



## Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (veliki senat)

z dne 22. decembra 2022 \*

„Predhodno odločanje – Znamka Evropske unije – Uredba (EU) 2017/1001 – Člen 9(2)(a) – Pravice, podeljene z blagovno znamko Evropske unije – Pojem ‚uporaba‘ – Upravljavec spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico – Oglasi, ki so jih na tej spletni tržnici objavili tretji prodajalci, ki v teh oglasih uporabljajo znak, ki je enak znamki druge osebe, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je registrirana ta znamka – Dojemanje tega znaka kot sestavnega dela komercialnega sporočanja navedenega upravljavca – Način predstavitve oglasov, ki ne omogoča jasnega razlikovanja med ponodbami navedenega upravljavca in ponodbami navedenih tretjih prodajalcev“

V združenih zadevah C-148/21 in C-184/21,

katerih predmet sta predloga za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki sta ju vložili Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (okrožno sodišče v Luxembourg, Luksemburg) in Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (gospodarsko sodišče v Bruslju za postopke v francoščini, Belgija) z odločbama z dne 5. marca 2021 in 22. marca 2021, ki sta na Sodišče prispeli 8. marca 2021 oziroma 24. marca 2021, v postopkih

**Christian Louboutin**

proti

**Amazon Europe Core Sàrl** (C-148/21),

**Amazon EU Sàrl** (C-148/21),

**Amazon Services Europe Sàrl** (C-148/21),

**Amazon.com Inc.** (C-184/21),

**Amazon Services LLC** (C-184/21),

SODIŠČE (veliki senat),

v sestavi K. Lenaerts, predsednik, L. Bay Larsen, podpredsednik, A. Prechal, K. Jürimäe, predsednici senatov, C. Lycourgos, M. Safjan, P. G. Xuereb, D. Gratsias, predsedniki senatov, M. L. Arastey Sahún, predsednica senata, M. Ilešič (poročevalec), F. Biltgen, sodnika, I. Ziemele, sodnica, in J. Passer, sodnik,

\* Jezik postopka: francoščina.

generalni pravobranilec: M. Szpunar,

sodna tajnica: V. Giacobbo, administratorica,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 22. februarja 2022,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

- za Christiana Louboutina M. Decker, N. Decker in T. van Innis, odvetniki,
- za Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl in Amazon Services Europe Sàrl S. Ampatziadis, H. Bälz, A. Conrad, F. Seip, Rechtsanwälte, in E. Taelman, advocaat,
- za Amazon.com Inc. in Amazon Services LLC L. Depypere, advocaat, R. Dupont, avocat, in T. Heremans, advocaat,
- za nemško vlado J. Möller, U. Bartl in M. Hellmann, agenti,
- za Evropsko komisijo É. Gippini Fournier, S. L. Kaléda in J. Samnadda, agenti,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 2. junija 2022

izreka naslednjo

### **Sodbo**

- 1 Predloga za sprejetje predhodne odločbe se nanašata na razlago člena 9(2)(a) Uredbe (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1).
- 2 Ta predloga sta bila vložena v okviru sporov med Christianom Louboutinom na eni strani ter družbami Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl in Amazon Services Europe Sàrl na drugi strani v zadevi C-148/21 oziroma družbama Amazon.com Inc. in Amazon Services LLC na drugi strani v zadevi C-184/21 (v nadaljevanju skupaj in brez razlikovanja v obeh zadevah: Amazon) v zvezi z domnevno uporabo znakov, enakih znamki Evropske unije, katere imetnik je C. Louboutin, s strani družbe Amazon, in sicer brez soglasja C. Louboutina, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je registrirana ta znamka.

### **Pravni okvir**

#### ***Uredba (EU) 2017/1001***

- 3 Člen 9 Uredbe 2017/1001, naslovljen „Pravice, podeljene z blagovno znamko EU“, ki je v oddelku 2, naslovljenem „Učinki blagovne znamke EU“, poglavja II te uredbe, v odstavkih od 1 do 3 določa:

„1. Z registracijo blagovne znamke EU se imetniku podelijo izključne pravice.

2. Brez poseganja v pravice, ki so jih imetniki pridobili pred datumom vložitve ali datumom prednostne pravice za blagovno znamko EU, ima imetnik te blagovne znamke EU pravico, da vsem tretjim osebam prepreči, da bi brez njegovega soglasja v gospodarskem prometu v zvezi z blagom ali storitvami uporabljale kateri koli znak, če:

(a) je znak enak blagovni znamki EU in se uporablja v zvezi z blagom ali storitvami, ki so enake tistim, za katere je registrirana blagovna znamka EU;

[...]

3. V skladu z odstavkom 2 se lahko prepove zlasti:

[...]

(b) ponujanje blaga, označenega s tem znakom, njegovo dajanje na trg ali skladiščenje v te namene oziroma ponujanje ali opravljanje storitev pod tem znakom;

[...]

