

ROZSUDOK SÚDNEHO DVORA (veľká komora)

z 12. júla 2011 *

Vo veci C-324/09,

ktorej predmetom je návrh na začatie prejudiciálneho konania podľa článku 234 ES, podaný rozhodnutím High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Spojené kráľovstvo) zo 16. júla 2009 a doručený Súdnemu dvoru 12. augusta 2009, ktorý súvisí s konaním:

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

proti

eBay International AG,

* Jazyk konania: angličtina.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephenovi Pottsovi,

Tracy Ratchfordovej,

Marie Ormsbyovej,

Jamesovi Clarkovi,

Joanne Clarkovej,

Glenovi Foxovi,

Rukhsane Biovej,

SÚDNY DVOR (veľká komora),

v zložení: predseda V. Skouris, predsedovia komôr A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot, K. Schiemann, J.-J. Kasel a D. Šváby, sudcovia A. Rosas, R. Silva de Lapuerta, M. Ilešič (spravodajca), M. Safjan a M. Berger,

generálny advokát: N. Jääskinen,
tajomník: L. Hewlett, hlavná referentka,

so zreteľom na písomnú časť konania a po pojednávaní z 22. júna 2010,

so zreteľom na pripomienky, ktoré predložili:

- L'Oréal SA a i., v zastúpení: H. Carr a D. Anderson, QC, T. Mitcheson, barrister,
- eBay International AG a i., v zastúpení: T. van Innis a G. Glas, avocats,
- vláda Spojeného kráľovstva, v zastúpení: H. Walker a L. Seeboruth, splnomocnení zástupcovia, za právnej pomoci C. May, barrister,
- francúzska vláda, v zastúpení: G. de Bergues, B. Beaupère-Manokha, J. Gstalster a B. Cabouat, splnomocnení zástupcovia,
- talianska vláda, v zastúpení: G. Palmieri, splnomocnená zástupkyňa, za právnej pomoci S. Fiorentino, avvocato dello Stato,
- poľská vláda, v zastúpení: M. Dowgielewicz a A. Rutkowska, splnomocnení zástupcovia,

— portugalská vláda, v zastúpení: L. Inez Fernandes, splnomocnený zástupca,

— Európska komisia, v zastúpení: H. Krämer, splnomocnený zástupca,

po vypočutí návrhov generálneho advokáta na pojednávaní 9. decembra 2010,

vyhlásil tento

Rozsudok

- 1 Návrh na začatie prejudiciálneho konania sa týka výkladu článkov 5 a 7 prvej smernice Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známok (Ú. v. ES L 40, 1989, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 92), zmenenej a doplnenej Dohodou o Európskom hospodárskom priestore z 2. mája 1992 (Ú. v. ES L 1, 1994, s. 3; Mim. vyd. 11/052, s. 3, ďalej len „smernica 89/104“), článkov 9 a 13 nariadenia Rady (ES) č. 40/94 z 20. decembra 1993 o ochrannnej známke spoločenstva (Ú. v. ES L 11, 1994, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 1), článku 14 smernice 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (Ú. v. ES L 178, s. 1; Mim. vyd. 13/025, s. 399), ako aj článku 11 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/48/ES z 29. apríla 2004 o vymožitelnosti práv duševného vlastníctva (Ú. v. ES L 157, s. 45; Mim. vyd. 17/002, s. 32).

- 2 Tento návrh bol podaný v rámci sporu, v ktorom proti sebe stoja spoločnosť L'Oréal SA, ako aj jej dcérske spoločnosti Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie a L'Oréal (UK) Ltd (ďalej spoločne len „L'Oréal“) na jednej strane a tri dcérske spoločnosti spoločnosti eBay Inc., konkrétne eBay International AG, eBay Europe SARL a eBay (UK) Ltd (ďalej spoločne len „eBay“), ako aj S. Potts, T. Ratcliff, M. Ormsby, James Clarke, Joanna Clarke, G. Fox a R. Bi (ďalej len „žalované fyzické osoby“) na druhej strane, vo veci predaja výrobkov spoločnosti L'Oréal bez jej súhlasu prostredníctvom internetového obchodu prevádzkovaného spoločnosťou eBay.

I — Právny rámec

A — Smernica 89/104 a nariadenie č. 40/94

- 3 Smernica 89/104 bola zrušená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2008/95/ES z 22. októbra 2008 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známk (kodifikované znenie) (Ú. v. EÚ L 299, s. 25), ktorá nadobudla účinnosť 28. novembra 2008, a nariadenie č. 40/94 bolo zrušené nariadením Rady (ES) č. 207/2009 z 26. februára 2009 o ochrannej známke Spoločenstva (kodifikované znenie) (Ú. v. EÚ L 78, s. 1), ktoré nadobudlo účinnosť 13. apríla 2009. Spor vo veci samej sa však vzhľadom na čas, keď došlo k skutkovým okolnostiam, naďalej riadi smernicou 89/104 a nariadením č. 40/94.

- 4 Článok 5 smernice 89/104, nazvaný „Práva z ochrannej známky“, znie:

„1. Zapísaná ochranná známka dáva svojmu majiteľovi výlučné práva. Majiteľ bude mať právo zabrániť všetkým tretím stranám [tretím osobám – *neoficiálny preklad*], ktoré nemajú jeho súhlas, aby v obchodnom styku používali:

- a) akékoľvek označenie, ktoré je zhodné s ochrannou známkou pre tovary alebo služby, ktoré sú zhodné s tými, pre ktoré je ochranná známka zapísaná;
- b) akékoľvek označenie, ktoré je zhodné s ochrannou známkou alebo je jej natoľko podobné, a zároveň sú si natoľko podobné príslušné tovary alebo služby, že existuje pravdepodobnosť zámeny zo strany verejnosti, vrátane pravdepodobnosti asociácie medzi označením a ochrannou známkou.

2. Každý členský štát môže tiež stanoviť, že majiteľ bude mať právo zabrániť všetkým tretím stranám [tretím osobám – *neoficiálny preklad*], ktoré nemajú jeho súhlas, aby používali v obchodnom styku akékoľvek označenie, ktoré je zhodné s ochrannou známkou alebo je jej podobné, pre tovary alebo služby, ktoré nie sú podobné tým, pre ktoré je ochranná známka zapísaná, ak má táto ochranná známka v členskom štáte dobré meno a ak by používanie označenia bez náležitého dôvodu znamenalo, že by nečestne ťažilo [neoprávnene získavalo prospech – *neoficiálny preklad*] z dobrého mena alebo rozlišovacej spôsobilosti tejto ochrannej známky, alebo by to dobrému menu alebo rozlišovacej spôsobilosti tejto ochrannej známky škodilo [spôsobovalo ujmu – *neoficiálny preklad*].

3. V rámci odsekov 1 a 2 možno okrem iného zakázať toto:

- a) umiestňovať označenie na tovary alebo na ich obal;
- b) ponúkať tovary alebo ich uvádzať na trh, alebo na tieto účely skladovať pod týmto označením, alebo ponúkať alebo poskytovať takto označené služby;

- c) dovážať alebo vyvážať takto označený tovar;
- d) používať toto označenie v obchodnej korešpondencii a v reklame.

...“

- 5 Znenie článku 9 ods. 1 písm. a) a b) nariadenia č. 40/94 v podstate zodpovedalo zneniu článku 5 ods. 1 smernice 89/104. Odsek 2 uvedeného článku 9 zodpovedal odseku 3 uvedeného článku 5. Pokiaľ ide o článok 9 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94, ten stanovoval:

„K ochrannej známke spoločenstva vzniká majiteľovi výhradné právo. Majiteľ je oprávnený zabrániť všetkým tretím stranám [tretím osobám – *neoficiálny preklad*], ktoré nemajú jeho súhlas, používať v obchodnom styku:

...

- c) akékoľvek označenie, ktoré je zhodné alebo podobné ochrannej známke spoločenstva, pokiaľ ide o tovary alebo služby, ktoré nie sú podobné tým tovarom alebo službám, pre ktoré je zapísaná ochranná známka spoločenstva, pokiaľ ide o ochrannú známku, ktorá má v rámci spoločenstva dobré meno a pokiaľ by používanie tohto označenia bez náležitého dôvodu neprávom využívalo rozlišovaciu spôsobilosť alebo dobré meno ochrannej známky spoločenstva [alebo by im spôsobovalo ujmu – *neoficiálny preklad*].“

- 6 Článok 7 smernice 89/104, nazvaný „Vyčerpanie práv z ochrannej známky“, stanovuje:

„1. Ochranná známka neoprávňuje majiteľa, aby zakázal jej používanie na tovary, ktoré boli pod touto ochrannou známkou uvedené majiteľom alebo s jeho súhlasom na trh v [Európskom hospodárskom priestore].

2. Odsek 1 sa nepoužije v prípade, ak má majiteľ opodstatnené dôvody brániť ďalšiemu obchodovaniu s tovarom, najmä ak sa po uvedení tovaru na trhu zmenil alebo zhoršil jeho stav.“

- 7 Podľa článku 13 ods. 1 nariadenia č. 40/94 „ochranná známka spoločenstva neoprávňuje majiteľa zakázať jej používanie, pokiaľ ide o tovary, ktoré boli uvedené na trh v [Európskej únii] pod takouto ochrannou známkou samotným majiteľom ochrannej známky alebo s jeho súhlasom“. Znenie odseku 2 toho istého článku je totožné so znením článku 7 ods. 2 smernice 89/104.

B — *Smernica 2000/31 (smernica o elektronickom obchode)*

- 8 Článok 2 písm. a) smernice 2000/31 definuje „služby informačnej spoločnosti“ s odkazom na článok 1 ods. 2 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/34/ES z 22. júna 1998 o postupe pri poskytovaní informácií v oblasti technických noriem a predpisov (Ú. v. ES L 204, s. 37; Mim. vyd. 13/020, s. 337), zmenenej a doplnenej smernicou Európskeho parlamentu a Rady 98/48/ES z 20. júla 1998 (Ú. v. ES L 217, s. 18; Mim. vyd. 13/021, s. 8, ďalej len „smernica 98/34“), takto: „každá služba, ktorá sa bežne poskytuje za odmenu, na diaľku, elektronickým spôsobom a na základe individuálnej žiadosti príjemcu služieb“.
- 9 Článok 1 ods. 2 smernice 98/34 tak stanovuje:

„....

Na účely tejto definície:

- ‚na diaľku‘ znamená, že služba sa poskytuje bez toho, aby pri tom boli obe strany súčasne prítomné,
- ‚služba poskytovaná elektronicky‘ znamená, že služba sa z miesta pôvodu odošle a na mieste určenia prijíma prostredníctvom elektronického zariadenia, určeného na spracovávanie... a uskladňovanie [uchovávanie – *neoficiálny preklad*] údajov a je úplne vysielaná, prenášaná a prijímaná po drôte, prostredníctvom rádiových vln, optickým spôsobom, alebo inými elektromagnetickými prostriedkami,
- ‚na základe individuálnej žiadosti príjemcu služieb‘ znamená, že služba sa prostredníctvom prenosu údajov poskytuje na individuálnu žiadosť.

...“

¹⁰ Článok 6 smernice 2000/31 stanovuje:

„Okrem ostatných požiadaviek na informácie, ktoré sú ustanovené v práve [Únie], musia členské štáty zabezpečiť, aby komerčná komunikácia, ktoré [obchodná komunikácia, ktorá – *neoficiálny preklad*] tvorí súčasť... informačnej spoločnosti spĺňala minimálne tieto podmienky:

...

- b) fyzická alebo právnická osoba, v mene ktorej sa komerčná komunikácia [obchodná komunikácia – *neoficiálny preklad*] uskutočňuje, musí byť jasne identifikovateľná;

...“

- 11 Kapitola II smernice 2000/31 obsahuje oddiel 4 s názvom „Zodpovednosť sprostredkovateľov poskytovateľov služieb [Zodpovednosť poskytovateľov sprostredkovateľských služieb – *neoficiálny preklad*]“, ktorý zahŕňa články 12 až 15.
- 12 Článok 14 smernice 2000/31 s názvom „Uloženie informácií na hostiteľskom počítači“ stanovuje:

„1. Ak sa poskytuje služba informačnej spoločnosti, ktorá pozostáva z uloženia informácií, ktoré sú poskytované príjemcom tejto služby, musia členské štáty zabezpečiť, aby poskytovateľ služby nebol zodpovedný za informácie uložené na žiadosť príjemcu služby, pod podmienkou, že:

- a) poskytovateľ nič nevie o nezákonnej [skutočne nevie o protiprávnej – *neoficiálny preklad*] činnosti alebo informáciách a čo sa týka nárokov na náhradu škody, nie je si vedomý skutočností alebo okolností, z ktorých by bolo zrejmé, že ide o nezákonnú [protiprávnu – *neoficiálny preklad*] činnosť alebo informácie;

alebo

- b) poskytovateľ, po zistení alebo uvedomení si týchto skutočností, koná promptne, aby odstránil alebo znemožnil prístup k informáciám.

2. Odsek 1 sa neuplatní, ak príjemca služby koná na základe právomoci od poskytovateľa alebo pod jeho vedením [koná pod vedením alebo dohľadom poskytovateľa – *neoficiálny preklad*].

