazzjoni tagħha teżiġi l-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni (ara, f'dan is-sens, is-sentenzi ċċitati iktar 'il fuq Davidoff, punt 28, kif ukoll L'Oréal *et*, punt 59).

- 79 Mill-ġurisprudenza ċċitatata iktar 'il fuq jirriżulta li fil-każ, imsemmi fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94, meta terz juża sinjal identiku għal trade mark fir-rigward ta' prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom it-trade mark hija rreġistrata, il-proprjetarju tat-trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi dan l-użu jekk dan ikun jista' jippreġudika waħda mill-funzjonijiet tat-trade mark, kemm jekk tirrigwarda l-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini jew waħda mill-funzjonijiet l-oħrajn.
- 80 Huwa minnu li l-proprjetarju tat-trade mark ma għandux id-dritt li jipprojbixxi tali użu fil-każijiet elenkati bħala eċċezzjonijiet fl-Artikolu 6 u fl-Artikolu 7 tad-Direttiva 89/104 u fl-Artikolu 12 u fl-Artikolu 13 tar-Regolament Nru 40/94. Madankollu, ma huwiex iddikjarat li waħda minn dawn l-eċċezzjonijiet tapplika f'dan il-każ.
- 81 F'din il-kawża, il-funzjonijiet rilevanti li għandhom jiġu eżaminati huma dawk ta' indikazzjoni ta' oriġini u dik ta' reklamar.

i) Preġudizzju għall-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini

- 82 Il-funzjoni essenzjali tat-trade mark hija li tiggarantixxi lill-konsumatur jew lill-utent finali l-identità tal-oriġini tal-prodott jew tas-servizz immarkat, li tagħmilha possibli għalih sabiex jiddistingwi dan il-prodott jew dan is-servizz minn dak li għandu

provenjenza oħra (ara, b'mod partikolari, is-sentenzi tad-29 ta' Settembru 1998, Canon, C-39/97, Ġabra p. I-5507, punt 28, u tas-6 ta' Ottubru 2005, Medion, C-120/04, Ġabra p. I-8551, punt 23).

- 83 Il-kwistjoni dwar jekk hemmx tali preġudizzju meta l-utenti tal-internet jintwerew, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal trade mark, reklam ta' terz, bħal dak ta' kompetitur tal-proprjetarju ta' din it-trade mark, tiddependi b'mod partikolari fuq il-mod kif dan ir-reklam ikun pprezentat.
- 84 Il-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini tat-trade mark hija ppreġudikata meta r-reklam ma jippermettix lill-utent tal-internet normalment informat u raġonevolment attent, jew jippermettilu biss b'mod diffiċli, li jkun jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija fir-reklam humiex gejjin mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża konnessa miegħu jew, kuntrarjament, minn terz (ara, f'dan is-sens, is-sentenza Céline, iċċitata iktar 'il fuq, punt 27 u l-ġurisprudenza ċċitata).
- 85 Fil-fatt, f'tali sitwazzjoni, li hija madankollu kkaratterizzata mill-fatt li r-reklam inkwistjoni jidher minnufih wara d-dhul tat-trade mark bħala kelma ta' ricerka mill-utent tal-internet ikkonċernat u jintwera fil-mument meta t-trade mark tintwera, bħala kelma ta' ricerka, ukoll fuq l-iskrin, l-utent tal-internet jista' jitfixkel fuq l-oriġini tal-prodotti jew tas-servizzi inkwistjoni. F'dawn iċ-ċirkustanzi, l-użu tas-sinjali identiku għat-trade mark mit-terz bħala kelma prinċipali li twassal għall-wiri tal-imsemmi reklam, huwa tali li jista' johloq l-impresjoni li hemm rabta materjali fil-kummerċ bejn il-prodotti jew is-servizzi kkonċernati u l-proprjetarju tat-trade mark (ara, b'analoġija, is-sentenzi Arsenal Football Club, iċċitata iktar 'il fuq, punt 56, kif ukoll tas-16 ta' Novembru 2004, Anheuser-Busch, C-245/02, Ġabra p. I-10989, punt 60).
- 86 Fir-rigward, għal darba oħra, tal-preġudizzju għall-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini, huwa importanti li jiġi rrilevat li l-htieġa ta' wiri trasparenti tar-reklami fuq l-internet hija enfasizzata fil-leġiżlazzjoni tal-Unjoni fuq il-kummerċ elettroniku.