(e) uporaba znaka na poslovni dokumentaciji in pri oglaševanju;

(f) uporaba znaka v primerjalnem oglaševanju na način, ki je v nasprotju z Direktivo 2006/114/ES [Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju (UL 2006, L 376, str. 21)].“

### ***Direktiva 2004/48/ES***

4 Člen 11 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2004/48/ES z dne 29. aprila 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 2, str. 32), naslovljen „Sodne odredbe“, določa:

„Države članice zagotovijo, da lahko sodni organi, kadar je sprejeta sodna odločba, s katero je ugotovljena kršitev pravice intelektualne lastnine, izdajo proti kršitelju sodno odredbo, namenjeno prepovedi nadaljevanja kršitve. Kadar je tako predvideno z nacionalno zakonodajo, se za neupoštevanje sodne prepovedi, kadar je to primerno, odredijo ponavljajoče se denarne kazni z namenom zagotavljanja upoštevanja prepovedi. Države članice zagotovijo tudi, da imajo imetniki pravic možnost vložitve zahteve za sodno odredbo proti posrednikom, katerih storitve uporablja tretja stranka za kršitev pravice intelektualne lastnine, brez poseganja v člen 8(3) Direktive 2001/29/ES [Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. maja 2001 o usklajevanju določenih vidikov avtorske in sorodnih pravic v informacijski družbi (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 1, str. 230)].“

### **Direktiva 2000/31/ES**

- 5 Člen 14 Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju) (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 13, zvezek 25, str. 399), naslovljen „Gostiteljstvo“, v odstavku 1 določa:

„Države članice zagotovijo, da ponudnik storitve, če se storitev informacijske družbe nanaša na shranjevanje podatkov, ki jih zagotovi prejemnik storitve, ni odgovoren za podatek, ki ga je shranil na zahtevo prejemnika storitve, pod pogojem, da:

- (a) ponudnik dejansko ne ve za nezakonito dejavnost ali podatek in mu glede odškodninskih zahtevkov niso znana dejstva ali okoliščine, iz katerih je očitno, da gre za nezakonito dejavnost ali podatek,

ali

- (b) ponudnik, takoj ko za to izve ali se tega zave, nemudoma ukrepa in odstrani ali onemogoči dostop do podatka.“

### **Spora o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje**

- 6 C. Louboutin je francoski oblikovalec luksuznih čevljev in ročnih torbic, čigar najbolj znani proizvodi so ženski čevlji z visoko peto. V sredini 90. let prejšnjega stoletja je svojim čevljem z visoko peto dodal podplat rdeče barve, ki ustreza kodi barvnega vzorčnika Pantone 18–1663TP.
- 7 Ta barva, nanesena na podplat čevlja z visoko peto, je registrirana kot znamka Beneluksa na podlagi Beneluške konvencije o intelektualni lastnini (znamke in modeli) z dne 25. februarja 2005, ki so jo v Haagu podpisali Kraljevina Belgija, Veliko vojvodstvo Luksemburg in Kraljevina Nizozemska. Ista znamka je od 10. maja 2016 registrirana kot znamka Evropske unije (v nadaljevanju: zadevna znamka).
- 8 Družba Amazon upravlja spletna mesta za spletno prodajo različnih proizvodov, ki jih ponuja neposredno v svojem imenu in za svoj račun, pa tudi posredno, z zagotavljanjem prostora na spletni tržnici tretjim prodajalcem. Odpremo proizvodov, ki jih ti tretji prodajalci prodajajo na tej spletni tržnici, lahko zagotavljajo bodisi ti prodajalci bodisi družba Amazon, ki v takem primeru te proizvode skladišči v svojih distribucijskih centrih in jih odpošlje kupcem iz lastnih skladišč.
- 9 Na spletnih mestih družbe Amazon se redno pojavljajo oglasi za čevlje z rdečim podplatom, za katere C. Louboutin trdi, da se nanašajo na proizvode, ki so dani na trg brez njegovega soglasja.

### **Zadeva C-148/21**

- 10 C. Louboutin je 19. septembra 2019 ob sklicevanju na kršitev izključnih pravic, podeljenih z zadevno znamko, zoper družbo Amazon vložil tožbo zaradi kršitve pravic iz te znamke pri Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (okrožno sodišče v Luxembourgu, Luksemburg), ki je predložitveno sodišče v zadevi C-148/21. C. Louboutin predlaga, naj se ugotovi, da je družba Amazon odgovorna za kršitev zadevne znamke, naj se ji naloži opustitev uporabe znakov, enakih

tej znamki, v gospodarskem prometu na celotnem ozemlju Evropske unije, razen na ozemlju Beneluksa, pri čemer se v nasprotnem primeru naloži denarna kazen, in naj se ji naloži plačilo odškodnine za škodo, ki naj bi mu nastala zaradi te uporabe.