3. Tento článok nemá vplyv na možnosť súdu alebo správneho orgánu požiadať poskytovateľa služieb, v súlade s právnymi systémami členských štátov, aby ukončil alebo predchádzal porušovaniu predpisov, a nemá vplyv ani na možnosť členských štátov, aby začali konanie, ktoré by nariadilo [aby zaviedli postupy upravujúce – *neoficiálny preklad*] odstránenie alebo znemožnenie prístupu k informáciám.“

- 13 Článok 15 smernice 2000/31, nazvaný „Žiadna všeobecná povinnosť monitorovať [Neexistencia všeobecnej povinnosti monitorovať – *neoficiálny preklad*]“, stanovuje:

„1. Členské štáty neuložia poskytovateľom všeobecnú povinnosť pri poskytovaní služieb, na ktoré sa vzťahujú články 12, 13 a 14, aby monitorovali informácie, ktoré prenášajú alebo ktoré uložili, ani všeobecnú povinnosť aktívne zisťovať skutočnosti alebo okolnosti, ktoré by naznačovali, že ide o nezákonnú [protiprávnu – *neoficiálny preklad*] činnosť.

...“

- 14 Kapitola III smernice 2000/31 zahŕňa najmä článok 18, nazvaný „Súdne konania [Súdne preskúmania – *neoficiálny preklad*]“, ktorý stanovuje:

„1. Členské štáty musia zabezpečiť, aby súdne konania [súdne preskúmania – *neoficiálny preklad*], ktoré sú k dispozícii podľa vnútroštátneho práva ohľadom činností služieb informačnej spoločnosti, umožňovali rýchle prijímanie opatrení, vrátane dočasných opatrení, určených na ukončenie akéhokoľvek údajného porušovania predpisov a na predchádzanie ďalšiemu poškodzovaniu príslušných záujmov.

...“

C — *Smernica 2004/48 (smernica o vymožiteľnosti práv duševného vlastníctva)*

15 Odôvodnenia č. 1 až 3, č. 23, 24 a 32 smernice 2004/48 stanovujú:

„(1) Dosiahnutie vnútorného trhu má za následok [Vytvorenie vnútorného trhu predpokladá – *neoficiálny preklad*] odstránenie obmedzení slobody pohybu a skresľovanie hospodárskej súťaže a zároveň vznik prostredia vhodného na inováciu a investície. V tejto súvislosti je ochrana duševného vlastníctva podstatným prvkom...

(2) ... Zároveň by nemala brániť slobode vyjadrovania, voľnému pohybu informácií alebo ochrane osobných údajov, a to aj na internete.

(3) Bez účinných prostriedkov vymožiteľnosti práv duševného vlastníctva je však inovácia a tvorivosť brzdená a investície sa znižujú. Preto je nevyhnutné zabezpečiť, aby sa v [Únii] účinne uplatňovali samostatné právne predpisy o duševnom vlastníctve, ktoré sú v súčasnosti prevažne súčasťou *acquis communautaire*. ...

...

(23) ... držiteľia práv by mali mať možnosť podať návrh, aby súd vydal rozhodnutie proti sprostredkovateľovi, ktorého služby využíva tretia strana [tretia osoba – *neoficiálny preklad*] na porušovanie práv držiteľa práv priemyselného vlastníctva. Podmienky a postupy súvisiace s takými súdnymi prípadmi [súdnymi príkazmi – *neoficiálny preklad*] by mali byť ponechané na vnútroštátne právo členských štátov. Čo sa týka porušení autorského práva a jemu príbuzných práv,

rozsiahla úroveň zosúladienia je už stanovená v smernici [Európskeho parlamentu a Rady] 2001/29/ES [z 22. mája 2001 o zosúladiení niektorých aspektov autorských práv a s nimi súvisiacich práv v informačnej spoločnosti (Ú. v. ES L 167, s. 10; Mim. vyd. 17/001, s. 230)]. Touto smernicou by preto nemal byť dotknutý článok 8 ods. 3 smernice 2001/29/ES.

- (24) V závislosti od konkrétneho prípadu a ak k tomu oprávňujú okolnosti, opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy, ktoré sa majú stanoviť, by nemali zahrňovať zakazujúce opatrenia zamerané na zabránenie ďalšiemu porušovaniu práv duševného vlastníctva. ...

...

- (32) Táto smernica rešpektuje základné práva a dodržiava zásady uznávané najmä v Charte základných práv Európskej únie. Táto smernica predovšetkým usiluje o úplné rešpektovanie duševného vlastníctva v súlade s článkom 17 ods. 2 uvedenej charty.“

¹⁶ Článok 2 smernice 2004/48, ktorý vymedzuje jej pôsobnosť, stanovuje:

„1. Bez toho, aby boli dotknuté prípadné prostriedky, ktoré sú ustanovené v právnych predpisoch Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisoch, ktoré sú priaznivejšie pre vlastníkov práv [nositeľov práv – *neoficiálny preklad*], opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy ustanovené touto smernicou sa uplatňujú... na každé porušenie práv duševného vlastníctva stanovených právom [Únie] a/alebo vnútroštátnym právom príslušného členského štátu.

...

3. Touto smernicou nie sú dotknuté:

a) ... smernica 2000/31/ES vo všeobecnosti a najmä články 12 až 15 smernice 2000/31/ES;

...

¹⁷ Kapitola II smernice 2004/48, nazvaná „Opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy“, obsahuje šesť oddielov, z ktorých prvý oddiel, nazvaný „Všeobecné ustanovenia“, zahŕňa najmä článok 3, ktorý stanovuje:

„1. Členské štáty stanovia opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy potrebné na zabezpečenie vymožitelnosti práv duševného vlastníctva, ktorých sa týka táto smernica. Tieto opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy musia byť spravodlivé a nestranné a nesmú byť zbytočne zložité alebo nákladné alebo mať za následok príliš dlhé lehoty alebo neoprávnené prietahy.

2. Tieto opatrenia, postupy a prostriedky právnej nápravy musia byť účinné, primerané a odradzujúce a musia sa uplatňovať takým spôsobom, aby sa predišlo vytváraniu prekážok zákonného obchodu...”

¹⁸ Oddiel 5 kapitoly II smernice 2004/48 je nazvaný „Opatrenia vyplývajúce z rozhodnutia vo veci samej“. Pozostáva z článkov 10 až 12, ktoré majú názvy „Nápravné opatrenia“, „Súdne príkazy“ a „Alternatívne opatrenia“.

19 Článok 11 smernice 2004/48 stanovuje:

„Členské štáty zabezpečia, aby v prípade, ak bolo prijaté súdne rozhodnutie vyslovujúce porušenia práva duševného vlastníctva, mohli súdne orgány vydať proti porušovateľovi súdny príkaz zakazujúci ďalšie porušovanie. Ak to umožňuje vnútroštátne právo, za nedodržanie príkazu možno v prípade potreby opakovane uložiť pokutu, aby sa zabezpečilo jeho dodržiavanie. Členské štáty tiež zabezpečia, aby vlastníci práv [nositelia práv – *neoficiálny preklad*] mali možnosť navrhnúť vydanie súdneho príkazu proti sprostredkovateľom, ktorých služby využíva tretia strana [tretia osoba – *neoficiálny preklad*] na porušovanie práva duševného vlastníctva; tým nie je dotknutý článok 8 ods. 3 smernice 2001/29/ES.“

20 Uvedený článok 8 ods. 3 smernice 2001/29 stanovuje:

„Členské štáty zabezpečia, aby nositelia práv mali možnosť žiadať o súdny zákaz proti sprostredkovateľom, ktorých služby využívajú tretie strany [tretie osoby – *neoficiálny preklad*] na porušovanie autorského práva alebo s ním súvisiaceho práva.“

D — Smernica 76/768 (smernica o kozmetických výrobkoch)

21 Článok 6 ods. 1 smernice 76/768/EHS z 27. júla 1976 o aproximácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa kozmetických výrobkov (Ú. v. ES L 262, s. 169; Mim. vyd. 13/003, s. 285), zmenenej a doplnenej smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2003/15/ES z 27. februára 2003 (Ú. v. EÚ L 66, s. 26; Mim. vyd. 13/031, s. 144), stanovuje:

„Členské štáty prijímú všetky potrebné opatrenia, aby zabezpečili uvedenie na trh iba takých kozmetických výrobkov, ktoré majú na vnútornom a vonkajšom obale výrobku uvedené nasledovné informácie vytlačené nezmazateľným, ľahko čitateľným a viditeľným písmom; informácie uvedené v písm. g) avšak môžu byť uvedené iba na vonkajšom obale:

- a) meno alebo firma a adresa alebo sídlo výrobcu alebo osoby usadenej v spoločstve, ktorá je zodpovedná za uvedenie kozmetického výrobku na trh...;
- b) nominálny obsah v čase balenia, ...;
- c) dátum minimálnej trvanlivosti...;
- d) príslušné upozornenia dodržiavané pri používaní...;
- e) číslo výrobnej šarže alebo odkaz umožňujúci identifikáciu tovaru. ...;
- f) funkcia výrobku, ak nie je zrejmá z prezentácie výrobku;
- g) zoznam zložiek....

...“

E — *Vnútroštátna právna úprava*

- ²² Smernica 89/104 bola do vnútroštátneho práva prebratá zákonom o ochranných známkach (Trade Marks Act). Článok 10 tohto zákona preberá článok 5 ods. 1 až 3 smernice 89/104.
- ²³ Smernica 2000/31 bola do vnútroštátneho práva prebratá nariadením o elektronickom obchode (Electronic Commerce Regulations). Článok 19 tohto nariadenia preberá článok 14 smernice 2000/31.
- ²⁴ Pokiaľ ide o článok 11 tretiu vetu smernice 2004/48, Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska neprijalo osobitné pravidlá na vykonanie tohto ustanovenia. Právomoc vydávať súdne príkazy je však upravená v článku 37 zákona o Najvyššom súde (Supreme Court Act), podľa ktorého High Court môže vydať súdny príkaz vo všetkých prípadoch, v ktorých to považuje za spravodlivé a vhodné („in all cases in which it appears to be just and convenient to do so“).
- ²⁵ Smernica 76/768 bola prebratá do vnútroštátneho práva nariadením o kozmetických výrobkoch (Cosmetic Products Regulations). Článok 12 tohto nariadenia zodpovedá článku 6 ods. 1 smernice 76/768 a jeho porušenie sa môže považovať za trestný čin.

II — Spor vo veci samej a prejudiciálne otázky

- ²⁶ L'Oréal je výrobca a dodávateľ parfumov, kozmetických výrobkov a výrobkov na vlasovú starostlivosť. V Spojenom kráľovstve je majiteľom niekoľkých vnútroštátnych ochranných známk. Rovnako je vlastníkom ochranných známk Spoločenstva.
- ²⁷ Distribúcia výrobkov L'Oréal sa uskutočňuje prostredníctvom uzatvorenej distribučnej siete, v rámci ktorej majú autorizovaní distribútori zakázané dodávať výrobky iným distribútorom.
- ²⁸ Spoločnosť eBay prevádzkuje internetový obchod, v ktorom sa zobrazujú inzeráty výrobkov ponúkaných na predaj osobami, ktoré sa na tento účel zaregistrovali u spoločnosti eBay a vytvorili si u nej účet predávajúceho. Spoločnosť eBay si účtuje určité percento z uskutočnených transakcií.
- ²⁹ Spoločnosť eBay umožňuje potenciálnym kupujúcim dražiť položky týkajúce sa položiek, ktoré ponúkajú predávajúci. Spoločnosť eBay taktiež umožňuje predaj položiek bez toho, aby sa uskutočnila uvedená dražba, teda za presne stanovenú cenu prostredníctvom takzvaného systému „kúpiť hneď“. Predávajúci si ďalej môžu na internetových stránkach spoločnosti eBay vytvoriť „on-line obchody“. Takýto obchod ponúka všetky výrobky, ktoré predávajúci ponúka v určitom okamihu.
- ³⁰ Predávajúci a kupujúci sú povinní súhlasiť s podmienkami používania internetového obchodu stanovenými spoločnosťou eBay. Medzi týmito podmienkami je uvedený zákaz predávať falzifikáty a porušovať práva z ochranných známk.

- 31 Spoločnosť eBay prípadne pomáha predávajúcim pri optimalizácii ich ponúk, vytváraní ich on-line obchodov, podpore a zvyšovaní ich predaja. Okrem toho robí reklamu niektorým výrobkom, ktoré sú ponúkané na predaj v internetovom obchode pomocou zobrazenia reklám prevádzkovateľmi takých internetových vyhľadávačov, ako je Google.
- 32 Spoločnosť L'Oréal informovala listom z 22. mája 2007 spoločnosť eBay o svojich obavách týkajúcich sa veľkého počtu transakcií porušujúcich jej práva duševného vlastníctva, ktoré boli uskutočnené prostredníctvom európskych internetových stránok spoločnosti eBay.
- 33 Keďže spoločnosť L'Oréal sa neuspokojila s odpoveďou, ktorá jej bola poskytnutá, podala proti spoločnosti eBay žaloby v rôznych členských štátoch, pričom jedna z týchto žalôb bola podaná na High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division.
- 34 Spoločnosť L'Oréal sa obrátila na High Court of Justice, aby rozhodol po prvé, že spoločnosť eBay a žalované fyzické osoby sú zodpovedné za predaj 17 položiek, ktoré uskutočnili prostredníctvom internetovej stránky www.ebay.co.uk, pričom tieto predaje údajne porušili práva, ktoré spoločnosti L'Oréal vyplývajú z obrazovej ochrannej známky Spoločenstva obsahujúcej slová „Amor Amor“ a slovnej národnej ochrannej známky „Lancôme“.
- 35 Medzi spoločnosťami L'Oréal a eBay je nesporné, že medzi týmito sedemnástimi položkami boli dva falzifikáty výrobkov značky L'Oréal.
- 36 Pokiaľ ide o pätnásť ďalších položiek, aj keď spoločnosť L'Oréal v súvislosti s nimi netvrdí, že sú falzifikátmi, domnieva sa však, že ich predaj porušil jej práva z ochranných známk, lebo tieto položky boli buď výrobkami, ktoré nie sú určené na predaj, ako sú testery alebo vzorky, alebo výrobkami značky L'Oréal, ktoré sú určené na predaj

v Severnej Amerike a nie v Európskom hospodárskom priestore (ďalej len „EHP“). Navyše sa niektoré z uvedených položiek predávali bez obalu.

