



Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (голям състав)

22 декември 2022 година*

„Преюдициално запитване — Марка на Европейския съюз — Регламент (ЕС) 2017/1001 — Член 9, параграф 2, буква а) — Права, предоставени от марката на Европейския съюз — Понятие за използване — Оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар — Обяви, публикувани на този електронен пазар от трети лица продавачи, които в тези обяви използват знак, идентичен на чужда марка, за стоки, идентични на тези, за които марката е регистрирана — Възприемане на този знак като неразделна част от търговската комуникация на този оператор — Начин на представяне на обявите, който не позволява да се разграничат ясно предложенията на този оператор от предложенията на третите лица продавачи“

По съединени дела C-148/21 и C-184/21

с предмет преюдициални запитвания на основание член 267 ДФЕС, отправени от Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (Luxembourg) (Районен съд Люксембург (Люксембург)) и от Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (Френскоезичен търговски съд Брюксел, Белгия), с актове от 5 март 2021 г. и от 22 март 2021 г., постъпили в Съда съответно на 8 март 2021 г. и на 24 март 2021 г., в рамките на производства по дела

Christian Louboutin

срещу

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),

Съдът (голям състав),

състоящ се от К. Lenaerts, председател, L. Bay Larsen, заместник-председател, A. Prechal, К. Jürimäe, С. Lycourgos, М. Safjan, Р. G. Xuereb, D. Gratsias, М. L. Arastey Sahún, председатели на състав, М. Ilešič (докладчик), F. Biltgen, I. Ziemele и J. Passer, съдии,

* Език на производството: френски.

генерален адвокат: М. Szpunar,

секретар: V. Giacobbo, администратор,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 22 февруари 2022 г.,

като има предвид становищата, представени:

- за Christian Louboutin, от М. Decker, N. Decker и Т. van Innis, avocats,
- за Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl и Amazon Services Europe Sàrl, от S. Ampatziadis, H. Bälz, A. Conrad, F. Seip, Rechtsanwälte, и E. Taelman, advocaat,
- за Amazon.com Inc. и Amazon Services LLC, от L. Depuyere, advocaat, R. Dupont, avocat, и Т. Heremans, advocaat,
- за германското правителство, от J. Möller, U. Bartl и М. Hellmann, в качеството на представители,
- за Европейската комисия, от Ё. Gippini Fournier, S. L. Kalèda и J. Samnadda, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 2 юни 2022 г.,

постанови настоящото

Решение

- 1 Преюдициалните запитвания са относно тълкуването на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 154, 2017 г., стр. 1).
- 2 Преюдициалните запитвания са отправени в рамките на спор между г-н Christian Louboutin, от една страна, и Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl и Amazon Services Europe Sàrl, от друга страна (дело C-148/21), и между Christian Louboutin, от една страна, и Amazon.com Inc. и Amazon Services LLC, от друга страна (дело C-184/21) (наричани по-нататък, заедно и без да се прави разлика, по всяко от тези две дела „Amazon“), по повод на твърдяното използване от Amazon на знаци, идентични на марката на Европейския съюз, собственост на г-н Louboutin и без съгласието на същия за стоки, идентични на тези, за които е регистрирана тази марка.

Правна уредба

Регламент 2017/1001

- 3 Член 9 от Регламент 2017/1001, озаглавен „Права, предоставени от марка на ЕС“, част от раздел 2, самият той озаглавен „Действие на марка на ЕС“, включен в глава II от него, предвижда в параграфи 1—3:

„1. Регистрацията на марка на ЕС предоставя на притежателя ѝ изключителни права.

2. Без да се засягат правата на притежателите, придобити преди датата на подаване на заявката или датата на приоритета на марката на ЕС, притежателят на тази марка на ЕС има право да забрани на всяко трето лице да използва в търговската дейност без негово съгласие всеки знак за стоки или услуги, когато:

- а) знакът е идентичен с марката на ЕС и е използван за стоки или услуги, идентични с тези, за които е регистрирана марката на ЕС;

[...].

3. По-специално може да бъде забранено съгласно параграф 2:

[...]

- б) да се предлагат стоки или да се пускат на пазара, или да се съхраняват за тези цели под знака, или да се предлагат или предоставят услуги под знака;

[...]

- в) да се използва знакът в деловите книжа и в рекламата;

- е) да се използва знакът в сравнителната реклама по начин, който е в противоречие с Директива 2006/114/ЕО [на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама (ОВ L 376, 2006 г., стр. 21; Специално издание на български език 2007 г., глава 15, том 18, стр. 229)]“.