- 11 Tožba C. Louboutina temelji na členu 9(2)(a) Uredbe 2017/1001. C. Louboutin trdi, da je družba Amazon brez njegovega soglasja uporabljala znak, ki je enak zadevni znamki, za proizvode, enake tistim, za katere je ta znamka registrirana, med drugim s prikazovanjem oglasov, ki se nanašajo na proizvode, označene z enakim znakom, na njenih spletnih prodajnih mestih, pa tudi s posedovanjem, odpremo in dostavo takih proizvodov. Po navedbah C. Louboutina je tako uporabo družbi Amazon mogoče pripisati, ker je imela ta družba dejavno vlogo pri uporabi zadevnega znaka in ker so bili oglasi v zvezi s ponarejenimi proizvodi del njenega komercialnega sporočanja. Družbe Amazon naj zato ne bi bilo mogoče šteti zgolj za ponudnico storitev spletnega gostovanja ali nevtralno posrednico, saj naj bi tretjim prodajalcem zagotavljala pomoč, zlasti za optimizacijo predstavitve njihovih ponudb.
- 12 Družba Amazon zanika, da bi ji bilo mogoče pripisati uporabo znaka, enakega zadevni znamki. Sklicuje se na več sodb Sodišča, izdanih v zadevah, v katerih so bili vpleteni upravljavci spletnih tržnic, kot je družba eBay, pri čemer zatrjuje, da tudi zanjo kot upravljavko take spletne tržnice ni mogoče šteti, da je odgovorna za uporabo znaka, ki je enak zadevni znamki, s strani tretjih prodajalcev, ki uporabljajo njeno spletno tržnico. Družba Amazon trdi, da se način delovanja tržnic, ki so del njenih spletnih prodajnih mest, ne razlikuje bistveno od načina delovanja drugih tržnic in da vključitev njenega logotipa v oglase tretjih prodajalcev ne pomeni, da si te oglase prilašča. Poleg tega družba Amazon meni, da dodatne storitve, ki jih ponuja tretjim prodajalcem, ne morejo upravičiti tega, da bi se njihove ponudbe štejele za del njenega komercialnega sporočanja. To, da ponudnik ustvari tehnične pogoje, potrebne za uporabo znaka, ki je enak zaščiteni znamki, in za to storitev prejme plačilo, naj ne bi pomenilo, da ta ponudnik sam uporablja zadevni znak.
- 13 Po navedbah predložitvenega sodišča v zadevi C-148/21 je način delovanja spletnih prodajnih mest, ki jih upravlja družba Amazon, tak, da se za isto kategorijo proizvodov združijo oglasi te družbe in oglasi tretjih prodajalcev, dejavnih na spletni tržnici, ki jo vključujejo ta spletna mesta. V tem se način delovanja te družbe razlikuje od načina delovanja drugih družb, kot sta družbi eBay ali Rakuten, ki zgolj upravljajo spletno tržnico in ki zato objavljajo le oglase tretjih prodajalcev, ne da bi same opravljale kakršno koli dejavnost prodaje proizvodov. Vendar naj družba Amazon ne bi bila edina, ki je sprejela ta „hibridni“ poslovni model. Tudi gospodarski subjekti, kot je družba Cdiscount, poleg svojega nabora proizvodov sprejemajo proizvode tretjih prodajalcev.
- 14 Zato naj bi bilo treba glede na sodno prakso Sodišča in zlasti sodbo z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi (C-324/09, EU:C:2011:474), ugotoviti, ali lahko ta način delovanja spletnih prodajnih mest družbe Amazon povzroči, da upravljavec teh spletnih mest – ker so oglasi tretjih prodajalcev, v katerih je tak znak prikazan, vključeni v njegovo lastno komercialno sporočanje - uporablja znak, ki je enak zadevni znamki.
- 15 To sodišče se sprašuje tudi, ali je glede bolj ali manj dejavne vloge, ki jo ima upravljavec spletnih prodajnih mest, ki vključujejo spletno tržnico, pri objavi oglasov, lahko pomembno, kakšno je dojemanje javnosti.

- 16 Nazadnje, navedeno sodišče se sprašuje, ali je treba šteti, da tak upravljavec uporablja znak, ki je enak zaščiteni znamki, kadar poskrbi za odpremljanje proizvodov, označenih s tem znakom. Sodišče naj se v sodbi z dne 2. aprila 2020, *Coty Germany* (C-567/18, EU:C:2020:267), o tem vprašanju ne bi izreklo, ker je v zadevi, v kateri je bila izdana ta sodba, odpremo zagotovil zunanji izvajalec.
- 17 V teh okoliščinah je Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (okrožno sodišče v Luxembourg, Luksemburg) prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

„1. Ali je treba člen 9(2) [Uredbe 2017/1001] razlagati tako, da je treba uporabo znaka, ki je enak znamki, v oglasu, objavljenem na spletnem mestu, pripisati njegovemu upravljavcu ali gospodarsko povezanim subjektom zaradi mešanja lastnih ponudb upravljavca ali gospodarsko povezanih subjektov in ponudb tretjih prodajalcev na tem spletnem mestu z vključitvijo teh oglasov v lastno komercialno sporočanje upravljavca ali gospodarsko povezanih subjektov?

Ali tako vključitev podkrepljuje dejstvo, da:

- so oglasi na spletnem mestu predstavljeni enotno?
- so lastni oglasi upravljavca in gospodarsko povezanih subjektov ter tretjih prodajalcev prikazani brez razlikovanja glede na svoj izvor, vendar z jasno prikazanim logotipom upravljavca ali gospodarsko povezanih subjektov v oglasnih rubrikah tretjih spletnih mest v obliki oglasov ‚pop-up‘?
- upravljavec ali gospodarsko povezani subjekti tretjim prodajalcem ponujajo celovito storitev, vključno s pomočjo pri oblikovanju oglasov in določanju prodajnih cen, skladiščenjem in odpremljanjem proizvodov?
- je spletno mesto upravljavca in gospodarsko povezanih subjektov oblikovano tako, da je predstavljeno v obliki butikov in oznak, kot so ‚najbolje prodajano‘, ‚najbolj iskano‘ ali ‚najbolj priljubljeno‘, ne da bi se jasno in na prvi pogled razlikovalo med lastnimi proizvodi upravljavca in gospodarsko povezanih subjektov ter proizvodi tretjih prodajalcev?

2. Ali je treba člen 9(2) [Uredbe 2017/1001] razlagati tako, da je treba uporabo znaka, ki je enak znamki, v oglasu, objavljenem na spletnem prodajnem mestu, načeloma pripisati njegovemu upravljavcu ali gospodarsko povezanim subjektom, če ima v dojemanju običajno obveščene in razumno pozornega internetnega uporabnika ta upravljavec ali gospodarsko povezani subjekt aktivno vlogo pri oblikovanju tega oglasa ali če se ta oglas dojema kot del lastnega komercialnega sporočanja tega upravljavca?