- 37 High Court of Justice bez toho, aby v tejto fáze rozhodol o tom, v akej miere došlo k porušeniu práv vyplývajúcich z ochrannej známky L'Oréal, potvrdil, že žalované fyzické osoby uskutočnili na internetovej stránke www.ebay.co.uk predaj opísaný spoločnosťou L'Oréal.
- 38 Po druhé spoločnosť L'Oréal tvrdí, že spoločnosť eBay je zodpovedná za používanie ochranných známk spoločnosti L'Oréal preto, lebo tieto ochranné známky zobrazila na svojej stránke, ako aj preto, lebo na stránke prevádzkovateľov internetových vyhľadávačov, akým je Google, zobrazila sponzorované odkazy, ktoré sa aktivujú použitím kľúčových slov zodpovedajúcich uvedeným ochranným známkam.
- 39 V tejto poslednej uvedenej súvislosti je nesporné, že spoločnosť eBay zabezpečila, aby sa prostredníctvom výberu kľúčových slov zodpovedajúcich ochranným známkam spoločnosti L'Oréal v rámci služby odkazov „AdWords“ spoločnosti Google zobrazil reklamný odkaz na internetovú stránku www.ebay.co.uk vždy, keď existovala zhoda medzi týmto slovom a slovom, ktoré zadal používateľ internetu do internetového vyhľadávača spoločnosti Google. Tento odkaz sa objaví v rubrike „sponzorované odkazy“, ktorá sa zobrazuje buď v pravej časti obrazovky, alebo v hornej časti obrazovky zobrazenej spoločnosťou Google.
- 40 Pokiaľ teda používateľ internetu zadal 27. marca 2007 do internetového vyhľadávača Google ako vyhľadávaný výraz slová „shu uemura“, ktoré v podstate zodpovedajú slovnej národnej ochrannej známke „Shu Uemura“ spoločnosti L'Oréal, v uvedenej rubrike „sponzorované odkazy“ sa mu zobrazila táto reklama:

„Shu Uemura

Výhodné nákupy na Shu uemura

Nakupujte na eBay a ušetrite!

www.ebay.co.uk“

(„Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk“)

⁴¹ Kliknutie na tento reklamný odkaz presmerovalo používateľa na internetovú stránku www.ebay.co.uk, ktorá uvádzala „96 položiek nájdených pre shu uemura“. V prípade väčšiny týchto položiek bolo výslovne spresnené, že pochádzajú „z Hongkongu“.

⁴² Rovnako medzi ďalšími príkladmi, pokiaľ používateľ internetu zadal 27. marca 2007 do internetového vyhľadávača Google ako vyhľadávaný výraz slová „matrix hair“, ktoré sčasti zodpovedajú slovnej národnej ochrannej známke „Matrix“ spoločnosti L'Oréal, v uvedenej rubrike „sponzorované odkazy“ sa mu zobrazila táto reklama spoločnosti eBay:

„Matrix hair

Tu za fantastické nízké ceny

Uspokojte svoju nákupnú vášeň na eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk“

(„Matrix hair

Fantastic low prices here

Feed your passion on eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk“)

⁴³ Po pretie spoločnosť L'Oréal tvrdila, že aj keby spoločnosť eBay nebola zodpovedná za porušenie práv vyplývajúcich z jej ochranných známk, mal by sa proti nej vydať súdny príkaz na základe článku 11 smernice 2004/48.

⁴⁴ Spoločnosť L'Oréal uzavrela s niektorými žalovanými fyzickými osobami zmier, konkrétne so S. Pottsom, s T. Ratchfordovou, M. Ormsbyovou, J. Clarkom a J. Clarkovou, a uspela v konaní, ktoré sa skončilo rozsudkom pre zmeškanie, proti ostatným, konkrétne proti G. Foxovi a R. Biovej. Následne v priebehu marca 2009 sa konalo na High Court of Justice pojednávanie vo veci žaloby proti spoločnosti eBay.

- 45 Rozsudkom z 22. mája 2009 High Court of Justice vykonal určité posúdenia skutkových okolností a dospel k záveru, že o veci nemožno rozhodnúť, pretože viaceré právne otázky vyžadujú najprv výklad zo strany Súdneho dvora Európskej únie.
- 46 V uvedenom rozsudku High Court of Justice konštatuje, že spoločnosť eBay inštalovala filtre na identifikáciu inzerátov, ktoré môžu porušovať podmienky používania internetovej stránky. Tento súd takisto konštatuje, že spoločnosť eBay vyvinula program nazvaný „VeRO“ („Verified Rights Owner“), t. j. systém oznámenia a výmazu, ktorý má nositeľom práv duševného vlastníctva poskytnúť pomoc pri odstraňovaní inzerátov porušujúcich ich práva z internetového obchodu. Spoločnosť L'Oréal odmietla účasť na tomto programe, lebo sa domnievala, že tento systém nie je postačujúci.
- 47 High Court of Justice rovnako uviedol, že spoločnosť eBay uplatňuje také sankcie, ako je dočasný, či dokonca trvalý, zákaz predaja zo strany predávajúcich, ktorí porušili podmienky používania internetového obchodu.
- 48 Napriek konštatovaniam uvedeným vyššie High Court of Justice zastával názor, že spoločnosť eBay môže prijať ďalšie opatrenia s cieľom znížiť počet predajov porušujúcich práva duševného vlastníctva uskutočňovaných prostredníctvom jej internetového obchodu. Podľa uvedeného súdu by spoločnosť eBay mohla používať dodatočné filtre. Tiež by mohla do svojich nariadení zahrnúť zákaz predaja značkových výrobkov, ktoré nepochádzajú z EHP, bez súhlasu majiteľov ochranných známok. Okrem toho by mohla zaviesť dodatočné obmedzenia na objemy výrobkov, ktoré môžu byť predmetom súčasne uskutočňovanej reklamy, a uplatňovať prísnejšie sankcie.
- 49 High Court of Justice však spresňuje, že skutočnosť, že spoločnosť eBay mohla prijať ďalšie opatrenia, nevyhnutne neznamená, že má právnu povinnosť tak konať.

50 High Court of Justice rozhodnutím zo 16. júla 2009, ktoré prijal po vydaní uvedeného rozsudku z 22. mája 2009, rozhodol prerušiť konanie a položiť Súdnemu dvoru tieto prejudiciálne otázky:

- „1. Možno testery parfumov a kozmetiky (čiže vzorky určené na prezentáciu výrobkov spotrebiteľom v maloobchodných predajniach) a flakóny (teda nádoby, z ktorých možno v malých množstvách spotrebiteľom poskytnúť vzorky zdarma), ktoré nie sú určené na predaj spotrebiteľom (a sú často označované ako, nepredajné, alebo, samostatne nepredajné) a ktoré sú dodávané zdarma autorizovaným distribútorom majiteľa ochrannej známky, považovať za tovary „uvádzané na trh“ v zmysle článku 7 ods. 1 [smernice 89/104] a článku 13 ods. 1 [nariadenia č. 40/94]?
2. Predstavuje pre majiteľa ochrannej známky [odstránenie vonkajšieho obalu] z parfumov alebo kozmetických výrobkov bez jeho súhlasu „legitímny dôvod“, aby zakročil proti ďalšiemu uvádzaniu nezabalených výrobkov na trh v zmysle článku 7 ods. 2 [smernice 89/104] a článku 13 ods. 2 [nariadenia č. 40/94]?
3. Pokiaľ ide o odpoveď na druhú prejudiciálnu otázku, je rozhodujúce, ak:
 - a) v dôsledku [odstránenia vonkajšieho obalu] nezabalené výrobky neuvádzajú informácie stanovené v článku 6 ods. 1 smernice 76/768 a najmä neuvádzajú zoznam zložiek alebo „dátum minimálnej trvanlivosti“?
 - b) v dôsledku týchto chýbajúcich informácií ponuka na predaj alebo predaj nezabalených výrobkov predstavuje trestný čin podľa práva členského štátu, v ktorom boli tieto výrobky ponúkané na predaj alebo predávané tretími osobami?

4. Pokiaľ ide o odpoveď na druhú prejudiciálnu otázku, je rozhodujúce, ak ďalšie uvádzanie na trh poškodzuje alebo môže poškodiť imidž výrobkov a v dôsledku toho dobré meno ochrannej známky? V prípade kladnej odpovede, má sa tento dôsledok predpokladať alebo je potrebné, aby ho majiteľ ochrannej známky preukázal?

5. Ak si [prevádzkovateľ] internetového obchodu zakúpi od prevádzkovateľa internetového vyhľadávača používanie označenia, ktoré je zhodné so zapísanou ochrannou známkou, ako kľúčového slova tak, že sa označenie používateľovi zobrazí prostredníctvom internetového vyhľadávača v sponzorovanom odkaze na internetovú stránku prevádzkovateľa internetového obchodu, je zobrazenie označenia v sponzorovanom odkaze ‚používaním‘ označenia v zmysle článku 5 ods. 1 písm. a) [smernice 89/104] a článku 9 ods. 1 písm. c) [nariadenia č. 40/94]?

6. Je kliknutie na sponzorovaný odkaz uvedený v piatej prejudiciálnej otázke, ktorý nasmeruje používateľa priamo na reklamy alebo ponuky na predaj výrobkov zhodných s tými, pre ktoré bola ochranná známka zapísaná pod označením umiestneným na internetovej stránke tretími osobami, pričom niektoré porušujú práva vyplývajúce z ochrannej známky a iné ich neporušujú, a to z dôvodu rozdielných vlastností jednotlivých výrobkov, používaním označenia prevádzkovateľom internetového obchodu ‚v spojitosti‘ dotknutými výrobkami v zmysle článku 5 ods. 1 písm. a) [smernice 89/104] a článku 9 ods. 1 písm. a) [nariadenia č. 40/94]?

7. V prípade, že výrobky, ktoré sú predmetom reklamy, alebo výrobky ponúkané na predaj na internetovej stránke uvedené v šiestej prejudiciálnej otázke zahŕňajú výrobky, ktoré nie sú uvádzané na trh v rámci EHP majiteľom ochrannej známky alebo s jeho súhlasom, postačuje na to, aby sa na takéto používanie uplatnil článok 5 ods. 1 písm. a) [smernice 89/104] a článok 9 ods. 1 písm. a) [nariadenia č. 40/94] a neuplatnil článok 7 ods. 1 [smernice 89/104] a článok 13 ods. 1 [nariadenia č. 40/94], skutočnosť, že táto reklama alebo ponuka na predaj je určená

spotrebiteľom na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka, alebo majiteľ ochrannej známky musí preukázať, že reklama alebo ponuka na predaj zjavne predstavuje uvádzanie dotknutých výrobkov na trh v rámci územia, na ktoré sa ochranná známka vzťahuje?

8. Pokiaľ ide o odpovede na piatu a siedmu prejudiciálnu otázku, je rozhodujúce, že používanie, proti ktorému namieta majiteľ ochrannej známky, spočíva skôr v zobrazení označenia na samotnej internetovej stránke prevádzkovateľa internetového obchodu ako v sponzorovanom odkaze?

9. Ak na to, aby takéto používanie spadalo do pôsobnosti článku 5 ods. 1 písm. a) [smernice 89/104] a článku 9 ods. 1 písm. a) [nariadenia č. 40/94] a bolo mimo pôsobnosti článku 7... [smernice 89/104] a článku 13... [nariadenia č. 40/94], postačuje skutočnosť, že táto reklama alebo ponuka na predaj je určená spotrebiteľom na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka:
 - a) spočíva alebo pozostáva takéto používanie z uloženia, informácií, ktoré sú poskytované príjmomom tejto služby v zmysle článku 14 ods. 1 [smernice 2000/31]?

 - b) ak používanie nepozostáva výlučne z činností spadajúcich do pôsobnosti článku 14 ods. 1 [smernice 2000/31], ale zahŕňa takéto činnosti, je prevádzkovateľ internetového predaja vyňatý zo zodpovednosti v rozsahu, v akom využitie zahŕňa takéto činnosti, a v prípade kladnej odpovede, možno priznať náhradu škody alebo iné finančné náhrady, pokiaľ ide o takéto použitie v rozsahu, v akom nie je vyňatý zo zodpovednosti?

- c) za okolností, keď prevádzkovateľ internetového obchodu vie o tom, že sú výrobky, ktoré boli predmetom reklamy, ponúkané na predaj a predávané na jeho internetovej stránke, a porušujú sa tým práva vyplývajúce zo zapísaných ochranných známk, a že porušenie práv z týchto zapísaných ochranných známk pravdepodobne stále pretrváva prostredníctvom reklamy, ponukou na predaj a predajom rovnakých alebo podobných výrobkov rovnakými alebo rozdielnymi používateľmi internetovej stránky, ide o, neznalosť alebo, nevedomosť v zmysle článku 14 ods. 1 [smernice 2000/31]?