Fid-dawl tal-interessi tal-lealtà tat-tranzazzjonijiet u tal-protezzjoni tal-konsumaturi, imsemmija fil-premessa 29 tad-Direttiva 2000/31, l-Artikolu 6 tagħha jistabbilixxi r-regola li ttipprovi li l-persuna fiżika jew ġuridika li f'isimha l-komunikazzjoni kummerċjali li tiffirma parti minn servizz minn soċjetà tal-informazzjoni ssir, għandha tkun identifikabbli b'mod ċar.

- 87 Għaldaqstant jekk jirriżulta li dawk li jirreklamaw fuq l-internet jistgħu, skont il-każ, jitqiesu responsabbli skont regoli ta' oqsma oħrajn ta' dritt, bħal dawk tal-kompetizzjoni żleali, jibqa' l-fatt li l-allegat użu illegali fuq l-internet ta' sinjali identiċi jew li jixxiebhu ma' trade marks jista' jiġi eżaminat mill-perspettiva tad-dritt tat-trade marks. Fid-dawl tal-funzjoni essenzjali tat-trade mark li, fil-qasam tal-kummerċ elettroniku, tikkonsisti b'mod partikolari li tippermetti lill-utenti tal-internet li jaraw ir-reklami murija b'risposta għal riċerka dwar trade mark speċifika, li jiddistingwu l-prodotti jew is-servizz tal-proprjetarju ta' din it-trade mark minn dawk li għandhom provenjenza oħra, l-imsemmi proprjetarju għandu jkun intitolat li jipprojbixxi l-wiri ta' reklami ta' terz li l-utenti tal-internet jistgħu jipperċepixxu b'mod żbaljat bħala ġejjin minnu.
- 88 Hija l-qorti nazzjonali li għandha tevalwa, individwalment f'kull każ, jekk il-fatti tal-kawża li għandha quddiemha humiex ikkaratterizzati minn preġudizzju, jew riskju ta' preġudizzju, għall-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini bħal dak deskritt fil-punt 84 ta' din is-sentenza.
- 89 Meta r-reklam tat-terz jissuġġerixxi l-eżistenza ta' rabta ekonomika bejn dan it-terz u l-proprjetarju tat-trade mark, il-konklużjoni għandha tkun li hemm preġudizzju għall-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini.
- 90 Meta r-reklam, filwaqt li ma jissuġġerix l-eżistenza ta' rabta ekonomika, huwa vag sa tali punt fuq l-oriġini tal-prodotti jew tas-servizzi inkwistjoni li utent tal-internet normalment informat u raġonevolement attent ma jkunx jista' jistabbilixxi,

abbażi tal-link pubbliċitarju u tal-messaġġ kummerċjali anness miegħu, jekk minn jirreklama huwiex terz fir-rigward tal-proprjetarju tat-trade mark jew, bil-kuntrarju, ekonomikament konness miegħu, il-konklużjoni għandha wkoll tkun li hemm preġudizzju għall-imsemmija funzjoni tat-trade mark.

ii) Preġudizzju għall-funzjoni ta' reklamar

- <sup>91</sup> Peress li l-kummerċ huwa kkaratterizzat minn offerta varjata ta' prodotti jew ta' servizzi, il-proprjetarju ta' trade mark jista' jkollu mhux biss l-għan li jindika, permezz tal-imsemmija trade mark, l-oriġini tal-prodotti tiegħu jew tas-servizzi tiegħu, iżda wkoll dak li juża t-trade mark tiegħu għal finijiet pubbliċitarji intiżi sabiex jinformat u sabiex jipperswadu lill-konsumatur.
- <sup>92</sup> Għaldaqstant, il-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi l-użu, mingħajr il-kunsens tiegħu, ta' sinjal identiku għat-trade mark tiegħu fir-rigward ta' prodotti jew servizzi identici għal dawk li għalihom din it-trade mark hija rreġistrata, meta dan l-użu jippreġudika l-użu tat-trade mark, mill-proprjetarju tagħha, bħala element ta' promozzjoni tal-bejgħ jew bħala strument ta' strateġija kummerċjali.
- <sup>93</sup> Fir-rigward tal-użu, minn dawk li jirreklamaw fuq l-internet, tas-sinjal identiku għat-trade mark ta' haddiehor bħala kelma prinċipali għall-finijiet tal-wiri ta' messaġġi pubbliċitarji, huwa ċar li dan l-użu jista' jkollu ċerti riperkussjonijiet fuq l-użu pubbliċitarju tal-imsemmija trade mark mill-proprjetarju tagħha kif ukoll fuq l-istrateġija kummerċjali tiegħu.
- <sup>94</sup> Fil-fatt, fid-dawl tal-pożizzjoni importanti li jokkupa r-reklamar fuq l-internet fil-kummerċ, huwa plawsibbli li l-proprjetarju tat-trade mark jirreġistra t-trade mark