Ali na tako dojetje vpliva:

- okoliščina, da so ta upravljavec in/ali gospodarsko povezani subjekti ugledni distributerji zelo raznolikih proizvodov, med katerimi so proizvodi iz kategorije proizvodov, izpostavljenih v oglasu;
- ali okoliščina, da je v tako objavljenem oglasu glava, v kateri je prikazana znamka storitve tega upravljavca ali gospodarsko povezanih subjektov, ki je znana kot znamka distributerja;

– ali okoliščina, da ta upravljavec ali gospodarsko povezani subjekti hkrati s tem prikazom ponujajo storitve, ki jih običajno ponujajo distributerji proizvodov iz iste kategorije, kot je proizvod, izpostavljen v oglasu?

3. Ali je treba člen 9(2) [Uredbe 2017/1001] razlagati tako, da odprema proizvoda, opremljenega z znakom, ki je enak znamki, v gospodarskem prometu in brez soglasja imetnika znamke končnemu potrošniku ne pomeni uporabe, ki jo je mogoče pripisati pošiljatelju, razen če zadnjenavedeni dejansko ve za namestitev tega znaka na tem proizvodu?

Ali je tak pošiljatelj uporabnik zadevnega znaka, če je sam ali gospodarsko povezan subjekt končnega potrošnika obvestil, da bo poskrbel za to odpremo po tem, ko je sam ali gospodarsko povezan subjekt skladiščil proizvod za ta namen?

Ali je tak pošiljatelj uporabnik zadevnega znaka, če je sam ali gospodarsko povezan subjekt pred tem aktivno prispeval k prikazu oglasa za proizvod, ki je opremljen s tem znakom, v gospodarskem prometu ali je prejel naročilo končnega potrošnika na podlagi tega oglasa?“

### *Zadeva C-184/21*

18 C. Louboutin je 4. oktobra 2019, ob sklicevanju na kršitev izključnih pravic, podeljenih z zadevno znamko, pri Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (gospodarsko sodišče v Bruslju za postopke v francoščini, Belgija), predložitvenem sodišču v zadevi C-184/21, vložil tožbo zaradi kršitve pravic iz te znamke proti družbi Amazon, s katero je zahteval, naj ta družba preneha uporabljati navedeno znamko in naj mu povrne škodo, nastalo zaradi te uporabe, pri čemer je v bistvu uveljavljal iste trditve, kot jih je navedel v podporo zahtevku, ki ga je vložil pri predložitvenem sodišču v zadevi C-148/21.

19 Po mnenju družbe Amazon pa to, da po eni strani na spletnih tržnicah, ki so del njenih spletnih prodajnih mest, objavlja ponudbe tretjih prodajalcev čevljev, ki naj bi bili ponarejeni, in da po drugi strani poskrbi za odpremljanje teh čevljev, ne pomeni uporabe zadevne znamke s strani te družbe.

20 Predložitveno sodišče v zadevi C-184/21 meni, da je treba za rešitev spora, ki mu je predložen, izvedeti, prvič, v katerih okoliščinah je mogoče uporabo nedovoljenega znaka v prodajni ponudbi tretjega prodajalca pripisati upravljavcu spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, drugič, ali in v katerih okoliščinah je treba upoštevati dožemanje javnosti v zvezi s to ponudbo, da bi se ugotovilo, komu se taka uporaba pripiše, in tretjič, ali in po potrebi v katerih okoliščinah to, da družba Amazon poskrbi za odpremo proizvoda, označenega z znakom, ki je enak znamki, samo po sebi pomeni dejanje uporabe te znamke, ki ga je mogoče pripisati tej družbi, v smislu člena 9(2)(a) Uredbe 2017/1001.

21 V teh okoliščinah je Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (gospodarsko sodišče za postopke v francoščini v Bruslju) prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ti vprašanji:

„1. Ali je treba člen 9(2) [Uredbe 2017/1001] razlagati tako, da je treba uporabo znaka, ki je enak znamki, v oglasu, objavljenem na spletnem mestu, načeloma pripisati njegovemu upravljavcu, če ima v dožemanju običajno obveščene in razumno pozornega internetnega uporabnika ta upravljavec aktivno vlogo pri oblikovanju tega oglasa ali če lahko tak internetni uporabnik ta oglas dojema kot del lastnega komercialnega sporočanja tega upravljavca?

Ali na tako dojetje vpliva:

- okoliščina, da je ta upravljavec ugleden distributer zelo raznolikih proizvodov, med katerimi so proizvodi iz kategorije proizvodov, izpostavljenih v oglasu;
- ali okoliščina, da je v tako objavljenem oglasu glava, v kateri je prikazana znamka storitve tega upravljavca, ki je znana kot znamka distributerja;
- ali okoliščina, da ta upravljavec hkrati s tem prikazom ponuja storitve, ki jih običajno ponujajo distributerji proizvodov iz iste kategorije, kot je proizvod, izpostavljen v oglasu?

2. Ali je treba člen 9(2) [Uredbe 2017/1001] razlagati tako, da odprema proizvoda, opremljenega z znakom, ki je enak znamki, v gospodarskem prometu in brez soglasja imetnika znamke končnemu potrošniku ne pomeni uporabe, ki jo je mogoče pripisati pošiljatelju, razen če zadnjenavedeni dejansko ve za namestitev tega znaka na tem proizvodu?

Ali je tak pošiljatelj uporabnik zadevnega znaka, če je sam ali gospodarsko povezan subjekt končnega potrošnika obvestil, da bo poskrbel za to odpremo po tem, ko je sam ali gospodarsko povezan subjekt skladiščil proizvod za ta namen?

Ali je tak pošiljatelj uporabnik zadevnega znaka, če je sam ali gospodarsko povezan subjekt pred tem aktivno prispeval k prikazu oglasa za proizvod, ki je opremljen s tem znakom, v gospodarskem prometu ali je prejel naročilo končnega potrošnika na podlagi tega oglasa?“

22 S sklepom predsednika Sodišča z dne 16. aprila 2021 sta bili zadevi C-148/21 in C-184/21 združeni za ustni postopek in izdajo sodbe.