10. V prípade, že služby sprostredkovateľa, akým je prevádzkovateľ internetovej stránky, využívané treťou osobou na porušenie zapísanej ochrannej známky, ukladá článok 11 [smernice 2004/48] členským štátom povinnosť zabezpečiť, aby mohol majiteľ ochrannej známky získať vydanie súdneho príkazu proti sprostredkovateľovi na účely predchádzania ďalšiemu porušovaniu práv z uvedenej ochrannej známky, ako aj na účely zabránenia ďalšiemu osobitnému porušovaniu, a v prípade kladnej odpovede, aký rozsah pôsobnosti súdneho príkazu možno uplatniť?“

III — O prejudiciálnych otázkach

A — O prvej až štvrtej otázke a siedmej otázke, týkajúcich sa predaja značkových výrobkov v internetovom obchode

1. Úvodné poznámky

- ⁵¹ Ako bolo uvedené v bodoch 36 a 37 tohto rozsudku, je nesporné, že žalované fyzické osoby ponúkali prostredníctvom internetovej stránky www.ebay.co.uk na predaj a predávali spotrebiteľom v Únii značkové výrobky spoločnosti L'Oréal, ktoré sú touto

spoločnosťou určené na predaj v tretích krajinách, ako aj výrobky, ktoré nie sú určené na predaj, ako sú testery a vzorky. Okrem toho je nesporné, že niektoré z týchto výrobkov sa predávali bez obalu.

- 52 Predaj výrobkov uvedených na trh v tretích štátoch na internetovej stránke www.ebay.co.uk vyplýva tiež z konštatovaní zhrnutých v bodoch 40 a 41 tohto rozsudku, podľa ktorých spoločnosť eBay robila na uvedenej stránke reklamu na ponuky na predaj výrobkov značky Shu Uemura, ktoré sa nachádzajú v Hongkongu (Čína).
- 53 Spoločnosť eBay popiera, že takýto predaj v jej internetovom obchode môže porušiť práva vyplývajúce z ochranných známk. Svojou prvou až štvrtou, ako aj siedmou prejudiciálnou otázkou sa vnútroštátny súd snaží zistiť, či tento názor spoločnosti eBay je správny.
- 54 Pred preskúmaním týchto otázok treba pripomenúť, rovnako ako to urobil generálny advokát v bode 79 svojich návrhoch, že výlučných práv vyplývajúcich z ochranných známk sa možno v zásade dovoľávať len voči hospodárskym subjektom. Na to, aby totiž majiteľ ochrannej známky bol oprávnený zakázať tretím osobám používať označenie, ktoré je zhodné alebo podobné s touto ochrannou známkou, treba, aby sa toto používanie uskutočnilo v obchodnom styku (pozri najmä rozsudky zo 16. novembra 2004, *Anheuser-Busch*, C-245/02, Zb. s. I-10989, bod 62, ako aj z 18. júna 2009, *L'Oréal a i.*, C-487/07, Zb. s. I-5185, bod 57).
- 55 Z toho vyplýva, že ak fyzická osoba predáva značkový výrobok prostredníctvom internetového obchodu bez toho, aby táto transakcia prebiehala v kontexte obchodnej činnosti, majiteľ ochrannej známky sa nemôže dovoľávať svojho výlučného práva uvedeného v článku 5 smernice 89/104 a v článku 9 nariadenia č. 40/94. Ak naopak predaj uskutočnený v takom internetovom obchode prekročí z dôvodu svojho objemu,

svojej početnosti alebo ďalších charakteristík oblast' súkromnej činnosti, predávajúci sa nachádza v rámci „obchodného styku“ v zmysle uvedených článkov.

56 Vnútroštátny súd vo svojom rozsudku z 22. mája 2009 konštatoval, že S. Potts, jedna zo žalovaných fyzických osôb, predával prostredníctvom internetovej stránky www.ebay.co.uk veľké množstvo položiek označených ochrannými známkami spoločnosti L'Oréal. Vzhľadom na túto skutočnosť vnútroštátny súd dospel k záveru, že uvedená osoba konala ako obchodník. Podobné konštatovania boli uskutočnené, aj pokiaľ ide o T. Ratchfordovú, M. Ormsbyovú, J. Clarkovú, G. Biovú, J. Clarka a G. Foxa.

57 Keďže ponuky na predaj a predaje uvedené v bode 51 tohto rozsudku a zahrňajúce používanie označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známkami, ktorých majiteľom je spoločnosť L'Oréal, boli uskutočnené v rámci obchodného styku, a keďže navyše nebolo spochybnené, že spoločnosť L'Oréal k nim nedala svoj súhlas, treba preskúmať, či táto spoločnosť mohla vzhľadom na všetky pravidlá uvedené v článku 5 smernice 89/104 a v článku 9 nariadenia č. 40/94, ako aj na judikatúru týkajúcu sa týchto článkov zakročiť proti týmto ponukám na predaj a týmto predajom.

2. O ponuke na predaj výrobkov označených ochrannou známkou, ktoré boli majiteľom tejto ochrannej známky určené na predaj v tretích krajinách, prostredníctvom internetového obchodu určeného spotrebiteľom v Únii

58 Svojou siedmou otázkou, ktorú treba preskúmať ako prvú, sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či na to, aby majiteľ ochrannej známky zapísanej v členskom štáte Únie alebo ochrannej známky Spoločenstva mohol na základe pravidiel uvedených v článku 5 smernice 89/104 a v článku 9 nariadenia č. 40/94 zakročiť proti tomu, aby sa v internetovom obchode ponúkali na predaj výrobky označené touto ochrannou známkou, ktoré predtým neboli uvedené na trh v rámci EHP, alebo v prípade ochrannej známky

Spoločenstva, ktoré predtým neboli uvedené na trh v Únii, postačuje, aby ponuka na predaj bola určená spotrebiteľom nachádzajúcim sa na území, na ktoré sa ochranná známka vzťahuje.

⁵⁹ Pravidlo uvedené v článku 5 smernice 89/104 a v článku 9 nariadenia č. 40/94 priznáva majiteľovi ochrannej známky výlučné právo, ktoré mu umožňuje zakázať všetkým tretím osobám dovážať výrobky označené jeho ochrannou známkou, ponúkať alebo uvádzať ich na trh, alebo ich na tieto účely skladovať, zatiaľ čo článok 7 tej istej smernice a článok 13 toho istého nariadenia obsahujú výnimku z tohto pravidla v tom zmysle, že stanovujú, že právo majiteľa ochrannej známky sa vyčerpá, ak boli výrobky uvedené na trh v rámci EHP – alebo v prípade ochrannej známky Spoločenstva v rámci Únie – samotným majiteľom ochrannej známky alebo s jeho súhlasom (pozri najmä rozsudky z 30. novembra 2004, *Peak Holding*, C-16/03, Zb. s. I-11313, bod 34; z 15. októbra 2009, *Makro Zelfbedieningsgroothandel a i.*, C-324/08, Zb. s. I-10019, bod 21, ako aj z 3. júna 2010, *Coty Prestige Lancaster Group*, C-127/09, Zb. s. I-4965, body 28 a 46).

⁶⁰ V prípade skúmanom v rámci tejto otázky, v ktorom výrobky neboli v nijakom okamihu uvedené na trh v rámci EHP majiteľom ochrannej známky alebo s jeho súhlasom, sa výnimka uvedená v článku 7 smernice 89/104 a v článku 13 nariadenia č. 40/94 nemôže uplatniť. Súdny dvor v tejto súvislosti opakovane rozhodol, že je dôležité, aby majiteľ ochrannej známky zapísanej v členskom štáte mohol dohliadať na prvé uvedenie výrobkov označených touto ochrannou známkou na trh v rámci EHP (pozri najmä rozsudky z 20. novembra 2001, *Zino Davidoff a Levi Strauss*, C-414/99 až C-416/99, Zb. s. I-8691, bod 33; *Peak Holding*, už citovaný, body 36 a 37, ako aj *Makro Zelfbedieningsgroothandel a i.*, už citovaný, bod 32).

⁶¹ Spoločnosť eBay tieto zásady uznáva, avšak tvrdí, že majiteľ ochrannej známky zapísanej v členskom štáte alebo ochrannej známky Spoločenstva sa nemôže účinne dovolávať výlučného práva vyplývajúceho z tejto ochrannej známky, pokiaľ sa výrobky označené touto ochrannou známkou a ponúkané na predaj v internetovom obchode nachádzajú v tretej krajine a nie sú nevyhnutne prepravené cez územie, na ktoré sa uvedená ochranná známka vzťahuje. Spoločnosť *L'Oréal*, vláda Spojeného kráľovstva,

talianška, poľská a portugalská vláda, ako aj Európska komisia sa naopak domnievajú, že pravidlá smernice 89/104 a nariadenia č. 40/94 sa uplatnia, len čo sa ukáže, že ponuka na predaj značkového výrobku, ktorý sa vyskytuje v tretej krajine, je určená spotrebiteľom nachádzajúcim sa na území, na ktoré sa ochranná známka vzťahuje.

- 62 Toto posledné uvedené tvrdenie treba prijať. Ak by to totiž bolo inak, hospodárske subjekty, ktoré prevádzkujú elektronický obchod tak, že v internetovom obchode určenom spotrebiteľom nachádzajúcim sa v Únii ponúkajú na predaj značkové výrobky nachádzajúce sa v tretej krajine, ktoré si možno zobraziť na obrazovke a objednať prostredníctvom uvedeného internetového obchodu, by nemali, pokiaľ ide o ponuky na predaj tohto druhu, nijakú povinnosť dodržiavať pravidlá Únie v oblasti duševného vlastníctva. Takáto situácia by narušovala *effet utile* týchto pravidiel.
- 63 V tejto súvislosti stačí uviesť, že podľa článku 5 ods. 3 písm. b) a d) smernice 89/104 a článku 9 ods. 2 písm. b) a d) nariadenia č. 40/94 používanie označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známkami, proti ktorému môžu majitelia týchto ochranných známok zakročiť, zahŕňa používanie takýchto označení v ponukách na predaj a v reklame. Ako pripomenul generálny advokát v bode 127 svojich návrhov a Komisia vo svojich písomných pripomienkach, účinnosť týchto pravidiel by sa narušila, ak by sa na používanie označenia, ktoré je zhodné alebo podobné s ochrannou známkou zapísanou v Únii, v ponuke na predaj alebo v reklame na internete určenej spotrebiteľom nachádzajúcim sa v Únii neuplatnili tieto pravidlá len z dôvodu, že tretia osoba, ktorá je pôvodcom tejto ponuky alebo tejto reklamy, je usadená v tretej krajine, že server internetovej stránky, ktorú používa, sa nachádza v tejto krajine, alebo tiež, že výrobok, ktorý je predmetom uvedenej ponuky alebo uvedenej reklamy, sa nachádza v tretej krajine.
- 64 Treba však spresniť, že samotná dostupnosť internetovej stránky na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka, nepostačuje na to, aby sa vyvodil záver, že ponuky na predaj zobrazené na tejto stránke sú určené spotrebiteľom nachádzajúcim sa na tomto

území (pozri analogicky rozsudok zo 7. decembra 2010, Pammer a Hotel Alpenhof, C-585/08 a C-144/09, Zb. s. I-12527, bod 69). Pokiaľ by totiž dostupnosť internetového obchodu na uvedenom území postačovala na to, aby na nej zobrazené inzeráty patrili do pôsobnosti smernice 89/104 a nariadenia č. 40/94, internetové stránky a inzeráty, ktoré sú zjavne určené výlučne spotrebiteľom nachádzajúcim sa v tretích krajinách, avšak technicky sú dostupné na území Únie, by neoprávnene podliehali právu Únie.

⁶⁵ Je preto na vnútroštátnych súdoch, aby v každom jednotlivom prípade posúdili, či existujú relevantné indície na vyvodenie záveru, že ponuka na predaj zobrazená v internetovom obchode dostupnom na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka, je určená spotrebiteľom, ktorí sa nachádzajú na uvedenom území. Pokiaľ ponuka na predaj obsahuje aj upresnenie zemepisných oblastí, do ktorých je predajca pripravený zaslať výrobok, má takéto spresnenie v rámci uvedeného posúdenia osobitný význam.

⁶⁶ Keďže neexistujú skutočnosti preukazujúce opak, zdá sa vo veci samej, že internetová stránka www.ebay.co.uk je určená spotrebiteľom nachádzajúcim sa na území, na ktoré sa vzťahujú dotknuté národné ochranné známky a ochranné známky Spoločenstva, takže ponuky na predaj nachádzajúce sa na tejto internetovej stránke, ktoré sú predmetom tejto veci, patria do pôsobnosti pravidiel Únie v oblasti ochrany ochranných známok.

⁶⁷ Vzhľadom na predchádzajúce treba na siedmu položenú otázku odpovedať tak, že pokiaľ výrobky nachádzajúce sa v tretej krajine a označené ochrannou známkou zapísanou v členskom štáte Únie alebo ochrannou známkou Spoločenstva, ktoré predtým neboli uvedené na trh v EHP, alebo v prípade ochrannej známky Spoločenstva, ktoré predtým neboli uvedené na trh v Únii, predáva hospodársky subjekt prostredníctvom internetového obchodu a bez súhlasu majiteľa tejto ochrannej známky spotrebiteľovi nachádzajúcemu sa na území, na ktoré sa vzťahuje uvedená ochranná známka, alebo sú predmetom ponuky na predaj alebo reklamy v takomto internetovom obchode určenom spotrebiteľom nachádzajúcim sa na tomto území, uvedený majiteľ môže proti takému predaju, takej ponuke na predaj alebo takej reklame zakročiť na

základe pravidiel uvedených v článku 5 smernice 89/104 alebo článku 9 nariadenia č. 40/94. Vnútroštátnym súdom prislúcha, aby v každom jednotlivom prípade posúdili, či existujú relevantné indície na vyvodenie záveru, že ponuka na predaj alebo reklama zobrazená v internetovom obchode dostupnom na uvedenom území je určená spotrebiteľom, ktorí sa na tomto území nachádzajú.