tiegħu bhala kelma prinċipali mal-fornitur tas-servizz ta' referenzar, sabiex ikollu reklam muri fit-taqsimha "links sponsorjati". Meta dan ikun il-każ, il-proprjetarju tat-trade mark ikollu, skont il-każ, jaċċetta li jhallas prezz għal kull klikk iktar għoli minn ċerti operaturi ekonomiċi oħrajn, jekk ikun jixtieq jiżgura li r-reklam tiegħu jidher quddiem dawk tal-imsemmija operaturi li għażlu wkoll it-trade mark tiegħu bhala kelma prinċipali. Barra minn hekk, anki jekk il-proprjetarju tat-trade mark huwa lest li jhallas prezz għal kull klikk iktar għoli minn dak offrut mit-terzi li għażlu wkoll l-imsemmija trade mark, ma hemmx ċertezza li r-reklam tiegħu ser jidher quddiem dawk tal-imsemmija terzi, peress li fatturi oħrajn jittiehdu inkunsiderazzjoni wkoll sabiex jiġi stabbilit l-ordni ta' wiri tar-reklami.

95 Madankollu, dawn ir-riperkussjonijiet tal-użu tas-sinjali identiku għat-trade mark minn terzi ma jikkostitwixxux fihom infushom preġudizzju għall-funzjoni ta' reklamar tat-trade mark.

96 Fil-fatt, skont il-konstatazzjonijiet stess tal-qorti tar-rinviju, is-sitwazzjoni msemmija mid-domandi preliminari hija dik tal-wiri ta' links pubbliċitarji wara d-dhul mill-utent tal-internet ta' kelma ta' riċerka li tikkorrispondi għat-trade mark magħżula bhala kelma prinċipali. Huwa paċifiku wkoll f'dawn il-kawżi, li dawn il-links pubbliċitarji jintwerew hdejn jew fuq il-lista tar-rizultati naturali tar-riċerka. Fl-aħħar, ma huwiex ikkontestat li l-ordni tar-rizultati naturali jirriżulta mill-rilevanza tas-siti rispettivi meta mqabbla mal-kelma ta' riċerka mdaħħla mill-utenti tal-internet u li l-operatur tal-mutur ta' ftitxija ma jitlob l-ebda hlas għall-wiri ta' dawn ir-rizultati.

97 Minn dawn l-elementi jirriżulta li, meta l-utent tal-internet idahħal l-isem tat-trade mark bhala kelma ta' riċerka, il-paġna prinċipali u sit pubbliċitarju tal-proprjetarju tal-imsemmija trade mark ser jidhru fil-lista tar-rizultati naturali u dan, normalment, fuq waħda mill-ewwel pożizzjonijiet ta' din il-lista. Dan il-wiri, li huwa, barra minn hekk, bla hlas, ifisser li l-viżibbiltà għall-utent tal-internet tal-prodotti jew tas-servizzi tal-proprjetarju tat-trade mark hija garantita, irrispettivament mill-kwistjoni

dwar jekk dan il-proprjetarju jirnexxielux jew le li juri wkoll, fuq waħda mill-ewwel pozzizzjonijiet, reklam fit-taqsimha “links sponsorjati”.

- <sup>98</sup> Fid-dawl ta’ dawn iċ-ċirkustanzi, għandu jiġi konkluż li l-użu ta’ sinjal identiku għal trade mark ta’ haddiehor fil-kuntest ta’ servizz ta’ referenzar bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali, ma jistax jippreġudika l-funzjoni ta’ reklamar tat-trade mark.