### **Vprašanja za predhodno odločanje**

23 Predložitveni sodišči z vprašanji, ki jih je treba obravnavati skupaj, v bistvu sprašujeta, ali je treba člen 9(2)(a) Uredbe 2017/1001 razlagati tako, da se za upravljavca spletnega prodajnega mesta, ki poleg lastnih ponudb tega upravljavca za prodajo vključuje tudi spletno tržnico, lahko šteje, da sam uporablja znak, ki je enak znamki Evropske unije druge osebe, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je bila ta znamka registrirana, če tretji prodajalci na tej tržnici brez soglasja imetnika navedene znamke take proizvode, označene s tem znakom, ponujajo za prodajo. Zlasti se sprašujeta, ali so v zvezi s tem upoštevna dejstva, da ta upravljavec uporablja enoten način predstavitve ponudb, objavljenih na njegovem spletnem mestu, na katerem hkrati prikazuje oglase v zvezi s proizvodi, ki jih prodaja v svojem imenu in za svoj račun, ter oglase za proizvode, ki jih na navedeni spletni tržnici ponujajo tretji prodajalci, da v vseh teh oglasih prikazuje svoj logotip priznanega distributerja in da tretjim prodajalcem v okviru trženja njihovih proizvodov ponuja dodatne storitve podpore pri predstavitvi njihovih oglasov ter pri skladiščenju in odpremi proizvodov, ki se ponujajo na isti spletni tržnici. V tem okviru se predložitveni sodišči sprašujeta tudi, ali je treba po potrebi upoštevati, kakšno je dojetje uporabnikov zadevnega spletnega mesta.

24 Na podlagi člena 9(2)(a) Uredbe 2017/1001 registracija znamke Evropske unije imetniku podeljuje pravico, da vsem tretjim osebam prepreči, da v gospodarskem prometu uporabljajo znak, ki je enak tej znamki, v zvezi z blagom ali storitvami, ki so enaki tistim, za katere je registrirana ta znamka.



- 25 V zvezi s tem je treba najprej poudariti, da pojem „uporablja[ti]“ v smislu člena 9(2) Uredbe 2017/1001 v tej uredbi ni opredeljen.
- 26 Iz ustaljene sodne prakse Sodišča izhaja, da ima imetnik znamke pravico prepovedati uporabo znaka, ki je enak navedeni znamki, s strani tretje osebe brez njegovega soglasja, če gre pri tej uporabi za uporabo v gospodarskem prometu za enako blago ali storitve, za katere je znamka registrirana, in ta uporaba posega ali bi lahko posegala v funkcije znamke, med katerimi je bistvena funkcija znamke, ki je potrošniku jamčiti za poreklo proizvoda ali storitve (sodba z dne 3. marca 2016, Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, točka 26 in navedena sodna praksa).
- 27 Sodišče je tudi pojasnilo, da izraz „uporabljati“ v skladu s svojim običajnim pomenom pomeni aktivno ravnanje in neposredno ali posredno nadzorovanje dejanja, ki pomeni uporabo, ter poudarilo, da so v členu 9(3) Uredbe 2017/1001, v katerem so netaksativno našteje vrste uporabe, ki jih imetnik znamke lahko prepove, omenjena izključno aktivna ravnanja tretje osebe (glej v tem smislu sodbo z dne 2. aprila 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 37 in navedena sodna praksa), med katerimi je v tem členu 9(3)(b) navedeno ponujanje ponarejenih proizvodov, njihovo dajanje na trg ali skladiščenje v te namene.
- 28 V tem okviru je Sodišče opozorilo, da je namen člena 9 Uredbe 2017/1001 imetniku znamke Evropske unije zagotoviti pravni instrument, ki mu omogoča, da prepove in tako ustavi uporabo te znamke s strani tretje osebe brez njegovega soglasja. Vendar lahko le tretja oseba, ki neposredno ali posredno nadzira dejanje, ki pomeni uporabo, dejansko ustavi to uporabo in torej izpolni navedeno prepoved (sodba z dne 2. aprila 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 38 in navedena sodna praksa).
- 29 Poleg tega je Sodišče večkrat razsodilo, da uporaba znaka, enakega ali podobnega znamki imetnika, s strani tretje osebe v smislu člena 9(2) Uredbe 2017/1001 zahteva najmanj to, da ta uporabi znak v okviru svojega lastnega komercialnega sporočanja. Oseba torej lahko omogoči svojim strankam, da uporabijo znake, ki so enaki ali podobni znamkam, ne da bi te znake uporabila sama (sodba z dne 2. aprila 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 39 in navedena sodna praksa).
- 30 Tako je Sodišče v zvezi z upravljavcem spletne tržnice ugotovilo, da znake, ki so enaki ali podobni znamkam, v ponudbah za prodajo, prikazanih na tej spletni tržnici, uporabljajo le prodajalci, ki so stranke tega upravljavca, in ne ta upravljavec sam, ker ta tega znaka ne uporablja v okviru svojega komercialnega sporočanja (glej v tem smislu sodbi z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi, C-324/09, EU:C:2011:474, točki 102 in 103, ter z dne 2. aprila 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 40).
- 31 Zgolj ustvarjenje tehničnih pogojev, potrebnih za uporabo znaka, in prejetje plačila za to storitev namreč ne pomenita, da tisti, ki to storitev opravlja, sam uporablja navedeni znak, čeprav ravna v lastnem gospodarskem interesu (glej v tem smislu sodbo z dne 2. aprila 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 43 in navedena sodna praksa).
- 32 S tega vidika je Sodišče v bistvu v točkah 45 in 53 sodbe z dne 2. aprila 2020, Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267), razsodilo, da če upravljavec spletne tržnice ponuja storitve skladiščenja tretjim prodajalcem, ki delujejo na tej spletni tržnici, tako da za te tretje prodajalce skladišči proizvode, s katerimi se krši pravica iz znamke, vendar ne da bi vedel, da so zadevni