3. O ponuke na predaj testerov a vzoriek

⁶⁸ Je nesporné, že v čase, keď nastali skutočnosti skúmané vnútroštátnym súdom, žalované fyzické osoby tiež ponúkali na internetovej stránke www.ebay.co.uk na predaj testery a vzorky, ktoré spoločnosť L'Oréal zdarma dodala svojim autorizovaným distribútorom.

⁶⁹ Svojou prvou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či dodanie predmetov označených ochrannou známkou, ktoré sú určené na prezentáciu výrobkov spotrebiteľom v autorizovaných predajných miestach, ako aj flakónov rovnako označených touto ochrannou známkou, z ktorých možno v malých množstvách spotrebiteľom poskytnúť vzorky zdarma, a to majiteľom danej ochrannej známky, je uvádzaním na trh v zmysle smernice 89/104 a nariadenia č. 40/94.

⁷⁰ Uvedený súd v tejto súvislosti konštatoval, že spoločnosť L'Oréal svojim autorizovaným distribútorom jasne oznámila, že takéto predmety a flakóny nemôžu predávať, pričom tieto predmety a flakóny sú navyše často označené ako „nepredajné“.

71 Ako už Súdny dvor rozhodol, pokiaľ majiteľ ochrannej známky označí touto ochrannou známkou predmety, ktoré ponúka zdarma, aby podporil predaj svojich výrobkov, uvedené predmety nie sú samy osebe predmetom distribúcie, ktorej cieľom je ich prienik na trh (pozri rozsudok z 15. januára 2009, Silberquelle, C-495/07, Zb. s. I-137, body 20 až 22). Dodanie takýchto predmetov zdarma tak v zásade nepredstavuje ich uvádzanie na trh majiteľom.

72 Súdny dvor takisto konštatoval, že ak majiteľ ochrannej známky vyobrazí na takých predmetoch, akými sú testery parfumov, údaje, ako sú „vzorka“ a „nepredajné“, táto skutočnosť bráni tomu, pokiaľ neexistujú dôkazy o opaku, aby sa vyvodil záver o existencii súhlasu tohto majiteľa ochrannej známky s uvedením uvedených predmetov na trh (pozri rozsudok Coty Prestige Lancaster Group, už citovaný, body 43, 46 a 48).

73 Za týchto podmienok treba na prvú položenú otázku odpovedať tak, že dodanie predmetov označených ochrannou známkou, ktoré sú určené na prezentáciu výrobkov spotrebiteľom v autorizovaných predajných miestach, ako aj flakónov rovnako označených touto ochrannou známkou, z ktorých možno v malých množstvách spotrebiteľom poskytnúť vzorky zdarma, a to majiteľom danej ochrannej známky svojim autorizovaným distribútorom, nie je v prípade, že neexistujú dôkazy o opaku, uvádzaním na trh v zmysle smernice 89/104 ani nariadenia č. 40/94.

4. O uvádzaní nezabalených výrobkov na trh

74 Ako bolo uvedené v bodoch 36, 37 a 51 tohto rozsudku, niektoré vzorky výrobkov označených ochrannými známkami, ktorých majiteľom je spoločnosť L'Oréal, boli predávané obchodníkmi, ktorí vykonávajú svoju činnosť prostredníctvom internetového obchodu eBay, bez obalu.

- 75 Svojou druhou a štvrtou prejudiciálnou otázkou sa vnútroštátny súd snaží predovšetkým zistiť, či odstránenie vonkajšieho obalu z takých výrobkov, o aké ide vo veci samej, porušuje výlučné právo majiteľa ochrannej známky umiestnenej na týchto výrobkoch, ktorá tohto majiteľa ochrannej známky teda oprávňuje, aby zakročil proti ďalšiemu predaju takto nezabalených výrobkov.
- 76 Vzhľadom na okolnosť, že nezabalené výrobky, o ktoré ide vo veci samej, sú prevažne kozmetickými výrobkami, vnútroštátny súd žiada, aby sa na tieto otázky odpovedalo s prihliadnutím na článok 6 ods. 1 smernice 76/768, podľa ktorého kozmetické výrobky možno uviesť na trh iba vtedy, ak majú na vnútornom a vonkajšom obale výrobku uvedené najmä informácie o totožnosti výrobcu alebo osoby zodpovednej za uvedenie kozmetického výrobku na trh, zložení výrobku (obsah a zoznam zložiek), používaní výrobku (funkcia výrobku a osobitné upozornenia na opatrnosť pri používaní) a skladovaní tohto výrobku (dátum minimálnej trvanlivosti). V tejto súvislosti sa snaží v podstate zistiť, či majiteľ ochrannej známky môže na základe svojho výlučného práva uvedeného v smernici 89/104 alebo v prípade ochrannej známky Spoločenstva uvedeného v nariadení č. 40/94 zakročiť proti ďalšiemu predaju výrobkov označených touto ochrannou známkou, pokiaľ takéto uvádzanie výrobkov na trh sa uskutočnilo v rozpore s požiadavkami stanovenými v uvedenom ustanovení smernice 76/768.
- 77 Spoločnosť L'Oréal sa podobne ako francúzska, poľská a portugalská vláda, ako aj Komisia domnieva, že nezávisle od toho, či došlo, alebo nedošlo k porušeniu smernice 76/768, obal predstavuje podstatnú časť imidžu parfumov a kozmetických výrobkov. Majiteľ ochrannej známky umiestnenej na týchto výrobkoch a na uvedenom obale musí mať preto možnosť zakročiť proti ďalšiemu predaju týchto výrobkov, ktoré sú zbavené obalu. Spoločnosť eBay naopak zdôrazňuje, že v oblasti parfumov a kozmetiky je to často flakón alebo nádobka výrobku, a nie jeho obal, ktorý charakterizuje imidž prestíže a luxusu.
- 78 V prvom rade treba uviesť, že vzhľadom na rozmanitú škálu parfumov a kozmetických výrobkov treba otázku, či zbavenie takého výrobku obalu poškodzuje jeho imidž, a teda dobré meno ochrannej známky, ktorou je výrobok označený, preskúmať

v každom jednotlivom prípade. Ako uviedol generálny advokát v bodoch 71 až 74 svojich návrhov, vzhľad parfumu alebo kozmetického výrobku bez obalu totiž môže niekedy účinne prispievať k imidžu prestíže a luxusu tohto výrobku, pričom v iných prípadoch má odstránenie uvedeného obalu za následok práve poškodenie tohto imidžu.

⁷⁹ K takémuto poškodeniu môže dôjsť, pokiaľ obal prispieva rovnako alebo viac ako flakón, prípadne nádoba k prezentácii imidžu výrobku vytvoreného majiteľom ochranej známky a jeho autorizovanými distribútormi. Je takisto možné, že nedostatok niektorých alebo všetkých informácií, ktoré vyžaduje článok 6 ods. 1 smernice 76/768, poškodzuje imidž výrobku. Je na majiteľovi ochranej známky, aby preukázal existenciu prvkov, ktoré tvoria toto porušenie.

⁸⁰ Po druhé treba pripomenúť, že ochranná známka, ktorej hlavnou úlohou je zaručiť spotrebiteľovi totožnosť pôvodu výrobku, slúži najmä na potvrdenie toho, že výrobky označené touto ochrannou známkou boli vyrobené alebo dodané pod kontrolou jediného podniku, ktorému možno pripísať zodpovednosť za ich kvalitu (pozri najmä rozsudky z 12. novembra 2002, Arsenal Football Club, C-206/01, Zb. s. I-10273, bod 48, a z 23. apríla 2009, Copad, C-59/08, Zb. s. I-3421, bod 45).

⁸¹ Pokiaľ však niektoré právnymi predpismi požadované informácie, ako sú informácie týkajúce sa totožnosti výrobcu alebo osoby zodpovednej za uvedenie kozmetických výrobkov na trh, chýbajú, dochádza k narušeniu funkcie označenia pôvodu ochranej známky tým, že táto ochranná známka je zbavená svojho podstatného účinku, ktorým je zabezpečiť, že výrobky, ktoré označuje, sú dodávané pod kontrolou jediného podniku, ktorému možno pripísať zodpovednosť za ich kvalitu.

82 Nakoniec po tretie treba uviesť, podobne ako to urobil generálny advokát v bode 76 svojich návrhov, že otázka, či ponuka na predaj alebo predaj výrobkov chránených ochrannou známkou, z ktorých bol odstránený obal, a teda určité informácie, ktoré sa vyžadujú na základe článku 6 ods. 1 smernice 76/768, je alebo nie je trestnoprávne postihnutelné podľa vnútroštátneho práva, nemôže ovplyvniť uplatniteľnosť pravidiel Únie v oblasti ochrany ochranných známk.

83 Vzhľadom na predchádzajúce treba na druhú a štvrtú položenú otázku odpovedať tak, že článok 5 smernice 89/104 a článok 9 nariadenia č. 40/94 sa majú vykladať v tom zmysle, že majiteľ ochrannej známky môže na základe výlučného práva vyplývajúceho z tejto ochrannej známky zakročiť proti ďalšiemu predaju takých výrobkov, o aké ide vo veci samej, z dôvodu, že predajca odstránil obal z týchto výrobkov, pokiaľ toto odstránenie obalu má za následok, že také podstatné informácie, ako sú informácie týkajúce sa totožnosti výrobcu alebo osoby zodpovednej za uvedenie kozmetických výrobkov na trh, chýbajú. Pokiaľ odstránenie obalu neviedlo k nedostatku takýchto informácií, majiteľ ochrannej známky aj v takom prípade môže zakročiť proti tomu, aby sa parfum alebo kozmetický výrobok označený ochrannou známkou, ktorej je majiteľom, ďalej predával bez obalu, pokiaľ sa preukáže, že odstránenie obalu poškodilo imidž uvedeného výrobku a tým dobré meno ochrannej známky.

B — O piatej a šiestej otázke, ktoré sa týkajú reklamy prevádzkovateľa internetového obchodu na svojej internetovej stránke a na výrobky, ktoré sú na nej ponúkané

84 Zo skutkových okolností vo veci samej zhrnutých v bodoch 39 až 42 tohto rozsudku vyplýva, že spoločnosť eBay si výberom kľúčových slov zodpovedajúcich ochranným známkam spoločnosti L'Oréal u prevádzkovateľa internetového vyhľadávača Google zabezpečila, aby sa v prípade, že používatelia internetu zadajú do tohto vyhľadávača požiadavku obsahujúcu uvedené slová, zobrazil reklamný odkaz na internetovú stránku www.ebay.co.uk spolu s reklamným textom týkajúcim sa možnosti nákupu výrobkov chránených ochrannou známkou, ktoré boli vyhľadávané prostredníctvom

uvedenej internetovej stránky. Tento reklamný odkaz uvedený v rubrike „sponzorované odkazy“ sa nachádza buď v pravej časti obrazovky, alebo v hornej časti obrazovky hľadaných výsledkov zobrazených spoločnosťou Google.

⁸⁵ Je nesporné, že v takejto situácii je prevádzkovateľ internetového obchodu inzerentom. Necháva zobrazovať odkazy a správy, ktoré, ako uviedol generálny advokát v bode 89 svojich návrhov, predstavujú reklamu nielen pre určité ponuky na predaj v tomto internetovom obchode, ale aj na tento internetový obchod ako taký. Reklamy, ktoré medzi inými príkladmi uviedol vnútroštátny súd a ktoré sú uvedené v bodoch 40 a 42 tohto rozsudku, túto prax potvrdzujú.

⁸⁶ Svojou piatou a šiestou otázkou, ktoré treba preskúmať spoločne, sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či článok 5 ods. 1 písm. a) smernice 89/104 a článok 9 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 40/94 sa majú vykladať v tom zmysle, že majiteľ ochrannej známky je oprávnený zakázať prevádzkovateľovi internetového obchodu, aby prostredníctvom kľúčového slova, ktoré je zhodné s touto ochrannou známkou a ktoré tento prevádzkovateľ vybral v rámci služby odkazov na internete bez súhlasu uvedeného majiteľa ochrannej známky, robil reklamu na tento internetový obchod a výrobky chránené uvedenou ochrannou známkou, ktoré sa v tomto internetovom obchode ponúkajú.

⁸⁷ Pokiaľ ide o reklamu zobrazenú na internete prostredníctvom kľúčových slov zodpovedajúcich ochranným známkam, Súdny dvor už rozhodol, že takéto kľúčové slovo je prostriedok, ktorý inzerent používa na vyvolanie zobrazenia jeho oznamu, a z tohto dôvodu je predmetom používania „v obchodnom styku“ v zmysle článku 5 smernice 89/104 a článku 9 nariadenia č. 40/94 (rozsudky z 23. marca 2010, Google France a Google, C-236/08 až C-238/08, Zb. s. I-2417, body 51 a 52, ako aj z 25. marca 2010, BergSpechte, C-278/08, Zb. s. I-2517, bod 18).