#### d) Konklużjoni

- <sup>99</sup> Fid-dawl ta’ dak li ntqal precedentement, ir-risposta għall-ewwel domanda fil-Kawża C-236/08, għall-ewwel domanda fil-Kawża C-237/08 kif ukoll għall-ewwel u għat-tieni domandi fil-Kawża C-238/08 għandha tkun li:

— l-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 u l-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 għandhom jiġu interpretati fis-sens li l-proprjetarju ta’ trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi lil min jirreklama milli juri, fuq il-bażi ta’ kelma prinċipali identika għall-imsemmija trade mark li min jirreklama, mingħajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju, għażel fil-kuntest ta’ servizz ta’ referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu ma’ dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata, meta l-imsemmi reklam ma jippermettix lill-utent tal-internet medju, jew jippermettilu biss b’mod diffiċli, li jkun jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija fir-reklam humiex gejjin mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża konnessa ekonomikament miegħu jew, kuntrarjament, minn terz;

- il-fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet li jzomm sinjal identiku għal trade mark bħala kelma prinċipali u jorganizza l-wiri ta' reklami fuq il-bażi tagħhom, ma jużax dan is-sinjal fis-sens tal-Artikolu 5(1) tad-Direttiva 89/104 jew tal-Artikolu 9(1)(a) u (b) tar-Regolament Nru 40/94.

### 3. Fuq l-interpretazzjoni tal-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9(1)(ċ) tar-Regolament Nru 40/94

- 100 Permezz tat-tieni domanda tagħha fil-Kawża C-236/08, il-qorti tar-rinviju tistaqsi, essenzjalment, jekk il-fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet li jzomm sinjal identiku għal trade mark li għandha reputazzjoni bħala kelma prinċipali u jorganizza l-wiri ta' reklami fuq il-bażi tagħha, jużax dan is-sinjal li l-proprjetarju huwa intitolat li jipprojbixxi skont l-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104 jew, meta l-imsemmi sinjal huwa identiku għal trade mark Komunitarja li għandha reputazzjoni, skont l-Artikolu 9(1)(ċ) tar-Regolament Nru 40/94.
- 101 Skont il-konstatazzjonijiet tal-qorti tar-rinviju, huwa stabbilit, f'din il-kawża, li Google ppermettiet lil dawk li jirreklamaw li jipproponu lill-utenti tal-internet imitazzjonijiet tal-prodotti ta' Vuitton li jagħzlu kliem prinċipali li jikkorrispondu għat-trade mark ta' Vuitton, assoċjati ma' kliem prinċipali bħal "imitazzjoni" jew "kopja".
- 102 Il-Qorti tal-Ġustizzja diġà ddecidiet, fir-rigward tal-offerta għall-bejgħ ta' imitazzjonijiet, li, meta terz jipprova, permezz tal-użu ta' sinjal li jixxiebah għal trade mark li għandha reputazzjoni, japprofitta minn fuq dahar tali trade mark sabiex jibbenefika mis-setgħa ta' attrazzjoni tagħha, mir-reputazzjoni tagħha u mill-prestigju tagħha, kif ukoll sabiex juża, mingħajr ebda kumpens finanzjarju u mingħajr ma jkollu juża r-rizorsi tiegħu stess għal dan il-għan, l-isforz kummerċjali li wettaq il-proprjetarju tat-trade mark sabiex joħloq u jzomm l-immagħni ta' din it-trade mark, il-vantaġġ miksub minn dan l-użu għandu jiġi kkunsidrat bħala vantaġġ ingust miksub

mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tal-imsemmija trade mark (sentenza L'Oréal *et*, iċċitata iktar 'il fuq, punt 49).

- 103 Din il-ġurisprudenza hija rilevanti fil-każijiet meta dawk li jirreklamaw fuq l-internet joffru għall-bejgħ, permezz tal-użu ta' sinjali identiċi għal trade marks li għandhom reputazzjoni bħal “Louis Vuitton”, “LV” jew “Vuitton”, prodotti li huma imitazzjonijiet tal-prodotti tal-proprjetarju tal-imsemmija trade marks.
- 104 Madankollu, fir-rigward tal-kwistjoni dwar jekk il-fornitur ta' servizz ta' referenzar innifsu, meta jzomm is-sinjali identiċi għat-trade marks li għandhom reputazzjoni, assoċjati ma' kliem bħal “imitazzjoni” jew “kopja”, bħala kliem prinċipali u jippermetti l-wiri ta' reklami fuq il-bażi tagħhom, jagħmilx użu li l-proprjetarju tal-imsemmija trade marks huwa intitolat li jipprojbixxi, għandu jiġi mfakkar, kif ukoll ġie msemmi fil-punti 55 sa 57 ta' din is-sentenza, li dawn l-atti tal-fornituri ma jikkostitwixxux użu fis-sens tal-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104 u tal-Artikolu 9 tar-Regolament Nru 40/94.
- 105 Għaldaqstant, ir-risposta għat-tieni domanda magħmula fil-Kawża C-236/08 għandha tkun li l-fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet li jzomm sinjal identiku għal trade mark li għandha reputazzjoni bħala kelma prinċipali u li jorganizza l-wiri ta' reklami fuq il-bażi tagħha, ma jużax dan is-sinjal fis-sens tal-Artikolu 5(2) tad-Direttiva 89/104 jew tal-Artikolu 9(1)(ċ) tar-Regolament Nru 40/94.