- proizvodi ponarejeni, in ne da bi bil njegov cilj, da sam ponuja blago, ki ga skladišči, ali da ga sam daje na trg, znakov, ki so na skladiščnem blagu, ne uporablja upravljavec, temveč izključno ti prodajalci.
- 33 Vendar je treba poudariti, da čeprav je v zadevi, v kateri je bila izdana navedena sodba, šlo za upravljavko istega spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, in sicer družbo Amazon, je predložitveno sodišče v navedeni zadevi, ki je edino pristojno za sprejetje potrebnih dejanskih ugotovitev, nedvoumno navedlo, da ta upravljavka ni vedela, da zadevni proizvodi kršijo pravico iz znamke, da sama ni ponujala zadevnih proizvodov za prodajo niti jih ni dala na trg ter ni imela namena tega storiti sama. To sodišče je navedlo tudi, da so te proizvode odpremili zunanji izvajalci storitev (glej sodbo z dne 2. aprila 2020, *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, točke 9, 30 in 47).
- 34 Poleg tega Sodišču niti v navedeni zadevi niti v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 12. julija 2011, *L'Oréal in drugi* (C-324/09, EU:C:2011:474), na katero se sklicuje družba Amazon in ki je navedena v točki 30 te sodbe, ni bilo postavljeno vprašanje glede vpliva dejstva, da zadevno spletno prodajno mesto poleg spletne tržnice vključuje tudi prodajne ponudbe samega upravljavca tega spletnega mesta.
- 35 V obravnavanih zadevah pa se predložitveni sodišči sprašujeta prav o tem vplivu in pomenu, ki ga je treba v takem kontekstu pripisati dojemanju uporabnikov zadevnega spletnega mesta ter drugim okoliščinam, kot sta dejstvo, da upravljavec uporablja enoten način predstavitve prodajnih ponudb, objavljenih na njegovem spletnem mestu, tako da hkrati prikazuje svoje oglase in oglase tretjih prodajalcev ter na vseh teh oglasih prikazuje svoj logotip uglednega distributerja, in to, da tem prodajalcem v okviru trženja njihovih proizvodov ponuja dodatne storitve, kot so podpora pri predstavitvi njihovih oglasov ter skladiščenje in odprema njihovih proizvodov.
- 36 V tem okviru se predložitveni sodišči zlasti sprašujeta, ali je v takih okoliščinah mogoče šteti, da znaka, ki je enak znamki druge osebe, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je bila ta znamka registrirana, ne uporablja le tretji prodajalec, ampak po potrebi pri svojem komercialnem sporočanju tudi upravljavec spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, tako da bi bil ta lahko odgovoren za kršitev pravic imetnika te znamke v smislu člena 9(2)(a) Uredbe 2017/1001, kadar tretji prodajalec ponuja take proizvode, označene s tem znakom, za prodajo na tej spletni tržnici.
- 37 V zvezi s tem je treba pojasniti, da se to vprašanje postavlja ne glede na to, da se lahko vloga takega upravljavca, če ta drugemu gospodarskemu subjektu omogoča uporabo znamke, po potrebi preuči z vidika drugih pravnih pravil, kot sta člen 14(1) Direktive 2000/31 ali člen 11, prvi stavek, Direktive 2004/48 (glej v tem smislu sodbo z dne 2. aprila 2020, *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, točka 49 in navedena sodna praksa).
- 38 Za vsako od zadev v glavni stvari morata sicer nazadnje predložitveni sodišči presoditi, ali družba Amazon kot upravljavka spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, uporablja znak, ki je enak zadevni znamki, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je bila ta znamka registrirana, v smislu člena 9(2)(a) Uredbe 2017/1001, vendar lahko Sodišče tema sodiščema zagotovi elemente razlage prava Unije, ki bi jima lahko v zvezi s tem koristili (glej po analogiji sodbo z dne 7. aprila 2022, *Berlin Chemie A. Menarini*, C-333/20, EU:C:2020:291, točka 46 in navedena sodna praksa).