Директива 2004/48/ЕО

- 4 Член 11 от Директива 2004/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2004 година относно упражняването на права върху интелектуалната собственост (ОВ L 157, 2004 г., стр. 45; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 2, стр. 56), озаглавен „Забрани“, предвижда:

„Държавите членки гарантират, че когато съдебните органи излизат със съдебно решение, чрез което се установява нарушение на право върху интелектуална собственост, те могат да постановят съдебна забрана на нарушителя, чиято цел е да се забрани по-нататъшно извършване на нарушението. Когато е предвидено в националното законодателство, неспазването на съдебната забрана, когато е уместно, следва да подлежи на плащане на парични глоби с цел да гарантира спазването ѝ. Държавите членки също така гарантират, че

притежателите на права могат да внасят иски за съдебна забрана срещу посредници, чиито услуги се ползват от трети страни за нарушаване на правото върху интелектуална собственост, без да се накърнява член 8, параграф 3 от Директива 2001/29/ЕО [на Европейския парламент и на Съвета от 22 май 2001 година относно хармонизирането на някои аспекти на авторското право и сродните му права в информационното общество (ОВ L 167, 2001 г., стр. 10 ; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 1, стр. 230)]“.

Директива 2000/31/ЕО

- 5 Член 14 от Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 година за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар (Директива за електронната търговия) (ОВ L 178, 2000 г., стр. 1 ; Специално издание на български език 2007 г., глава 13, том 29, стр. 257), озаглавен „Съхраняване на информация“, в параграф 1 гласи следното:

„Когато се предоставя услуга на информационното общество, която се състои в съхраняване на информация, предоставяна на получателя на услугата, държавите членки гарантират, че доставчикът на услуги не носи отговорност за информацията, съхранена по молба на получателя на услугата, при условие че:

- а) доставчикът няма сведения за незаконна дейност или информация, а във връзка с иски за щети, не е запознат с факти или обстоятелства, от които да е видна незаконната дейност или информация; или
- б) доставчикът, при получаването на такива сведения или запознаването с такива факти, действа експедитивно за отстраняването или блокирането на достъпа до информацията“.

Споровете в главното производство и преюдициалните въпроси

- 6 Г-н Louboutin е френски дизайнер на луксозни обувки и дамски чанти, чиито най-известни творения са дамски обувки на висок ток. От средата на деветдесетте години на миналия век той добавя към обувките си на висок ток външна подметка в червен цвят, съответстващ на код 18–1663TR от каталога на цветовете Pantone.
- 7 Този цвят, нанесен върху подметката на обувка на висок ток, е регистриран като марка на Бенелюкс на основание на Конвенцията на Бенелюкс в областта на интелектуалната собственост (марки и дизайни или модели) от 25 февруари 2005 г., подписана в Хага от Кралство Белгия, Великото херцогство Люксембург и Кралство Нидерландия. Същата марка е регистрирана от 10 май 2016 г. като марка на Европейския съюз (наричана по-нататък „спорната марка“).
- 8 Amazon е оператор на уебсайтове за онлайн продажба на различни стоки, които предлага както пряко от свое име и за своя сметка, така и непряко, като осигурява също и електронен пазар на трети лица продавачи. Изпращането на стоките, продавани от тези трети лица продавачи на този електронен пазар, може да се поеме или от третите лица продавачи, или от Amazon, което в този случай държи на склад тези стоки в дистрибуторските си центрове и ги изпраща на приобретателите от собствените си складове.

- 9 В тези уебсайтове редовно се появяват обяви за продажба на обувки с червени подметки, които според г-н Louboutin, са за стоки, за които той не е дал съгласие за пускане на пазара.