*B — Fuq ir-responsabbiltà tal-fornitur tas-servizz ta' referenzar*

- 106 Permezz tat-tielet domanda tagħha fil-Kawża C-236/08, it-tieni domanda tagħha fil-Kawża C-237/08 u t-tielet domanda tagħha fil-Kawża C-238/08, il-qorti tar-rinviju

tistaqsi, essenzjalment, jekk l-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31 għandux jiġi interpretat fis-sens li servizz ta' referenzar fuq l-internet jikkostitwixxi servizz minn soċjetà tal-informazzjoni li jikkonsisti fiż-żamma ta' informazzjoni pprovduta minn min jirreklama, b'mod li din l-informazzjoni tkun is-sugġett ta' "hosting" fis-sens ta' dan l-artikolu u li, għaldaqstant, il-fornitur tas-servizz ta' referenzar ma jistax jitqies responsabbli qabel ma jiġi informat bl-aġir illegali ta' min jirreklama.

107 It-taqsimha 4 tad-Direttiva 2000/31 li tinkludi l-Artikoli 12 sa 15 u bit-titolu "Responsabbiltà ta' intermedjarji li jipprovdu servizz", hija intiza sabiex tillimita l-każijiet fejn, skont id-dritt nazzjonali applikabbli fil-qasam, il-fornituri ta' servizzi intermedjarji jistgħu jitqiesu responsabbli. Għaldaqstant, huwa fil-kuntest ta' dan id-dritt nazzjonali li l-kundizzjonijiet sabiex tiġi kkonstatata tali responsabbiltà għandhom jiġu identifikati, fid-dawl tal-fatt, madankollu li, skont it-taqsimha 4 ta' din id-direttiva, ċerti każijiet ma jistgħux jagħtu lok għar-responsabbiltà tal-fornituri ta' servizzi intermedjarji. Sa mill-iskadenza tat-terminiu ta' traspożizzjoni tal-imsemmija direttiva, ir-regoli ta' dritt nazzjonali li jikkonċernaw ir-responsabbiltà ta' tali fornituri għandhom jinkludu l-limitazzjonijiet stabbiliti fl-imsemmija artikoli.

108 Madankollu, Vuitton, Viaticum u CNRRH isostnu li servizz ta' referenzar bħal AdWords ma huwiex servizz tas-soċjetà tal-informazzjoni kif iddefinit mill-imsemmija dispozizzjonijiet tad-Direttiva 2000/31, b'tali mod li l-fornitur ta' dan is-servizz ma jista' fl-ebda każ jibbenefika mill-imsemmija limitazzjonijiet ta' responsabbiltà. Google u l-Kummissjoni għandhom opinjoni kuntrarja.

109 Il-limitazzjoni ta' responsabbiltà stabbilita fl-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31 tapplika fil-każ ta' "servizz [minn ] għas-soċjetà ta' l-informazzjoni jkun provdut li jikkonsisti fiż-żamma ta' informazzjoni pprovduta minn dak li jirċievi s-servizz" u tfisser li l-fornitur ta' tali servizzi ma jistax jitqies responsabbli għad-data li huwa żamm fuq it-talba ta' dak li jirċievi s-servizz sakemm dan il-fornitur, wara li sar jaf, permezz ta' informazzjoni pprovduta minn persuna leża jew mod ieħor, bin-natura

illegali ta' din id-data jew bl-attivitajiet ta' dak li jirċievi s-servizz, ma aġixxiex mingħajr dewmien biex ineħhi jew iwaqqaf l-aċċess għall-imsemmija data.