- 39 V zvezi s tem je treba glede „komercialnega sporočanja“ v smislu sodne prakse, navedene v točki 29 te sodbe, navesti, kot je to storil generalni pravobranilec v točkah 55 in 56 sklepnih predlogov, da to sporočanje običajno označuje vsako obliko sporočanja, namenjenega tretjim osebam, katerega cilj je promocija dejavnosti tega podjetja, njegovega blaga ali storitev, oziroma označevanje opravljanja take dejavnosti. Uporaba znaka v lastnem komercialnem sporočanju takega upravljavca tako predpostavlja, da je ta znak s stališča tretjih oseb sestavni del tega sporočanja in da zato spada v dejavnost tega podjetja.
- 40 V tem okviru je treba opozoriti, da je Sodišče že ugotovilo, da v položaju, v katerem ponudnik storitve uporablja znak, ki je enak ali podoben znamki druge osebe, za promocijo proizvodov, ki jih prek te storitve trži ena od njegovih strank, ta ponudnik sam uporablja ta znak, kadar ga uporablja tako, da se vzpostavi povezava med navedenim znakom in storitvami, ki jih opravlja navedeni ponudnik (sodbi z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi, C-324/09, EU:C:2011:474, točka 92, in z dne 15. decembra 2011, Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, točka 32).
- 41 Sodišče je tako ugotovilo, da tak ponudnik sam ne uporablja znaka, ki je enak ali podoben znamki druge osebe, če storitev, ki jo ta ponudnik opravlja, po svoji naravi ni primerljiva s storitvijo, katere namen je promocija trženja proizvodov, označenih s tem znakom, ter ne pomeni ustvarjanja povezave med to storitvijo in navedenim znakom, ker zadevni ponudnik za potrošnika ni viden, kar izključuje vsakršno povezavo med njegovimi storitvami in zadevnim znakom (glej v tem smislu sodbo z dne 15. decembra 2011, Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, točka 33).
- 42 Vendar je Sodišče razsodilo, da taka povezava obstaja, kadar upravljavec spletne tržnice prek storitve internetnega referenciranja in na podlagi ključne besede, enake znamki druge osebe, oglašuje proizvode te znamke, ki jih prodajajo njegove stranke na svoji spletni tržnici. Tako oglaševanje namreč za internetne uporabnike, ki opravijo iskanje na podlagi te ključne besede, ustvarja očitno povezavo med temi proizvodi, zaščitenimi z znamko, in možnostjo, da jih kupijo na navedeni spletni tržnici. Iz tega razloga lahko imetnik te znamke temu upravljavcu prepove tako uporabo, če to oglaševanje krši pravico iz znamke, ker običajno obveščnemu in razumno pozornemu internetnemu uporabniku ne omogoča ali le omejeno omogoča, da ugotovi, ali navedeni proizvodi izvirajo od imetnika navedene znamke ali podjetja, ki je z njim gospodarsko povezano, ali, nasprotno, od tretje osebe (glej v tem smislu sodbo z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi, C-324/09, EU:C:2011:474, točki 93 in 97).
- 43 Iz te sodne prakse izhaja, kot je v bistvu navedel generalni pravobranilec v točkah 58, 59 in 72 sklepnih predlogov, da je treba pri ugotavljanju, ali upravljavec spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, sam uporablja znak, ki je enak znamki druge osebe in ki je naveden v oglasih v zvezi s proizvodi, ki jih na tej spletni tržnici ponujajo tretji prodajalci, presoditi, ali običajno obveščen in razumno pozoren uporabnik tega spletnega mesta vzpostavi povezavo med storitvami tega upravljavca in zadevnim znakom.
- 44 Upoštevnosti take analize nikakor ne omaje trditev, ki sta jo družba Amazon in Evropska komisija navedli v pisnih stališčih, in sicer da obstoječa sodna praksa Sodišča ne upošteva dojemanja uporabnikov.
- 45 Res je, da Sodišče v točkah 102 in 103 sodbe z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi (C-324/09, EU:C:2011:474), na vsebino katere je opozorjeno v točki 30 te sodbe, ni izrecno omenilo dojemanja uporabnika spletne tržnice, ki je naslovnik zadevnega komercialnega sporočanja.

- 46 Vendar to ne pomeni, da je Sodišče izključilo, da se dojemanje uporabnikov spletne tržnice upošteva kot ustrezen dejavnik pri ugotavljanju, ali se zadevni znak uporablja v okviru lastnega komercialnega sporočanja upravljavca te spletne tržnice.
- 47 V zadevi, v kateri je bila izdana navedena sodba, je namreč zadevno spletno mesto zajemalo le spletno tržnico, ni pa vključevalo tudi ponudb za prodajo upravljavca tega spletnega mesta.
- 48 Zato je treba za ugotovitev, ali je mogoče oglas, ki ga na spletnem prodajnem mestu, ki vključuje spletno tržnico, objavi tretji prodajalec, ki deluje na tej spletni tržnici in ki uporablja znak, enak znamki druge osebe, šteti za sestavni del komercialnega sporočanja upravljavca navedenega spletnega mesta, preveriti, ali se lahko s tem oglasom vzpostavi povezava med storitvami, ki jih ponuja ta upravljavec, in zadevnim znakom, ker bi lahko običajno obveščen in razumno pozoren uporabnik mislil, da proizvod, za katerega se uporablja zadevni znak, navedeni upravljavec trži v svojem imenu in za svoj račun.
- 49 V okviru te celovite presoje okoliščin obravnavanega primera so posebej pomembni zlasti način predstavitve oglasov na zadevnem spletnem mestu, tako posamezno kot skupaj, ter narava in obseg storitev, ki jih zagotavlja upravljavec tega spletnega mesta.
- 50 Prvič, v zvezi z načinom predstavitve teh oglasov je treba opozoriti, da je potreba po preglednem prikazovanju oglasov na internetu določena v zakonodaji Unije o elektronskem poslovanju (sodba z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi, C-324/09, EU:C:2011:474, točka 95). Oglasi, prikazani na spletnem prodajnem mestu, ki vključuje spletno tržnico, morajo biti zato predstavljeni tako, da običajno obveščenemu in razumno pozornemu uporabniku omogočajo, da zlahka razlikuje med ponodbami upravljavca tega spletnega mesta na eni strani in ponodbami tretjih prodajalcev, ki so dejavni na spletni tržnici, ki je vključena na to spletno mesto, na drugi strani (glej po analogiji sodbo z dne 12. julija 2011, L'Oréal in drugi, C-324/09, EU:C:2011:474, točka 94).
- 51 Okoliščina, da upravljavec spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, uporablja enoten način predstavitve ponudb, objavljenih na njegovem spletnem mestu, tako da hkrati prikazuje svoje oglase in oglase tretjih prodajalcev, pri čemer prikazuje svoj logotip uglednega distributerja tako na svojem spletnem mestu kot v vseh teh oglasih, vključno s tistimi, ki se nanašajo na proizvode, ki jih ponujajo tretji prodajalci, pa lahko oteži tako jasno razlikovanje in tako daje uporabniku, ki je običajno obveščen in razumno pozoren, vtis, da ta upravljavec trži – v svojem imenu in za svoj račun – tudi proizvode, ki jih za prodajo ponujajo ti tretji prodajalci. Zato lahko taka enotna predstavitvev, kadar so ti proizvodi označeni z znakom, enakim znamki druge osebe, pri teh uporabnikih ustvari povezavo med tem znakom in storitvami, ki jih opravlja ta isti upravljavec.
- 52 Posebej kadar upravljavec spletnega prodajnega mesta različne ponudbe, ki izvirajo od njega ali tretje osebe, brez razlikovanja glede na njihov izvor povezuje z navedbami, kot so „najbolje prodajano“, „najbolj iskano“ ali „najbolj priljubljeno“, zlasti za promocijo nekaterih ponudb, lahko taka predstavitvev pri običajno obveščenem in razumno pozornem uporabniku okrepi vtis, da ta upravljavec proizvode, ki se tako promovirajo, trži v svojem imenu in za svoj račun.
- 53 Drugič, narava in obseg storitev, ki jih upravljavec spletnega prodajnega mesta, ki vključuje spletno tržnico, zagotavlja tretjim prodajalcem, ki na tej spletni tržnici ponujajo proizvode, označene z zadevnim znakom, kot so zlasti obdelava vprašanj uporabnikov v zvezi s temi proizvodi ali skladiščenjem, pošiljanjem in urejanjem vračil navedenih proizvodov, lahko uporabniku, ki je