Дело C-148/21

- 10 На 19 септември 2019 г., като се позовава на нарушение на изключителните права, предоставяни от спорната марка, г-н Louboutin предявява пред Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (Luxembourg) (Районен съд Люксембург, Люксембург), запитваща юрисдикция по дело C-148/21, иск срещу Amazon за нарушаване на предоставените от тази марка права. Г-н Louboutin иска Amazon да бъде признато за отговорно за нарушаването на правата върху спорната марка, да преустанови да използва в търговската си дейност идентични на тази марка знаци на цялата територия на Европейския съюз, с изключение на територията на Бенелюкс, под страх от налагане на имуществена санкция, и да бъде осъдено да заплати обезщетение за вредите, които се твърди, че са причинени от това ползване.
- 11 Искът на г-н Louboutin е на основание член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001. Той поддържа, че Amazon е използвало без негово съгласие идентичен на спорната марка знак за стоки, идентични с тези, за които е регистрирана марката, по-специално поради публикуването в уебсайтовете за онлайн продажби на това дружество на обяви за стоки, носещи такъв идентичен знак, но също и поради държането, изпращането и доставката на такива стоки. Според г-н Louboutin такова използване може да бъде вменено на Amazon, тъй като това дружество е имало активно участие при използването на въпросния знак и обявите относно нарушаващите стоки са били част от собствената му търговска комуникация. При това положение Amazon не могло да се счита за обикновен доставчик на хостинг услуги за уебсайтове или за неутрален посредник, като се има предвид, че то оказвало съдействие на третите лица продавачи, по-специално за оптимизиране на представянето на техните предложения.
- 12 Amazon оспорва възможността да му бъде вменено използването на знак, идентичен на спорната марка. То се позовава на няколко решения на Съда по дела срещу оператори на електронни пазари, като дружеството eBay, и изтъква, че то също, като оператор на такъв електронен пазар, не може да бъде считано за отговорно за използването на знак, идентичен на спорната марка, от третите лица продавачи, използващи неговия електронен пазар. Amazon поддържа, че начинът, по който функционират интегрираните в неговите уебсайтове за онлайн продажби, електронни пазари, не се отличава съществено от този на другите електронни пазари и че включването на логото му в обявите на третите лица продавачи не означава, че то си присвоява тези обяви. Освен това според Amazon допълнителните услуги, които то предлага на третите лица продавачи, не дават основание офертите на тези лица да се считат за част от собствената му търговска комуникация. Фактът, че доставчик създава техническите условия, необходими за използването на идентичен на защитена марка знак, и получава заплащане за тази услуга, не означавал, че самият доставчик използва въпросния знак.
- 13 Според запитваща юрисдикция по дело C-148/21 начинът на функциониране на уебсайтовете за онлайн продажби, на които Amazon е оператор, се състои в групиране на обяви за една и съща категория стоки, изхождащи както от самото това дружество, така и от трети лица продавачи, осъществяващи дейност на електронния пазар, включен в тези уебсайтове. По това то се отличава от други дружества като eBay или Rakuten, които са само оператори на електронен пазар и поради това публикуват единствено изхождащи от

трети лица продавачи обяви, без те самите да осъществяват каквато и да е дейност по продажба на стоки. Amazon обаче не било единственото дружество, възприело този „хибриден“ търговски модел. Оператори като дружеството Cdiscount също приемали стоки на трети лица продавачи наред със собствения си асортимент от стоки.

- 14 Поради това следвало да се определи с оглед на практиката на Съда, и по-специално на решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2011:474), дали при този начин на функциониране на уебсайтовете за онлайн продажби на Amazon е възможно операторът на тези сайтове да използва идентичен на спорната марка знак, вследствие на включването на обяви на трети лица продавачи, показващи такъв знак, в собствената му търговска комуникация.
- 15 Тази юрисдикция иска да се установи също дали, що се отнася до повече или по-малко активната роля на оператора на уебсайтовете за онлайн продажби, включващи електронен пазар, при публикуването на обявите, възприятието на потребителите може да е от значение.
- 16 На последно място посочената юрисдикция иска да се установи дали трябва да се счита, че такъв оператор използва идентичен на защитена марка знак, когато се ангажира с изпращането на стоки, обозначени с този знак. В решение от 2 април 2020 г., Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267), Съдът не се е произнесъл по този въпрос, тъй като по делото, по което е постановено това решение, изпращането се е осъществявало от външен доставчик.
- 17 При тези обстоятелства Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (Luxembourg) (Районен съд Люксембург, Люксембург) решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Трябва ли член 9, параграф 2 от [Регламент 2017/1001] да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в публикувана в уебсайт реклама може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания поради смесването в посочения сайт на собствени оферти на оператора или на икономически свързани образувания и на оферти на трети лица продавачи чрез включването на тези оферти в собствената търговска комуникация на оператора или на икономически свързаните образувания?

Подсилва ли се такова включване от факта, че:

- рекламите са представени по еднакъв начин в сайта,
- собствените реклами на оператора и на икономически свързани образувания и тези на трети лица продавачи се публикуват в рекламните рубрики на уебсайтове на трети лица под формата на изскачащо изображение (pop-up) без разлика, що се отнася до техния произход, но показвайки ясно логото на оператора или на икономически свързани образувания?
- операторът или икономически свързани образувания предлагат цялостна услуга на третите лица продавачи, включваща съдействие при изготвянето на рекламите и при определянето на продажните цени, държането на стоките на склад и изпращането им,
- сайтът на оператора и на икономически свързаните образувания е проектиран така, че да се представя под формата на бутици и на марки като „най-продаваните“,

„най-търсените“ или „най-предлаганите“, без видима на пръв поглед разлика между собствените стоки на оператора и на икономически свързаните образувания и стоките на третите лица продавачи?

- 2) Трябва ли член 9, параграф 2 от [Регламент2017/1001] да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в реклама, публикувана в сайт за онлайн продажби, по принцип може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания, ако във възприятието на нормално информиран и разумно внимателен потребител в интернет този оператор или икономически свързано образувание има активна роля в изготвянето на тази реклама или ако последната се възприема като част от собствената търговска комуникация на този оператор?