- 88 Na účely stanovenia, či reklama tohto druhu spĺňa aj ďalšie podmienky, ktoré musia byť podľa pravidiel uvedených v článku 5 ods. 1 písm. a) smernice 89/104 a článku 9 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 40/94 splnené na to, aby majiteľ ochrannej známky mohol proti nej zakročiť, treba jednak preskúmať, či také reklamy, ako sú reklamy zobrazené spoločnosťou eBay prostredníctvom takej odkazovej služby, ako je služba poskytovaná spoločnosťou Google, sú uskutočňované pre výrobky alebo služby zhodné s tými, pre ktoré je ochranná známka zapísaná, a jednak, či takéto inzeráty narúšajú alebo môžu narušiť jednu z funkcií ochrannej známky (pozri rozsudok BergSpechte, už citovaný, bod 21).
- 89 V tejto súvislosti treba najskôr uviesť, že v rozsahu, v akom spoločnosť eBay používala kľúčové slová zodpovedajúce ochranným známkam spoločnosti L'Oréal na podporu svojej vlastnej služby spočívajúcej v sprístupnení internetového obchodu predávajúcim a kupujúcim výrobky, k takémuto používaniu nedochádzalo ani vo vzťahu k výrobkom alebo službám, ktoré sú „zhodné s tými, pre ktoré je [ochranná známka] zapísaná“ v zmysle článku 5 odseku 1 písm. a) smernice 89/104 a článku 9 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 40/94, okrem iného ani vo vzťahu k výrobkom alebo službám, ktoré sú s naposledy uvedenými výrobkami a službami podobné v zmysle článku 5 ods. 1 písm. b) smernice 89/104 a článku 9 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94.
- 90 Toto používanie označení zodpovedajúcich ochranným známkam spoločnosti L'Oréal spoločnosťou eBay s cieľom podporiť jej internetový obchod bude teda možné preskúmať nanajvýš na základe článku 5 ods. 2 smernice 89/104 a článku 9 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94, keďže tieto ustanovenia zavádzajú v prospech ochranných známk s dobrým menom širšiu ochranu, než je ochrana stanovená v článku 5 ods. 1 písm. a) a b) smernice 89/104 a článku 9 ods. 1 písm. a) a b) nariadenia č. 40/94, a vzťahujú sa najmä na prípad, keď tretia osoba používa označenia zodpovedajúce takým ochranným známkam pre výrobky alebo služby, ktoré nie sú podobné výrobkom alebo službám, pre ktoré sú tieto ochranné známky zapísané.
- 91 Ďalej treba konštatovať, že v rozsahu, v akom spoločnosť eBay používala kľúčové slová zodpovedajúce ochranným známkam spoločnosti L'Oréal, aby podporila ponuky na predaj značkových výrobkov pochádzajúcich od jej zákazníkov (predávajúcich),

používala ich pre výrobky alebo služby, ktoré sú zhodné s tými, pre ktoré sú tieto ochranné známky zapísané. V tejto súvislosti treba pripomenúť, že formulácia „pre výrobky alebo služby“ sa netýka výlučne výrobkov alebo služieb tretej osoby, ktorá používa označenia zodpovedajúce ochranným známkam, ale môže sa týkať aj výrobkov a služieb iných osôb. Okolnosť, že hospodársky subjekt používa označenie zodpovedajúce ochrannej známke pre výrobky, ktoré nie sú jeho vlastnými výrobkami v tom zmysle, že k nim nemá vlastnícky titul, totiž sama osebe nebráni tomu, aby sa na toto používanie vzťahoval článok 5 smernice 89/104 a článok 9 nariadenia č. 40/94 (pozri rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 60, ako aj uznesenie z 19. februára 2009, UDV North America, C-62/08, Zb. s. I-1279, bod 43).

- ⁹² Pokiaľ ide konkrétne o situáciu, keď poskytovateľ služby používa označenie zodpovedajúce ochrannej známke inej osoby s cieľom podporiť výrobky, ktoré jeden z jeho zákazníkov uvádza na trh využitím tejto služby, Súdny dvor zastáva názor, že takéto používanie patrí do pôsobnosti článku 5 ods. 1 smernice 89/104 a článku 9 nariadenia č. 40/94, pokiaľ sa uskutočňuje takým spôsobom, že dôjde k vytvoreniu spojitosti medzi uvedeným označením a uvedenou službou (pozri uznesenie UDV North America, už citované, bod 47 a citovanú judikatúru).
- ⁹³ Ako zdôraznil generálny advokát v bode 89 svojich návrhov, ako aj francúzska vláda na pojednávaní, takáto spojitosť existuje za takých okolností, o aké ide vo veci samej. Reklamy spoločnosti eBay totiž vyvolávajú zjavnú asociáciu medzi výrobkami chránenými ochrannou známkou, ktoré sú v takejto reklame uvedené, a možnosťou ich nákupu prostredníctvom spoločnosti eBay.
- ⁹⁴ Nakoniec, pokiaľ ide o otázku, či použitie kľúčového slova zodpovedajúceho ochrannej známke môže poškodiť jednu z funkcií ochrannej známky, Súdny dvor v iných veciach spresnil, že takémuto poškodeniu dochádza, ak reklama riadne informovanému a primerane pozornému používateľovi internetu neumožňuje alebo len ťažko umožňuje zistiť, či tovary alebo služby, ktorých sa reklama týka, pochádzajú od

majiteľa ochrannej známky alebo z podniku, ktorý je s ním hospodársky prepojený, alebo naopak, od tretej osoby (rozsudky Google France a Google, už citovaný, bod 99; ako aj z 8. júla 2010, Portakabin, C-558/08, Zb. s. I-6963, bod 54).

- 95 V tejto súvislosti treba pripomenúť, že potreba transparentného zobrazenia reklám na internete sa zdôrazňuje v právnej úprave Únie týkajúcej sa elektronického obchodu. Vzhľadom na záujmy lojálnosti transakcií a ochrany spotrebiteľov, článok 6 smernice 2000/31 stanovuje pravidlo, podľa ktorého fyzická alebo právnická osoba, na ktorej účet sa vykonáva obchodná komunikácia patriaca pod službu informačnej spoločnosti, musí byť jasne identifikovateľná (rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 86).
- 96 Reklama pochádzajúca od prevádzkovateľa internetového obchodu a zobrazená prevádzkovateľom internetového vyhľadávača musí teda v každom prípade informovať o totožnosti uvedeného prevádzkovateľa, ako aj o skutočnosti, že výrobky chránené ochrannou známkou, ktoré sú predmetom reklamy, sa predávajú prostredníctvom internetového obchodu, ktorý prevádzkuje.
- 97 Vzhľadom na predchádzajúce treba na piatu a šiestu položenú otázku odpovedať tak, že článok 5 ods. 1 písm. a) smernice 89/104 a článok 9 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 40/94 sa musia vykladať v tom zmysle, že majiteľ ochrannej známky je oprávnený zakázať prevádzkovateľovi internetového obchodu prostredníctvom kľúčového slova totožného s uvedenou ochrannou známkou, ktoré si tento prevádzkovateľ vybral v rámci odkazovej služby na internete, robiť reklamu na výrobky označené touto ochrannou známkou predávané v uvedenom internetovom obchode, ak táto reklama riadne informovanému a primerane pozornému používateľovi internetu neumožňuje alebo len ťažko umožňuje zistiť, či uvedené výrobky pochádzajú od majiteľa ochrannej známky alebo z podniku, ktorý je s ním hospodársky prepojený, alebo naopak, od tretej osoby.

C — O ôsmej otázke, týkajúcej sa používania označení zodpovedajúcich ochranným známkam v ponukách na predaj, ktoré sú zobrazené na internetovej stránke prevádzkovateľa internetového obchodu

- 98 Svojou ôsmou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, ako treba vzhľadom na smernicu 89/104 a nariadenie č. 40/94 kvalifikovať zobrazenie označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známami, na internetovej stránke prevádzkovateľa internetového obchodu.
- 99 V tejto súvislosti treba najskôr uviesť, že v obchode prevádzkovanom prostredníctvom internetového obchodu zahrnuje služba poskytovaná prevádzkovateľom takéhoto obchodu svojim zákazníkom – predávajúcim zobrazovanie ponúk na predaj pochádzajúcich od týchto zákazníkov – predávajúcich.
- 100 Následne treba konštatovať, že ak sa takéto ponuky týkajú výrobkov označených ochrannou známkou, na internetovej stránke prevádzkovateľa internetového obchodu sa nevyhnutne zobrazia označenia, ktoré sú totožné alebo podobné s ochrannými známami.
- 101 Je síce pravda, že za týchto podmienok tieto označenia tvoria predmet „používania“ na uvedenej internetovej stránke, z toho však nevyplýva, že toto používanie má v zmysle smernice 89/104 a nariadenia č. 40/94 uskutočňovať prevádzkovateľ internetového obchodu.
- 102 Existencia „používania“ označenia, ktoré je zhodné alebo podobné s ochrannou známkou majiteľa, treťou osobou v zmysle článku 5 smernice 89/104 a článku 9 nariadenia č. 40/94 totiž prinajmenšom znamená, že tretia osoba označenie používa v rámci vlastnej obchodnej komunikácie. Avšak v rozsahu, v akom táto tretia osoba poskytuje službu, ktorá spočíva v tom, že umožňuje svojim zákazníkom zobraziť označenia zodpovedajúce ochranným známam na svojej stránke v rámci ich obchodných činností, akými sú ich ponuky na predaj, sama osebe neuskutočňuje na

uvedenej stránke používanie týchto označení v zmysle sledovanom uvedenými právnymi predpismi Únie (pozri v tomto zmysle rozsudok Google France a Google, už citovaný, body 56 a 57).

¹⁰³ Z toho vyplýva, ako na pojednávaní uviedla najmä vláda Spojeného kráľovstva a Komisia, ako aj generálny advokát v bodoch 119 a 120 svojich návrhov, že používanie označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známkami, v ponukách na predaj zobrazovaných na internetovom obchode uskutočňujú zákazníci (predávajúci) prevádzkovateľa tohto internetového obchodu, a nie tento samotný prevádzkovateľ.

¹⁰⁴ V rozsahu, v akom prevádzkovateľ internetového obchodu umožňuje svojim zákazníkom toto používanie, nemožno jeho úlohu posúdiť s ohľadom na ustanovenia smernice 89/104 ani nariadenia č. 40/94, ale musí sa preskúmať z hľadiska iných právnych pravidiel, ako sú pravidlá, ktoré sú uvedené v smernici 2000/31, osobitne v oddiele 4 kapitoly II tejto smernice, ktorý sa týka „zodpovednosti sprostredkovateľov poskytovateľov služieb [poskytovateľov sprostredkovateľských služieb – *neoficiálny preklad*]“ v elektronickom obchode a ktorý zahŕňa články 12 až 15 tejto smernice (pozri analogicky rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 57).

¹⁰⁵ Vzhľadom na predchádzajúce treba na ôsmu položenú otázku odpovedať tak, že prevádzkovateľ internetového obchodu neuskutočňuje „používanie“ označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známkami a ktoré sa objavujú v ponukách na predaj zobrazovaných na jeho internetovej stránke, v zmysle článku 5 smernice 89/104 ani článku 9 nariadenia č. 40/94.

D — O deviatej otázke, týkajúcej sa zodpovednosti prevádzkovateľa internetového obchodu

¹⁰⁶ Svojou deviatou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta,

- či na službu poskytovanú prevádzkovateľom internetového obchodu sa vzťahuje článok 14 ods. 1 smernice 2000/31 (ukladanie informácií na hostiteľskom počítači), a v prípade kladnej odpovede,
- za akých podmienok treba vyvodiť záver, že prevádzkovateľ internetového obchodu má „vedomosť“ v zmysle článku 14 ods. 1 smernice 2000/31.

1. O ukladaní informácií poskytovaných zákazníkmi – predávajúcimi prevádzkovateľom internetového obchodu

¹⁰⁷ Ako už Súdny dvor uviedol, články 12 až 15 smernice 2000/31 majú obmedziť prípady, keď v súlade s vnútroštátnym právom uplatniteľným v danej oblasti môže vzniknúť zodpovednosť poskytovateľov sprostredkovateľských služieb informačnej spoločnosti. Podmienky na určenie takejto zodpovednosti je teda potrebné hľadať v rámci tohto vnútroštátneho práva, pričom platí, že podľa vyššie uvedených článkov smernice 2000/31 v niektorých prípadoch nevznikne zodpovednosť uvedených poskytovateľov (rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 107).

- 108 Pokiaľ vnútroštátnemu súdu teda prislúcha určiť, aké sú podmienky takej zodpovednosti, akej sa voči spoločnosti eBay dovoľáva spoločnosť L'Oréal, je na Súdnom dvore, aby preskúmal, či sa prevádzkovateľ internetového obchodu môže dovoľávať výnimky v oblasti zodpovednosti, ktorá je stanovená v smernici 2000/31.
- 109 Ako uviedla najmä vláda Spojeného kráľovstva, poľská vláda a Komisia, ako aj generálny advokát v bode 134 svojich návrhov, služba na internete spočívajúca v uľahčení vzťahov medzi predávajúcimi a kupujúcimi výrobky je v zásade službou v zmysle smernice 2000/31. Táto smernica sa týka, ako naznačuje jej názov, „služieb informačnej spoločnosti, a najmä elektronického obchodu“. Z definície citovanej v bodoch 8 a 9 tohto rozsudku vyplýva, že pojem „služba informačnej spoločnosti“ zahŕňa služby, ktoré sú poskytované na diaľku prostredníctvom elektronických zariadení na spracovávanie a ukladanie dát na individuálne požiadanie príjemcu služieb a zvyčajne za odmenu. Je zjavné, že prevádzkovanie internetového obchodu môže zahŕňať všetky tieto prvky.
- 110 Čo sa týka internetového obchodu, o ktorý ide vo veci samej, je nesporné, že eBay ukladá, tzn. vkladá do pamäte na svoj server, údaje poskytnuté jej zákazníkmi. Spoločnosť eBay uskutočňuje toto ukladanie vždy, keď si zákazník u nej otvorí účet predávajúceho a poskytne jej údaje o svojich ponukách na predaj. Navyše spoločnosť eBay dostáva bežne odmenu tým, že si z transakcií uskutočnených z uvedených ponúk na predaj účtuje určité percento.
- 111 Skutočnosť, že služba, ktorú poskytuje prevádzkovateľ internetového obchodu, zahŕňa ukladanie informácií, ktoré mu poskytli zákazníci – predávajúci, však sama osebe nepostačuje na vyvodenie záveru, že táto služba patrí za každých okolností do pôsobnosti článku 14 ods. 1 smernice 2000/31. Toto ustanovenie sa totiž musí vykladať

nielen vzhľadom na jeho znenie, ale aj s prihliadnutím na jeho kontext a na ciele sledované právnou úpravou, ktorej je súčasťou (pozri analogicky rozsudok zo 16. októbra 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, C-298/07, Zb. s. I-7841, bod 15 a citovanú judikatúru).