- 110 Kif gie ddikjarat fil-punti 14 u 15 ta' din is-sentenza, il-legiżlatur iddefinixxa l-kuncett ta' "servizz minn soċjetà ta' l-informazzjoni" bħala li jkopri kull servizz normalment ipprovdut għal remunerazzjoni, mill-bogħod, b'mezzi elettronici u fuq it-talba individwali ta' min jirċievi s-servizz. Fid-dawl tal-karatteristiċi, miġbura fil-qosor fil-punt 23 ta' din is-sentenza, tas-servizz ta' referenzar inkwistjoni fil-kawża prinċipali, hemm lok li jiġi konkluz li dan is-servizz jissodisfa l-elementi kollha ta' din id-definizzjoni.
- 111 Barra minn hekk, ma jistax jiġi kkontestat li l-fornitur ta' servizz ta' referenzar jittrażmetti informazzjoni lil min jirċievi l-imsemmi servizz, jiġifieri lil min jirreklama, fuq netwerk ta' komunikazzjoni miftuħ għall-utenti tal-internet u jżomm, jiġifieri jżomm fil-memorja tas-server tiegħu, ċerta data, bħall-kliem prinċipali magħżulin minn min jirreklama, il-link pubbliċitarju u l-messaġġ kummerċjali li jakkompanjah, kif ukoll l-indirizz tas-sit ta' min jirreklama.
- 112 Huwa wkoll neċessarju, sabiex iż-żamma mill-fornitur ta' servizz ta' referenzar taqa' taħt l-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31, li l-aġir ta' dan il-fornitur ikun limitat għal dak ta' "fornitur intermedjarju" fis-sens intiz mil-legiżlatur fil-kuntest tat-taqsima 4 ta' din id-direttiva.
- 113 F'dan ir-rigward, mill-premessa 42 tad-Direttiva 2000/31 jirrizulta li l-eżenzjonijiet mir-responsabbiltà stabbilita f'din id-direttiva jkopru biss każi meta l-attività ta'

dak li jipprovdi servizz għas-soċjetà tal-informazzjoni hija “semplicement teknika, awtomatika u passiva fin-natura” li jimplika li dak li jipprovdi servizz għas-soċjetà tal-informazzjoni “la jkollu tagħrif u lanqas kontroll fuq l-informazzjoni li tkun trasmessa jew mahżuna [miżmuma]”.

- 114 Għaldaqstant, sabiex jiġi vverifikat jekk ir-responsabbiltà tal-fornitur tas-servizz ta’ referenzar tistax tkun limitata skont l-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31, għandu jiġi eżaminat jekk ir-rwol eżerċitat mill-imsemmi fornitur huwiex newtrali, jiġifieri li l-aġir tiegħu huwa semplicement tekniku, awtomatiku u passiv, li jimplika n-nuqqas ta’ tagħrif u ta’ kontroll fuq id-data li huwa jżomm.
- 115 Fir-rigward tas-servizz ta’ referenzar inkwistjoni fil-kawża prinċipali, mill-fajl u mid-deskrizzjoni fil-punti 23 *et seq* ta’ din is-sentenza jirriżulta li Google tipproċessa, bl-għajnuna ta’ software li hija żviluppat, id-data mdaħħla minn dawk li jirreklamaw u minn dan jirriżulta l-wiri tar-reklami taht kundizzjonijiet li Google tikkontrolla. B’hekk, Google tistabbilixxi l-ordni ta’ wiri skont, b’mod partikolari, ir-remunerazzjoni mħallsa minn dawk li jirreklamaw.
- 116 Għandu jiġi rrilevat li s-sempliċi fatt li s-servizz ta’ referenzar huwa bi hlas, li Google tistabbilixxi l-metodi ta’ hlas, jew ukoll li hija tipprovdi informazzjoni ġenerali lill-klijenti tagħha, ma jistax iċaħħad lil Google mill-eżenzjonijiet mir-responsabbiltà stabbiliti mid-Direttiva 2000/31.
- 117 Bl-istess mod, il-konkordanza bejn il-kelma magħżula u t-terminu ta’ riċerka mdaħħal minn utent tal-internet ma hijiex biżżejjed fiha nnifisha sabiex jitqies li Google għandu tagħrif u kontroll tad-data mdaħħla fis-sistema tagħha minn dawk li jirreklamaw u miżmuma fil-memorja tas-server tagħha.