Ще се повлияе ли това възприятие:

- от обстоятелството, че този оператор и/или икономически свързани образувания е известен дистрибутор на най-разнообрази стоки, включително на стоките от категорията на тези, които са предмет на рекламата,
- или от обстоятелството, че така показаната реклама представлява заглавна част, в която е възпроизведена марката на услугата на този оператор или на икономически свързаните образувания, като тази марка е известна като марка на дистрибутор,
- или пък от обстоятелството, че този оператор или икономически свързани образувания едновременно с това рекламиране предлагат услуги, обичайно предлагани от дистрибуторите на стоки от същата категория като тази, в която попада продуктът, предмет на рекламата?

- 3) Трябва ли член 9, параграф 2 от [Регламент2017/1001] да се тълкува в смисъл, че изпращането — в рамките на търговската дейност и без разрешението на притежателя на марка — до крайния потребител на стока, носеща идентичен с марката знак, съставлява използване, за което е отговорен изпращачът, само ако последният действително е запознат с поставянето на този знак върху стоката?

– Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание е уведомил крайния потребител, че ще извърши изпращането, след като самият той или икономически свързано лице е държало стоката на склад за тази цел?

– Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание предварително е допринесъл активно за публикуването в рамките на търговската дейност на реклама за стоката, носеща този знак, или е регистрирал поръчката на крайния клиент с оглед на тази реклама?“.

Дело C-184/21

- 18 На 4 октомври 2019 г., като се позовава на нарушение на изключителните права, предоставяни от спорната марка, г-н Louboutin сезира Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (Belgique) (Френскоезичен търговски съд Брюксел, Белгия), запитваща юрисдикция по дело C-184/21, с иск срещу Amazon за нарушаване на предоставените от

тази марка права, за преустановяване на използването от това дружество на посочената марка и за поправяне на причинената от това използване вреда, като изтъква по същество същите доводи, като изложените в подкрепа на иска, предявен до запитваща юрисдикция по дело С-148/21.

- 19 Според Amazon обаче фактът, от една страна, че то публикува на електронните пазари, включени в неговите уебсайтове за онлайн продажби, офертите за обувки на трети лица продавачи, за които оферти се твърди, че нарушават правата върху марката, и от друга страна, че поема задължението да изпрати обувките, не представлява използване на спорната марка от това дружество.
- 20 Запитващата юрисдикция по дело С-184/21 счита, че за решаването на отнесения до нея спор следва да се установи, първо, при какви обстоятелства използването на нарушаващ знак в предложение за продажба, изхождащо от трето лице продавач, може да бъде вменено на оператора на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, второ, дали и при какви обстоятелства начинът, по който потребителите възприемат това предложение, трябва да се вземе предвид, за да се направи извод за възможността за вменяване на отговорност за такова използване, и трето, дали и евентуално при какви обстоятелства фактът, че Amazon се ангажира с изпращането на стоката, обозначена с идентичен на марка знак, представлява сам по себе си действие по използване на същата, което може да бъде вменено на това дружество на основание на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001.
- 21 При тези обстоятелства Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (Belgique) (Френскоезичен търговски съд Брюксел, Белгия) решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Трябва ли член 9, параграф 2 от [Регламент 2017/1001] да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в реклама, публикувана в уебсайт, може по принцип да се вмени на оператора на този уебсайт, ако във възприятието на нормално информирания и разумно внимателен потребител в интернет този оператор има активна роля в изготвянето на тази реклама или ако последната може да се възприеме от такъв интернет потребител като част от собствената търговска комуникация на този оператор?

Ще се повлияе ли това възприятие:

- от обстоятелството, че този оператор е известен дистрибутор на най-разнообрази стоки, включително на стоките от категорията на тези, които са предмет на рекламата,
- или от обстоятелството, че така показаната реклама представлява заглавна част, в която е възпроизведена марката на услугата на този оператор, като тази марка е известна като марка на дистрибутор,
- или от обстоятелството, че този оператор едновременно с това рекламиране предлага услуги, предлагани обичайно от дистрибутори на стоки от същата категория като тази, в която попада продуктът — предмет на рекламата?

2) Трябва ли член 9, параграф 2 от [Регламент 2017/1001] да се тълкува в смисъл, че изпращането — в рамките на търговската дейност и без разрешението на притежателя на марка — до крайния потребител на стока, носеща идентичен с марката знак, съставлява използване, за което е отговорен изпращачът, само ако последният действително е запознат с поставянето на този знак върху стоката?

– Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание е уведомил/о крайния потребител, че ще извърши изпращането, след като самият той или икономически свързано образувание е държал/о стоката на склад за тази цел?

– Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание предварително е допринесъл/допринесло активно за публикуването в рамките на търговската дейност на реклама за стоката, носеща този знак, или е регистрирал/о поръчката на крайния клиент с оглед на тази реклама?“.

22 С решение на председателя на Съда от 16 април 2021 г. дела C-148/21 и C-184/21 са съединени за целите на устната фаза на производството и на съдебното решение.

По преюдициалните въпроси

23 С въпросите си, които следва да бъдат разгледани заедно, запитващите юрисдикции по същество искат да установят дали член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001 трябва да се тълкува в смисъл, че може да се счита, че самият оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ освен неговите собствени предложения за продажба и електронен пазар, използва знак, идентичен на чужда марка на Европейския съюз, за стоки, идентични на тези, за които марката е регистрирана, когато трети лица продавачи предлагат за продажба на този пазар без съгласието на притежателя на посочената марка такива стоки, обозначени с този знак. Те искат да установят по-специално дали в това отношение имат значение обстоятелствата, че този оператор представя по един и същ начин публикуваните на уебсайта си предложения, като публикува едновременно обявите за стоките, които той продава от свое име и за своя сметка, и обявите за стоки, предлагани на посочения електронен пазар от трети лица продавачи, че поставя собственото си лого на известен дистрибутор върху всички тези обяви и че предлага на третите лица продавачи при продажбата на техните стоки допълнителни услуги, изразяващи се в оказване на съдействие при представянето на обявите им, както и в държане на склад и изпращане на предлаганите на същия пазар стоки. В този контекст запитващите юрисдикции искат да установят и дали евентуално трябва да се вземе предвид възприятието на потребителите на въпросния уебсайт.

24 По силата на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001 регистрацията на марка на Европейския съюз предоставя на притежателя си правото да забрани на всяко трето лице да използва в търговската си дейност знак, идентичен на тази марка, за стоки или услуги, идентични на тези, за които е регистрирана марката.

25 Във връзка с това веднага следва да се отбележи, че понятието „използва“ по смисъла на член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 не е дефинирано в този регламент.

- 26 От постоянната практика на Съда следва, че притежателят на марката има право да забрани използването без негово съгласие на знак, идентичен с марката, от трето лице, когато знакът се използва в търговската дейност за стоки или услуги, които са идентични на тези, за които марката е регистрирана, и засяга или може да засегне функциите на марката, сред които е не само основната ѝ функция, която е да гарантира на потребителите произхода на стоката или на услугата (вж. в този смисъл решение от 3 март 2016 г., *Daimler*, C-179/15, EU:C:2016:134, т. 26 и цитираната съдебна практика).
- 27 Съдът е уточнил също, че според общоупотребимия смисъл на термина „използване“ той означава активно поведение и пряк или непряк контрол върху действието, съставляващо използването и е отбелязал, че член 9, параграф 3 от Регламент 2017/1001, който неизчерпателно изброява видовете използване, които притежателят на марка може да забрани, изключително посочва активни действия на третото лице (вж., в този смисъл решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 37 и цитираната съдебна практика), сред които в посочения член 9, параграф 3, буква б) е да се предлагат нарушаващите стоки, или да се пускат на пазара, или да се съхраняват за тези цели под знака.
- 28 В този контекст Съдът припомня, че член 9 от Регламент 2017/1001 има за цел да предостави на притежателя на дадена марка на Европейския съюз правен инструмент, който му позволява да забрани и така да прекрати всяко използване на марката без съгласието му от трето лице. Единствено трето лице, което контролира пряко или непряко действието, съставляващо използването, е в състояние обаче да прекрати на практика това използване и следователно да се съобрази с въпросната забрана (решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 38 и цитираната съдебна практика).
- 29 От друга страна, Съдът нееднократно е постановявал, че използването от трето лице на знак, идентичен или сходен с марката на притежателя, по смисъла на член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 най-малкото изисква това трето лице да използва знака в рамките на собствената си търговска комуникация. Така дадено лице може да позволи на клиентите си да използват знаци, идентични или сходни с марки, без самото то да използва посочените знаци (решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 39 и цитираната съдебна практика).
- 30 Така във връзка с оператор на електронен пазар Съдът е приел, че използването на знаци, идентични или сходни с марки, в публикувани на този електронен пазар предложения за продажба, се осъществява единствено от клиентите продавачи на оператора на този пазар, а не от самия оператор, при положение че той не използва този знак в рамките на търговската си комуникация (вж. в този смисъл решения от 12 юли 2011 г., *L'Oréal и др.*, C-324/09, EU:C:2011:474, т.102 и 103, и от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 40).
- 31 Всъщност само създаването на необходимите технически условия за използването на даден знак и получаването на възнаграждение за тази услуга не означава, че самото лице, което предоставя услугата, използва посочения знак, дори ако действа в собствения си икономически интерес (вж. в този смисъл решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 43 и цитираната съдебна практика).