- 112 Súdny dvor už v tejto súvislosti spresnil, že na to, aby poskytovateľ služby na internete mohol spadať do pôsobnosti článku 14 smernice 2000/31, je podstatné, aby bol „poskytovateľom sprostredkovateľských služieb“ v zmysle, ktorý zamýšľal normotvorca v rámci oddielu 4 kapitoly II tejto smernice (pozri rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 112).
- 113 To však neplatí, ak poskytovateľ služby namiesto toho, aby sa obmedzil na neutrálne poskytnutie služby prostredníctvom čisto technického a automatického spracovávania údajov poskytnutých jeho zákazníkmi, má aktívnu úlohu takej povahy, že je možné konštatovať, že tieto údaje pozná alebo má nad nimi kontrolu (rozsudok Google France a Google, už citovaný, body 114 a 120).
- 114 Zo spisu a opisu uvedeného v bodoch 28 až 31 tohto rozsudku vyplýva, že spoločnosť eBay spracováva údaje vložené jej zákazníkmi – predávajúcimi. Predaje, ku ktorým môžu viesť tieto ponuky, sa uskutočňujú podľa podmienok stanovených spoločnosťou eBay. Spoločnosť eBay prípadne tiež poskytuje pomoc smerujúcu k optimalizácii alebo k podpore určitých ponúk na predaj.
- 115 Ako správne uviedla vláda Spojeného kráľovstva, samotná skutočnosť, že prevádzkovateľ internetového obchodu ukladá na svoj server ponuky na predaj, stanovuje podmienky poskytovania svojej služby, dostáva za túto službu odmenu a svojim zákazníkom poskytuje informácie všeobecnej povahy, nemôže mať za následok, že sa na neho nebudú vzťahovať výnimky v oblasti zodpovednosti stanovené v smernici 2000/31 (pozri analogicky rozsudok Google France a Google, už citovaný, bod 116).

- 116 Pokiaľ naopak uvedený prevádzkovateľ poskytol pomoc, ktorá spočívala najmä v optimalizácii prezentácie predmetných ponúk na predaj alebo v podpore týchto ponúk, treba zastávať názor, že nemal neutrálne postavenie vo vzťahu k dotknutému zákazníkovi – predávajúcemu a potenciálnym kupujúcim, ale hral aktívnu úlohu takej povahy, že bolo možné konštatovať, že údaje týkajúce sa týchto ponúk pozná alebo má nad nimi kontrolu. Pokiaľ ide o uvedené údaje, nemožno sa teda dovolávať výnimky v oblasti zodpovednosti stanovenej v článku 14 smernice 2000/31.
- 117 Vnútroštátnemu súdu prislúcha, aby preskúmal, či spoločnosť eBay hrala vo vzťahu k ponukám na predaj, o ktoré ide vo veci samej, takú úlohu, ktorá je opísaná v predchádzajúcom bode.

2. O vedomosti prevádzkovateľa internetového obchodu o protiprávných činnostiach alebo informáciách

- 118 V prípade, ak by vnútroštátny súd dospel k záveru, že spoločnosť eBay nekonala spôsobom stanoveným v bode 116 tohto rozsudku, musel by overiť, či za okolností, o aké ide vo veci samej, tento podnik splnil podmienky, ktorými článok 14 ods. 1 písm. a) a b) smernice 2000/31 podmieňuje uplatnenie výnimky v oblasti zodpovednosti (pozri analogicky rozsudok Google France a Google, bod 120).
- 119 V situácii, v ktorej sa tento poskytovateľ obmedzil len na čisto technické a automatické spracovanie údajov alebo v ktorej sa naň uplatňuje pravidlo uvedené v článku 14 ods. 1 smernice 2000/31, však môže byť na základe uvedeného odseku 1 oslobodený od akejkoľvek zodpovednosti, pokiaľ ide o údaje protiprávnej povahy, ktoré uchovával len pod podmienkou, že „skutočne nevedel o protiprávnej činnosti alebo informáciách“, a čo sa týka nárokov na náhradu škody, nebol „si vedomý skutočností alebo okolností, z ktorých by bolo zrejmé, že ide o protiprávnu činnosť alebo informácie“, alebo

ak po tom, čo mal takúto vedomosť, promptne konal, aby predmetné údaje odstránil alebo k nim znemožnil prístup.

120 Výsledkom veci samej môže byť uloženie náhrady škody a vnútroštátnemu súdu prislúcha, aby preskúmal, či si spoločnosť eBay bola vo vzťahu k predmetným ponukám na predaj a v rozsahu, v akom poškodili ochranné známky spoločnosti, „vedomá skutočnosť alebo okolností, z ktorých by bolo zrejmé, že ide o protiprávnu činnosť alebo informácie“. V tejto poslednej súvislosti postačuje na to, aby sa na poskytovateľa služby informačnej spoločnosti neuplatnila výnimka zo zodpovednosti stanovená v článku 14 smernice 2000/31, aby si bol vedomý skutočností alebo okolností, na základe ktorých by obozretný hospodársky subjekt musel konštatovať predmetnú protiprávnosť a konať v súlade s uvedeným článkom 14 ods. 1 písm. b).

121 Okrem toho na to, aby pravidlá uvedené v článku 14 ods. 1 písm. a) smernice 2000/31 neboli zbavené svojho *effet utile*, musia sa vykladať v tom zmysle, že sa vzťahujú na akúkoľvek situáciu, keď sa dotknutý prevádzkovateľ dozvie o takýchto skutočnostiach alebo okolnostiach.

122 Uvádza sa tak najmä situácia, keď prevádzkovateľ internetového obchodu odhalí po preskúmaní vykonanom z vlastnej iniciatívy protiprávnu činnosť alebo informáciu, ako aj situácia, keď je mu existencia takejto činnosti alebo takejto informácie oznámená. V tomto druhom prípade síce oznámenie nemôže automaticky viesť k vylúčeniu nároku na zbavenie zodpovednosti stanovenej v článku 14 smernice 2000/31, lebo oznámenia údajne protiprávných činností alebo informácií sa môžu ukázať ako nedostatočne presné a podložené, nič to však nemení na tom, že vo všeobecnosti predstavuje okolnosť, ktorú vnútroštátny súd musí zohľadniť pri posudzovaní, a to vo vzťahu k takto prevádzkovateľovi poskytnutým informáciám, reálnosti jeho vedomosti o skutočnostiach alebo informáciách, na základe ktorých by obozretný hospodársky subjekt musel konštatovať protiprávnosť.

123 Vzhľadom na predchádzajúce treba na deviatu položenú otázku odpovedať tak, že článok 14 ods. 1 smernice 2000/31 sa musí vykladať v tom zmysle, že sa uplatňuje na prevádzkovateľa, ak nemal aktívnu úlohu takej povahy, že by bolo možné konštatovať, že uložené údaje pozná alebo má nad nimi kontrolu. Uvedený prevádzkovateľ má takúto úlohu, keď poskytuje pomoc, ktorá spočíva najmä v optimalizácii prezentácie predmetných ponúk na predaj alebo v ich podpore.

124 Pokiaľ prevádzkovateľ internetového obchodu nemal aktívnu úlohu v zmysle uvedenom v predchádzajúcom bode, a preto jeho poskytovanie služieb patrí do pôsobnosti článku 14 ods. 1 smernice 2000/31, nemôže sa vo veci, ktorá môže viesť k uloženiu náhrady škody, dovolávať výnimky zo zodpovednosti stanovenej v tomto ustanovení, ak vedel o skutočnostiach alebo okolnostiach, na základe ktorých by obozretný hospodársky subjekt musel konštatovať protiprávnosť predmetných ponúk na predaj, a v prípade takejto vedomosti nekonal promptne v súlade s uvedeným článkom 14 ods. 1 písm. b).

E — O desiatej otázke, týkajúcej sa súdnych príkazov proti prevádzkovateľovi internetového obchodu

125 Svojou desiatou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta,

— či článok 11 smernice 2004/48 ukladá členským štátom povinnosť, aby nositeľom práv duševného vlastníctva umožnili získať voči takému prevádzkovateľovi internetovej stránky, akým je prevádzkovateľ internetového obchodu, prostredníctvom ktorého došlo k porušeniu ich práv, vydanie súdnych príkazov nariaďujúcich tomuto prevádzkovateľovi prijať opatrenia na účely zabránenia ďalšiemu porušovaniu uvedených práv, a v prípade kladnej odpovede,

— aké by mohli byť tieto opatrenia.

¹²⁶ Spoločnosť eBay sa domnieva, že súdny príkaz v zmysle uvedeného článku sa môže týkať len osobitných a jasne identifikovateľných porušení práva duševného vlastníctva. Spoločnosť L'Oréal, vláda Spojeného kráľovstva, francúzska, talianska, poľská a portugalská vláda, ako aj Komisia zastávajú názor, že súdne príkazy uvedené v smernici 2004/48 sa môžu týkať aj zabránenia ďalšiemu porušovaniu len v prípade, ak sú zohľadnené určité obmedzenia.

¹²⁷ Ako vyplýva z vnútroštátneho rozhodnutia, položená otázka sa týka najmä tretej vety článku 11 smernice 2004/48, podľa ktorej členské štáty musia zabezpečiť, „aby vlastníci práv mali možnosť navrhnúť vydanie súdneho príkazu [aby nositelia práv mali možnosť žiadať o vydanie súdneho príkazu – *neoficiálny preklad*] proti sprostredkovateľom, ktorých služby využíva tretia strana [tretia osoba – *neoficiálny preklad*] na porušovanie práva duševného vlastníctva...“. Táto otázka spočíva v určení, či toto ustanovenie ukladá členským štátom povinnosť, aby zabezpečili, že prevádzkovateľ internetového obchodu môže byť v sporných skutkových stavoch nezávisle od jeho vlastnej prípadnej zodpovednosti nútený prijať okrem opatrení, ktorých cieľom je ukončenie porušovania práv duševného vlastníctva zo strany používateľov týchto služieb, opatrenia na zabránenie ďalším porušeniam tejto povahy.

1. O povinnosti členských štátov priznať svojim súdom právomoc nariadiť poskytovateľom on-line služieb prijatie opatrení na zabránenie ďalším porušeniam práva duševného vlastníctva

¹²⁸ Na určenie toho, či predmetom súdnych príkazov stanovených v článku 11 tretej vete smernice 2004/48 je tiež zabrániť ďalšiemu porušovaniu, treba najskôr uviesť, že použite pojmu „súdny príkaz“ v tretej vete uvedeného článku 11 sa podstatne odlišuje od použitia slovného spojenia „súdny príkaz zakazujúci ďalšie porušovanie“ uvedeného

v prvej vete toho istého článku, pretože toto slovné spojenie označuje súdne príkazy, ktoré možno vydať voči porušovateľom práva duševného vlastníctva.

- 129 Ako poznamenala najmä poľská vláda, tento rozdiel možno vysvetliť tým, že súdny príkaz vydaný proti porušovateľovi logicky spočíva v tom, že mu zakazuje pokračovať v porušovaní, zatiaľ čo situácia poskytovateľa služby, prostredníctvom ktorej dochádza k porušovaniu, je zložitejšia a vhodnejšia pre iné druhy súdnych príkazov.
- 130 Z tohto dôvodu nemožno výraz „súdny príkaz“, ktorý je použitý v článku 11 tretej vete smernice 2004/48, prirovnáť k slovnému spojeniu „súdny príkaz zakazujúci ďalšie porušovanie“ uvedenému v prvej vete toho istého článku.
- 131 Ďalej treba uviesť, že vzhľadom na cieľ sledovaný smernicou 2004/48, ktorý spočíva v tom, že členské štáty zabezpečia, najmä v informačnej spoločnosti, účinnú ochranu duševného vlastníctva (pozri v tomto zmysle rozsudok z 29. januára 2008, Promusicae, C-275/06, Zb. s. I-271, bod 43), právomoc priznaná v súlade s článkom 11 treťou vetou uvedenej smernice vnútroštátnym súdom musí týmto vnútroštátnym súdom umožniť nariadiť takému poskytovateľovi on-line služby, ako je poskytovateľ, ktorý používateľom internetu sprístupňuje internetový obchod, prijať opatrenia, ktoré účinným spôsobom prispievajú nielen k ukončeniu porušovania, ku ktorému dochádza prostredníctvom tohto obchodu, ale tiež zabrániť novým porušeniam.
- 132 Tento výklad podporuje článok 18 smernice 2000/31, ktorý od členských štátov vyžaduje, aby zabezpečili, že súdne opravné prostriedky, ktoré sú dostupné vo vnútroštátnom práve pre oblasť služieb informačnej spoločnosti, umožňujú prijatie opatrení

„určených na ukončenie akéhokoľvek údajného porušovania predpisov a predchádzanie ďalšiemu poškodzovaniu príslušných záujmov“.