- 118 Madankollu, fil-kuntest tal-eżami msemmi fil-punt 114 ta' din is-sentenza, ir-rwol ta' Google fir-redazzjoni tal-messaġġ kummerċjali li jakkompanja l-link pubbliċitarju jew fl-istabbiliment jew l-għażla tal-kliem prinċipali huwa rilevanti.
- 119 Huwa fid-dawl ta' dak li ntqal preċedentement li hija l-qorti nazzjonali, li hija fl-aħjar pożizzjoni li tkun taf il-modalitajiet konkreti tal-fornitura tas-servizz fil-kawżi prinċipali, li għandha teżamina jekk r-rwol għaldaqstant eżerċitat minn Google jikkorrispondix għal dak deskritt fil-punt 114 ta' din is-sentenza.
- 120 Minn dan isegwi li r-risposta għat-tielet domanda fil-Kawża C-236/08, għat-tieni domanda fil-Kawża C-237/08 u għat-tielet domanda fil-Kawża C-238/08 għandha tkun li l-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31 għandu jiġi interpretat fis-sens li r-regola stabbilita fih tapplika għal fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet meta dan il-fornitur ma kellux rwol attiv ta' natura li jagħtih tagħrif jew kontroll tad-data miżmuma. Fil-każ li ma kellux tali rwol, l-imsemmi fornitur ma jistax jitqies responsabbli għad-data li huwa żamm fuq it-talba ta' min jirreklama sakemm, wara li sar jaf bin-natura illegali ta' din id-data jew bl-attivitajiet ta' min jirreklama, huma ma agġixxiex mingħajr dewmien biex ineħhi jew iwaqqaf l-aċċess għall-imsemmi data.

#### **IV — Fuq l-ispejjeż**

- 121 Peress li l-proċedura għandha, fir-rigward tal-partijiet fil-kawża prinċipali, in-natura ta' kwistjoni mqajma quddiem il-qorti tar-rinviju, hija din il-qorti li tiddeċiedi fuq l-ispejjeż. L-ispejjeż sostnuti għas-sottomissjoni tal-osservazzjonijiet lill-Qorti tal-Gustizzja, minbarra dawk tal-imsemmija partijiet, ma jistgħux jithallsu lura.



Għal dawn il-motivi, Il-Qorti tal-Ġustizzja, (Awla Manja) taqta' u tiddeċiedi:

- 1) L-Artikolu 5(1)(a) tal-ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-ligijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks u l-Artikolu 9(1)(a) tar-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 40/94, tal-20 ta' Diċembru 1993, dwar it-trade mark Komunitarja għandhom jiġu interpretati fis-sens li l-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi lil min jirreklama milli juri, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għall-imsemmija trade mark li min jirreklama, mingħajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju, għażel fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu ma' dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata, meta l-imsemmi reklam ma jippermettix lill-utent tal-internet medju, jew jippermettilu biss b'mod diffiċli, li jkun jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija fir-reklam humiex ġejjin mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriza konnessa ekonomikament miegħu jew, kuntrarjament, minn terz;
- 2) Il-fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet li jzomm sinjal identiku għal trade mark bhala kelma prinċipali u jorganizza l-wiri ta' reklami fuq il-bażi tagħhom, ma jużax dan is-sinjal fis-sens tal-Artikolu 5(1) u (2) tad-Direttiva 89/104 jew tal-Artikolu 9 tar-Regolament Nru 40/94.
- 3) L-Artikolu 14 tad-Direttiva 2000/31/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-8 ta' Ġunju 2000, dwar ċerti aspetti legali tas-servizzi minn soċjetà tal-informazzjoni, partikolarment il-kummerċ elettroniku, fis-Suq Intern (Direttiva dwar il-kummerċ elettroniku) għandu jiġi interpretat fis-sens li r-regola stabbilita fih tapplika għal fornitur ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet meta dan il-fornitur ma kellux rwol attiv ta' natura li jagħtih tagħrif jew kontroll tad-data miżmuma. Fil-każ li ma kellux tali rwol, l-imsemmi fornitur ma jistax jitqies responsabbli għad-data li huwa żamm

**fuq it-talba ta' min jirreklama sakemm, wara li sar jaf bin-natura illegali ta' din id-data jew bl-attivitajiet ta' dan min jirreklama, huma ma agġixxix minghajr dewmien biex inehhi jew iwaqqaf l-aċċess għall-imsemmi data**

Firem