- 32 От същата гледна точка Съдът по същество е постановил в точки 45 и 53 от решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany* (C-567/18, EU:C:2020:267), че когато операторът на електронен пазар предлага услуги по държане на склад на третите лица продавачи, осъществяващи дейност на този пазар, така че държи на склад за тези трети лица продавачи стоки, нарушаващи право върху марка, без обаче да знае за това нарушение и без да има за цел самият той да предлага стоките, които държи на склад, или да ги пусне на пазара, не операторът, а само тези продавачи използват знаците, поставени върху стоките, държани на склад.
- 33 Важно е обаче да се подчертае, че макар по делото, по което е постановено това решение, да става въпрос за оператора на същия уебсайт за онлайн продажби, включващ електронния пазар, а именно Amazon, запитващата юрисдикция по това дело, единствено компетентна да направи необходимите фактически констатации, еднозначно отбелязва, че този оператор не е знаел, че спорните стоки нарушават право върху марка, че самият той не е предлагал тези стоки за продажба, нито ги е пускал на пазара и че не е имал и намерение да го прави. Тази юрисдикция отбелязва също, че стоките се изпращат от външни доставчици на услуги (вж. решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 9, 30 и 47).
- 34 От друга страна, нито по посоченото дело, нито по това, по което е постановено решение от 12 юли 2011 г., *L'Oréal и др.* (C-324/09, EU:C:2011:474), на което се позовава Amazon и което е цитирано в точка 30 от настоящото решение, на Съда не е поставян въпрос относно отражението на факта, че във въпросния уебсайт за онлайн продажби освен електронния пазар, има и предложения за продажба на самия оператор на този сайт.
- 35 По разглежданите в настоящото производство дела обаче запитващите юрисдикции искат да се установят именно това отражение и значението, което следва да се придаде в такъв контекст на възприятието на потребителите на въпросния сайт, както и на други обстоятелства, като това, че операторът използва един и същ начин на представяне на предложенията за продажба, публикувани на уебсайта му, като показва едновременно собствените си обяви и обявите на третите лица продавачи и като поставя собственото си лого на реномиран дистрибутор върху всички тези обяви, както и това, че предлага допълнителни услуги на тези трети лица продавачи при продажбата на техните стоки, като съдействие при представянето на техните обяви, държане на склад и изпращане на техните стоки.
- 36 В този контекст запитващите юрисдикции искат да установят по-конкретно дали при такива обстоятелства може да се счита, че не само третото лице продавач, но също и операторът на уебсайта за онлайн продажби, включващ електронен пазар, евентуално използва в собствената си търговска комуникация, идентичен на чуждата марка знак за стоки, идентични на тези, за които марката е регистрирана, така че да може да му се търси отговорност за нарушаване на правата на притежателя на тази марка по смисъла на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001, когато това трето лице продавач предлага за продажба на този пазар такива стоки, означени с този знак.
- 37 Следва да се уточни в това отношение, че този въпрос се поставя независимо от това, че ролята на такъв оператор, доколкото той позволява на друг икономически оператор да използва марката, може евентуално да се разглежда от гледна точка на други правни норми

като член 14, параграф 1 от Директива 2000/31 или член 11, първо изречение от Директива 2004/48 (вж. в този смисъл решение от 2 април 2020 г., *Coty Germany*, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 49 и цитираната съдебна практика).