običajno obveščen in razumno pozoren, prav tako dajeta vtis, da navedeni upravljavec te proizvode trži v svojem imenu in za svoj račun, ter s tem pri teh uporabnikih ustvarjata povezavo med temi storitvami ter znaki, ki so na teh proizvodih in v oglasih teh tretjih prodajalcev.

- 54 Glede na vse zgornje preudarke je treba na postavljena vprašanja odgovoriti, da je treba člen 9(2)(a) Uredbe 2017/1001 razlagati tako, da se za upravljavca spletnega prodajnega mesta, ki poleg lastnih ponudb tega upravljavca za prodajo vključuje tudi spletno tržnico, lahko šteje, da sam uporablja znak, ki je enak znamki Evropske unije druge osebe, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je bila ta znamka registrirana, kadar tretji prodajalci na tej tržnici brez soglasja imetnika navedene znamke ponujajo za prodajo take proizvode, označene s tem znakom, če običajno obveščen in razumno pozoren uporabnik tega spletnega mesta vzpostavi povezavo med storitvami tega upravljavca in zadevnim znakom, kar zlasti velja, če bi lahko tak uporabnik ob upoštevanju vseh elementov, ki opredeljujejo zadevni položaj, dobil vtis, da proizvode, označene z navedenim znakom, trži navedeni upravljavec sam, v svojem imenu in za svoj račun. V zvezi s tem so upoštevana dejstva, da ta upravljavec uporablja enoten način predstavitve ponudb, objavljenih na njegovem spletnem mestu, na katerem hkrati prikazuje oglase v zvezi s proizvodi, ki jih prodaja v svojem imenu in za svoj račun, ter oglase za proizvode, ki jih na navedeni spletni tržnici ponujajo tretji prodajalci, da v vseh teh oglasih prikazuje svoj logotip priznanega distributerja in da tretjim prodajalcem v okviru trženja proizvodov, označenih z zadevnim znakom, ponuja dodatne storitve, zlasti skladiščenje in odpremo teh proizvodov.

## **Stroški**

- 55 Ker je ta postopek za stranke v postopkih v glavni stvari ena od stopenj v postopkih pred predložitvenima sodiščema, ti odločita o stroških. Stroški za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (veliki senat) razsodilo:

**Člen 9(2)(a) Uredbe (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije**

**je treba razlagati tako, da**

**se za upravljavca spletnega prodajnega mesta, ki poleg lastnih ponudb tega upravljavca za prodajo vključuje tudi spletno tržnico, lahko šteje, da sam uporablja znak, ki je enak znamki Evropske unije druge osebe, za proizvode, ki so enaki tistim, za katere je bila ta znamka registrirana, kadar tretji prodajalci na tej tržnici brez soglasja imetnika navedene znamke ponujajo za prodajo take proizvode, označene s tem znakom, če običajno obveščen in razumno pozoren uporabnik tega spletnega mesta vzpostavi povezavo med storitvami tega upravljavca in zadevnim znakom, kar zlasti velja, če bi lahko tak uporabnik ob upoštevanju vseh elementov, ki opredeljujejo zadevni položaj, dobil vtis, da proizvode, označene z navedenim znakom, trži navedeni upravljavec sam, v svojem imenu in za svoj račun. V zvezi s tem so upoštevana dejstva, da ta upravljavec uporablja enoten način predstavitve ponudb, objavljenih na njegovem spletnem mestu, na katerem hkrati prikazuje oglase v zvezi s proizvodi, ki jih prodaja v svojem imenu in za svoj račun, ter oglase za proizvode, ki jih na navedeni spletni tržnici ponujajo tretji prodajalci, da v vseh teh oglasih prikazuje svoj logotip priznanega distributerja in da tretjim prodajalcem v okviru trženja proizvodov,**

**označenih z zadevnim znakom, ponuja dodatne storitve, zlasti skladiščenje in odpremo teh proizvodov.**

Podpisi