- ¹³³ Výklad článku 11 tretej vety smernice 2004/48, podľa ktorého povinnosť, ktorá sa v ňom ukladá členským štátom, spočíva len v priznaní možnosti nositeľom práv duševného vlastníctva získať proti poskytovateľom on-line služieb súdne príkazy, ktorých cieľom je ukončenie porušovania ich práv, zmierňuje dosah povinnosti stanovenej v uvedenom článku 18 smernice 2000/31, čo by bolo v rozpore s pravidlom stanoveným v článku 2 ods. 3 smernice 2004/48, podľa ktorého sa smernica 2004/48 nedotýka smernice 2000/31.
- ¹³⁴ Nakoniec reštriktívny výklad článku 11 tretej vety smernice 2004/48 nie je v súlade s odôvodnením č. 24 tejto smernice, v ktorom sa uvádza, že v závislosti od konkrétneho prípadu, a ak k tomu oprávňujú okolnosti, sa musia stanoviť zakazujúce opatrenia zamerané na zabránenie ďalšiemu porušovaniu práv duševného vlastníctva.

2. O opatreniach uložených poskytovateľom on-line služieb

- ¹³⁵ Ako vyplýva z odôvodnenia č. 23 smernice 2004/48, spôsoby vydávania súdnych príkazov, ktoré musia členské štáty stanoviť na základe článku 11 tretej vety uvedenej smernice, ako sú spôsoby týkajúce sa podmienok, ktoré treba splniť, a postup, ktorým sa treba riadiť, upravuje vnútroštátne právo.
- ¹³⁶ Tieto pravidlá vnútroštátneho práva však musia byť upravené tak, aby bolo možné uskutočniť cieľ, ktorý sleduje smernica (pozri najmä, pokiaľ ide o zásadu efektivity, rozsudky zo 14. decembra 1995, van Schijndel a van Veen, C-430/93 a C-431/93, Zb.

s. I-4705, bod 17; zo 7. júna 2007, van der Weerd a i., C-222/05 až C-225/05, Zb. s. I-4233, bod 28, a zo 6. mája 2010, Club Hotel Loutraki a i., C-145/08 a C-149/08, Zb. s. I-4165, bod 74). V tejto súvislosti treba pripomenúť, že na základe článku 3 ods. 2 smernice 2004/48 musia byť dotknuté opatrenia účinné a odradzujúce.

¹³⁷ Ďalej vzhľadom na okolnosť uvedenú vo vnútroštátnom rozhodnutí a prevzatú v bode 24 tohto rozsudku, že článok 11 tretia veta smernice 2004/48 nebol v Spojenom kráľovstve predmetom osobitného prebratia do vnútroštátneho práva, treba pripomenúť, že podľa vnútroštátneho práva bude vnútroštátny súd povinný urobiť to v čo najväčšom rozsahu v duchu znenia a účelu uvedeného článku 11 tretej vety (pozri analogicky rozsudky z 13. novembra 1990, Marleasing, C-106/89, Zb. s. I-4135, bod 8, ako aj z 23. apríla 2009, Angelidaki a i., C-378/07 až C-380/07, s. I-3071, bod 106).

¹³⁸ Pravidlá zavedené členskými štátmi, rovnako ako ich uplatnenie vnútroštátnymi súdmi musia tiež dodržiavať obmedzenia vyplývajúce zo smernice 2004/48, ako aj z prameňov práva, na ktoré táto smernica odkazuje.

¹³⁹ Po prvé z článku 15 ods. 1 smernice 2000/31 v spojení s článkom 2 ods. 3 smernice 2004/48 vyplýva, že opatrenia požadované dotknutým poskytovateľom on-line služby nemôžu spočívať v aktívnom monitorovaní všetkých údajov každého z jeho klientov, aby sa zabránilo akýmkoľvek budúcim porušeniam práv duševného vlastníctva prostredníctvom internetovej stránky poskytovateľa. Okrem toho takáto povinnosť všeobecného monitorovania je nezlučiteľná s článkom 3 smernice 2004/48, v ktorom sa uvádza, že opatrenia stanovené touto smernicou musia byť spravodlivé a primerané a nemôžu byť nadmerne nákladné.

¹⁴⁰ Po druhé, ako tiež vyplýva z článku 3 smernice 2004/48, súd, ktorý vydal súdny príkaz, musí zabezpečiť, aby definované opatrenia nevytvárali prekážky právne dovoľného obchodu. To znamená, že v takej situácii, o akú ide vo veci samej, ktorá sa týka prípadného porušovania ochranných známkov v rámci služby poskytovanej prevádzkovateľom internetového obchodu, predmetom alebo následkom súdneho príkazu vydaného proti tomuto prevádzkovateľovi nemôže byť stanovenie všeobecného a trvalého zákazu predávať na tomto internetovom obchode výrobky označené týmito ochrannými známkami.

¹⁴¹ Napriek obmedzeniam uvedeným v predchádzajúcich bodoch možno účinné a primerané súdne príkazy vydať proti takým poskytovateľom, akými sú prevádzkovatelia internetových obchodov. Ako uviedol generálny advokát v bode 182 svojich návrhov, ak sa prevádzkovateľ internetového obchodu z vlastnej iniciatívy nerozhodne pozastaviť činnosť porušovateľa práv duševného vlastníctva, aby zabránil novým porušeniam tejto povahy tých istých ochranných známkov zo strany toho istého obchodníka, možno mu takúto povinnosť uložiť prostredníctvom súdneho príkazu.

¹⁴² Okrem toho, aby sa zabezpečilo právo na účinnú súdnu ochranu proti osobám, ktoré využili on-line službu na porušovanie práv s cieľom duševného vlastníctva, možno prevádzkovateľovi internetového obchodu nariadiť, aby prijal opatrenia umožňujúce uľahčiť identifikáciu svojich zákazníkov – predávajúcich. V tejto súvislosti, ako to spoločnosť L'Oréal správne uviedla vo svojich písomných pripomienkach a ako to vyplýva z článku 6 smernice 2000/31, aj keď je síce potrebné dodržiavať ochranu osobných údajov, nič to nemení na tom, že pokiaľ porušovateľ koná v obchodnom styku a nie v súkromnom styku, musí byť jasne identifikovateľný.

¹⁴³ Opatrenia, ktoré sú demonštratívne opísané v predchádzajúcich bodoch, ako aj akékoľvek iné opatrenie, ktoré možno uložiť vo forme súdneho príkazu v zmysle článku 11

tretej vety smernice 2004/48, musia zabezpečiť spravodlivú rovnováhu medzi vyššie uvedenými rôznymi právami a záujmami (pozri analogicky rozsudok *Promusicae*, už citovaný, body 65 až 68).

- ¹⁴⁴ Vzhľadom na predchádzajúce treba na desiatu položenú otázku odpovedať tak, že článok 11 tretia veta smernice 2004/48 sa musí vykladať v tom zmysle, že vyžaduje, aby členské štáty zabezpečili, že vnútroštátne súdy, ktoré majú právomoc v oblasti práv duševného vlastníctva, môžu prevádzkovateľovi internetového obchodu nariadiť, aby prijal opatrenia, ktoré nielen prispievajú k ukončeniu porušovania týchto práv používateľmi tohto internetového obchodu, ale aj zabráňujú novým porušeniam. Tieto súdne príkazy musia byť účinné, primerané, odstrašujúce a nesmú vytvárať prekážky obchodu povolenému právom.

IV — O trovách

- ¹⁴⁵ Vzhľadom na to, že konanie pred Súdny dvorom má vo vzťahu k účastníkom konania vo veci samej incidenčný charakter a bolo začaté v súvislosti s prekážkou postupu v konaní pred vnútroštátnym súdom, o trovách konania rozhodne tento vnútroštátny súd. Iné trovy konania, ktoré vznikli v súvislosti s predložením pripomienok Súdnemu dvoru a nie sú trovami uvedených účastníkov konania, nemôžu byť nahradené.

Z týchto dôvodov Súdny dvor (veľká komora) rozhodol takto:

- 1. Pokiaľ výrobky nachádzajúce sa v tretej krajine a označené ochrannou známkou zapísanou v členskom štáte Únie alebo ochrannou známkou Spoločenstva, ktoré predtým neboli uvedené na trh v EHP, alebo v prípade ochrannej známky Spoločenstva, ktoré predtým neboli uvedené na trh v Únii, predáva hospodársky subjekt prostredníctvom internetového obchodu a bez súhlasu**

majiteľa tejto ochrannej známky spotrebiteľovi nachádzajúcemu sa na území, na ktoré sa vzťahuje uvedená ochranná známka, alebo sú predmetom ponuky na predaj alebo reklamy v takomto internetovom obchode určenom spotrebiteľom nachádzajúcim sa na tomto území, uvedený majiteľ môže proti takému predaju, takej ponuke na predaj alebo takej reklame zakročiť na základe pravidiel uvedených v článku 5 prvej smernice Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známok, zmenenej a doplnenej Dohodou o Európskom hospodárskom priestore z 2. mája 1992, alebo v článku 9 nariadenia Rady (ES) č. 40/94 z 20. decembra 1993 o ochrannej známke spoločenstva. Je na vnútroštátnych súdoch, aby v každom jednotlivom prípade posúdili, či existujú relevantné indície na vyvodenie záveru, že ponuka na predaj alebo reklama zobrazená v internetovom obchode dostupnom na uvedenom území je určená spotrebiteľom, ktorí sa na tomto území nachádzajú.

2. Dodanie predmetov označených ochrannou známkou, ktoré sú určené na prezentáciu výrobkov spotrebiteľom v autorizovaných predajných miestach, ako aj flakónov rovnako označených touto ochrannou známkou, z ktorých možno v malých množstvách spotrebiteľom poskytnúť vzorky zdarma, a to majiteľom danej ochrannej známky svojim autorizovaným distribútorom, nie je, pokiaľ neexistujú dôkazy o opaku, uvádzaním na trh v zmysle smernice 89/104 ani nariadenia č. 40/94.

3. Článok 5 smernice 89/104 a článok 9 nariadenia č. 40/94 sa majú vykladať v tom zmysle, že majiteľ ochrannej známky môže na základe výlučného práva vyplývajúceho z tejto ochrannej známky zakročiť proti ďalšiemu predaju takých výrobkov, o aké ide vo veci samej, z dôvodu, že predajca z týchto výrobkov odstránil obal, pokiaľ má toto odstránenie obalu za následok, že také podstatné informácie, ako sú informácie týkajúce sa totožnosti výrobcu alebo osoby zodpovednej za uvedenie kozmetických výrobkov na trh, chýbajú. Pokiaľ odstránenie obalu nevedlo k nedostatku takýchto informácií, majiteľ ochrannej známky môže aj v takom prípade zakročiť proti tomu, aby sa parfum alebo kozmetický výrobok označený ochrannou známkou, ktorej je majiteľom, ďalej predával bez obalu, pokiaľ sa preukáže, že odstránenie obalu poškodilo imidž uvedeného výrobku, a teda dobré meno ochrannej známky.

4. Článok 5 ods. 1 písm. a) smernice 89/104 a článok 9 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 40/94 sa majú vykladať v tom zmysle, že majiteľ ochrannej známky je oprávnený zakázať prevádzkovateľovi internetového obchodu prostredníctvom kľúčového slova totožného s uvedenou ochrannou známkou, ktoré si tento prevádzkovateľ vybral v rámci odkazovej služby na internete, robiť reklamu na výrobky označené touto ochrannou známkou predávané v uvedenom internetovom obchode, ak táto reklama riadne informovanému a primerane pozornému používateľovi internetu neumožňuje alebo len ťažko umožňuje zistiť, či uvedené výrobky pochádzajú od majiteľa ochrannej známky alebo z podniku, ktorý je s ním hospodársky prepojený, alebo naopak, od tretej osoby.

5. Prevádzkovateľ internetového obchodu neuskutočňuje „používanie“ označení, ktoré sú zhodné alebo podobné s ochrannými známkami a ktoré sa objavujú v ponukách na predaj zobrazovaných na jeho internetovej stránke, v zmysle článku 5 smernice 89/104 a článku 9 nariadenia č. 40/94.

6. Článok 14 ods. 1 smernice 2000/31/ES Európskeho parlamentu a Rady z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode), sa má vykladať v tom zmysle, že sa uplatňuje na prevádzkovateľa, ak nemal aktívnu úlohu takej povahy, že by bolo možné konštatovať, že uložené údaje pozná alebo má nad nimi kontrolu.

Uvedený prevádzkovateľ má takúto úlohu, keď poskytuje pomoc, ktorá spočíva najmä v optimalizácii prezentácie predmetných ponúk na predaj alebo v ich podpore.

Pokiaľ prevádzkovateľ internetového obchodu nemal aktívnu úlohu v zmysle uvedenom v predchádzajúcom bode, a preto jeho poskytovanie služieb patrí do pôsobnosti článku 14 ods. 1 smernice 2000/31, nemôže sa vo veci, ktorá môže viesť k uloženiu náhrady škody, dovolávať výnimky zo zodpovednosti stanovenej v tomto ustanovení, ak vedel o skutočnostiach alebo okolnostiach,

na základe ktorých by obozretný hospodársky subjekt musel konštatovať protiprávnosť predmetných ponúk na predaj, a v prípade takejto vedomosti nekonal promptne v súlade s uvedeným článkom 14 ods. 1 písm. b).

7. Článok 11 tretia veta smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/48/ES z 29. apríla 2004 o vymožitelnosti práv duševného vlastníctva sa má vykladať v tom zmysle, že vyžaduje, aby členské štáty zabezpečili, že vnútroštátne súdy, ktoré majú právomoc v oblasti práv duševného vlastníctva, môžu prevádzkovateľovi internetového obchodu nariadiť, aby prijal opatrenia, ktoré nielen prispievajú k ukončeniu porušovania týchto práv používateľmi tohto internetového obchodu, ale tiež zabráňujú novým porušeniam. Tieto súdne príkazy musia byť účinné, primerané, odstrašujúce a nesmú vytvárať prekážky obchodu povolenému právom.

Podpisy