38. Макар в крайна сметка запитващите юрисдикции да са тези, които трябва преценят по всяко от делата в главните производства дали Amazon, в качеството си на оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, използва знак, идентичен на спорната марка, за стоки, идентични на тези, за които тази марка е регистрирана, по смисъла на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001, Съдът може все пак да предостави на тези юрисдикции всички насоки за тълкуване на правото на Съюза, които могат да им бъдат полезни в това отношение (вж. по аналогия решение от 7 април 2022 г., *Berlin Chemie A. Menarini*, C-333/20, EU:C:2022:291, т. 46 и цитираната съдебна практика).
39. В това отношение трябва да се посочи, че както отбелязва генералният адвокат в точки 55 и 56 от заключението си, „търговска комуникация“ на предприятие по смисъла на припомнената в точка 29 от настоящото решение съдебна практика обикновено означава всяка форма на комуникация, предназначена за третите лица, целяща да рекламира дейността му, неговите стоки или услуги или да укаже извършването на такава дейност. Използването на знак в собствената търговска комуникация на такова предприятие предполага в представите на третите лица този знак да се явява като неразделна част от комуникацията и следователно като част от дейността на това предприятие.
40. В този контекст следва да се припомни, че Съдът вече е приел, че в положение, при което доставчик на услуга използва знак, идентичен или сходен с чужда марка, за да рекламира стоки, които негов клиент продава с помощта на тази услуга, самият доставчик използва този знак, когато това използване се осъществява по такъв начин, че се установява връзка между посочения знак и предоставяните от този доставчик услуги (решения от 12 юли 2011 г., *L'Oréal и др.*, C-324/09, EU:C:2011:474, т. 92, и от 15 декември 2011 г., *Frisdranken Industrie Winters*, C-119/10, EU:C:2011:837, т. 32).
41. Така Съдът приема, че такъв доставчик не използва знак, идентичен или сходен с чужда марка, когато предоставяната от него услуга по естеството си не е сходна с услуга, целяща да насърчи търговията със стоки, означени с този знак, и не предполага създаването на връзка между тази услуга и споменатия знак, при положение че въпросният доставчик не е известен на потребителя и това изключва всяко свързване на неговите услуги и посочения знак (вж. в този смисъл решение от 15 декември 2011 г., *Frisdranken Industrie Winters*, C-119/10, EU:C:2011:837, т. 33).
42. Съдът обаче е постановил, че такава връзка съществува, когато операторът на електронен пазар рекламира продавани от неговите клиенти на неговия електронен пазар стоки с тази марка, като използва идентична с чуждата марка ключова дума в рамките на услуга за включване в каталог в интернет. Всъщност такава реклама създава у интернет потребителите, които правят справка въз основа на тази ключова дума, представа за очевидна връзка между тези маркови стоки и възможността те да бъдат закупени на този пазар. Поради това притежателят на марката има право да забрани такова използване на този оператор, когато тази реклама нарушава правото върху марката, поради това че не дава възможност или дава само възможност нормално информираният и разумно внимателен интернет потребител трудно да установи дали посочените стоки са с произход

от притежателя на марката или от икономически свързано с него предприятие, или напротив, от трето лице (вж. в този смисъл решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др., C-324/09, EU:C:2011:474, т. 93 и 97).

- 43 От тази съдебна практика следва, както отбелязва по същество генералният адвокат в точки 58, 59 и 72 от заключението си, че за да се установи дали самият оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, използва идентичен на чужда марка знак, съдържащ се в обяви за стоки, предлагани от трети лица — продавачи на този електронен пазар, следва да се прецени дали нормално информиран и разумно внимателен потребител на този уебсайт прави връзка между услугите на този оператор и въпросния знак.
- 44 Релевантността на този анализ изобщо не се поставя под въпрос от изложения от Amazon и от Европейската комисия в писмените им становища довод, че съгласно съществуващата съдебна практика Съдът не взема предвид възприятието на потребителите.
- 45 Безспорно в точки 102 и 103 от решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2011:474), чието съдържание е припомнено в точка 30 от настоящото решение, Съдът не посочва изрично възприятието на потребителя на електронен пазар, адресат на спорната търговска комуникация.
- 46 Това обаче не означава, че Съдът изключва вземането предвид на възприятието на потребителите на електронен пазар като относим елемент, когато се определя дали въпросният знак е използван в рамките на собствената търговска комуникация на оператора на този електронен пазар.
- 47 Възшност по делото, по което е постановено посоченото решение, на въпросния уебсайт е имало единствено електронен пазар, без да включва също собствени предложения за продажба на оператора на този сайт.
- 48 Следователно, за да се определи дали обява, в която е използван идентичен на чужда марка знак, публикувана на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, от трето лице продавач, осъществяващо дейност на този пазар, може да се счита за неразделна част от търговската комуникация на оператора на този уебсайт, следва да се провери дали чрез тази обява може да се направи връзка между предлаганите от този оператор услуги и въпросния знак, поради това че нормално информиран и разумно внимателен потребител би могъл да помисли, че посоченият оператор продава от свое име и за своя сметка стоката, за която се използва въпросният знак.
- 49 В рамките на тази обща преценка особено значение имат обстоятелствата по случая, и по-специално начинът на представяне на обявите, както поотделно, така и взети заедно, във въпросния уебсайт, както и естеството и обемът на предоставяните от оператора на този сайт услуги.
- 50 Първо, що се отнася до начина на представяне на тези обяви, важно е да се припомни, че необходимостта от прозрачност при публикуване на съобщенията в интернет е предвидена от правната уредба на Съюза относно електронната търговия (решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др., C-324/09, EU:C:2011:474, т. 95). Ето защо обявите, публикувани на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, трябва да бъдат представени по начин, който дава възможност на нормално информирания и разумно внимателен потребител да разграничи лесно предложенията, изхождащи, от една страна, от оператора на този

уебсайт, и от друга страна, от трети лица продавачи, осъществяващи дейност на този електронен пазар, включен в уебсайта (вж. по аналогия решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др., C-324/09, EU:C:2011:474, т. 94).

- 51 Обстоятелството, че оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, използва един и същ начин за представяне на публикуваните на уебсайта му предложения, като показва едновременно собствените си обяви и обявите на третите лица продавачи и като поставя собственото си лого на реномиран дистрибутор както на своя уебсайт, така и върху всички тези обяви, включително тези за стоки, предлагани от трети лица продавачи, може да направи трудно това ясно разграничаване и по този начин да създаде у нормално информирания и разумно внимателен потребител впечатлението, че посоченият оператор продава от свое име и за своя сметка също и стоките, предложени за продажба от тези трети лица продавачи. Следователно, когато тези стоки са обозначени със знак, идентичен на марката на друго лице, такова еднакво представяне може да създаде в представите на тези потребители връзка между този знак и предоставяните от същия оператор услуги.
- 52 Особено когато операторът на уебсайт за онлайн продажби свързва различните предложения, изхождащи от него самия или от трето лице, без да прави разлика с оглед на произхода им, използвайки означения като „най-добрите продажби“, „най-търсените“ или „най-предлаганите“, с цел именно да рекламира някои от тези предложения, такова представяне може да засили у нормално информирания и разумно внимателен потребител впечатлението, че така рекламираните стоки се продават от този оператор от негово име и за негова сметка.
- 53 Второ, естеството и обемът на услугите, предоставяни от оператора на уебсайт за онлайн продажби, включващ електронен пазар, на третите лица продавачи, които предлагат на този електронен пазар обозначени със съответния знак стоки, като тези, състоящи се по-специално в отговаряне на въпросите на потребителите относно стоките или относно държането на склад, изпращането и организирането на връщането на тези стоки, също могат да създадат впечатлението у нормално информирания и разумно внимателен потребител, че същите тези стоки се продават от посочения оператор от негово име и за негова сметка, и по този начин да създадат в представите на тези потребители връзка между тези услуги и знаците, поставени върху тези стоки и в обявите на третите лица продавачи.
- 54 С оглед на всички изложени по-горе съображения на поставените въпроси следва да се отговори, че член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001 трябва да се тълкува в смисъл, че може да се счита, че самият оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ освен неговите собствени предложения за продажба и електронен пазар, използва знак, идентичен на чужда марка на Европейския съюз за стоки, идентични на тези, за които марката е регистрирана, когато трети лица продавачи предлагат за продажба на този електронен пазар без съгласието на притежателя на тази марка стоки, обозначени с този знак, ако нормално информираният и разумно внимателен потребител на този сайт прави връзка между услугите на този оператор и въпросния знак, което се случва по-специално, когато с оглед на всички характеризиращи съответното положение обстоятелства, такъв потребител би могъл да има впечатлението, че самият оператор продава от свое име и за своя сметка обозначените с този знак стоки. Значение в това отношение имат обстоятелствата, че този оператор използва един и същ начин за представяне на публикуваните на уебсайта му предложения, като показва едновременно обявите за стоките, които продава от свое име и за своя сметка, и обявите за стоките, предлагани на

този електронен пазар от трети лица продавачи, че поставя собственото си лого на реномиран дистрибутор върху всички тези обяви и че при продажбата на стоките, обозначени със спорния знак, предлага на третите лица продавачи допълнителни услуги, състоящи се по-специално в държането на склад и изпращането на тези стоки.

По съдебните разноски

- 55 С оглед на обстоятелството, че за страните в главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производствата пред запитващите юрисдикции, те следва да се произнесат по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (голям състав) постанови:

Член 9, параграф 2, буква а) от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз,

трябва да се тълкува в смисъл, че

може да се счита, че самият оператор на уебсайт за онлайн продажби, включващ освен неговите собствени предложения за продажба и електронен пазар, използва знак, идентичен на чужда марка на Европейския съюз, за стоки и услуги, идентични на тези, за които марката е регистрирана, когато трети лица продавачи предлагат на този пазар без съгласието на притежателя на посочената марка такива стоки, обозначени с този знак, ако нормално информиран и разумно внимателен потребител прави връзка между услугите на този оператор и въпросния знак, което се случва по-специално когато с оглед на всички характеризиращи съответното положение обстоятелства, такъв потребител би могъл да има впечатлението, че самият оператор продава от свое име и за своя сметка обозначените с този знак стоки. Значение в това отношение имат обстоятелствата, че този оператор използва един и същ начин за представяне на публикуваните на уебсайта му предложения, като показва едновременно обявите за стоките, които продава от свое име и за своя сметка, и обявите за стоките, предлагани на този електронен пазар от трети лица продавачи, че поставя собственото си лого на реномиран дистрибутор върху всички обяви и че при продажбата на стоките, обозначени със спорния знак, предлага на третите лица продавачи допълнителни услуги, състоящи се по-специално в държането на склад и изпращането на тези стоки.

Подписи