HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a cincea)

27 aprilie 2023 *

„Trimitere preliminară – Marcă a Uniunii Europene – Regulamentul (UE) 2017/1001 – Articolul 125 alineatul (5) – Competență internațională – Acțiune în constatarea încălcării drepturilor – Competența instanțelor statului membru pe teritoriul căruia a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere – Anunț publicitar afișat de un motor de căutare care utilizează un nume de domeniu național de prim nivel – Anunț publicitar care nu precizează zona geografică de livrare – Elemente care trebuie luate în considerare”

În cauza C-104/22,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice, Finlanda), prin decizia din 14 februarie 2022, primită de Curte la 15 februarie 2022, în procedura

Lännen MCE Oy

împotriva

Berky GmbH,

Senwatec GmbH & Co. KG,

CURTEA (Camera a cincea),

compusă din domnul E. Regan, președinte de cameră, domnii D. Gratsias, M. Ilešič (raportor), I. Jarukaitis și Z. Csehi, judecători,

avocat general: domnul M. Campos Sánchez-Bordona,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

– pentru Lännen MCE Oy, de E. Hodge și K. Tommila, asianajajat;

– pentru Berky GmbH și Senwatec GmbH & Co. KG, de P. Eskola, asianajaja;

* Limba de procedură: finlandeza.

– pentru Comisia Europeană, de P. Němečková, S. Noë, J. Ringborg și J. Samnadda, în calitate de agenți,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Länen MCE Oy (denumită în continuare „Länen”), pe de o parte, și societățile Berky GmbH și Senwatec GmbH & Co. KG., care fac parte din același grup de întreprinderi, pe de altă parte, în legătură cu pretinsa contrafacere a mărcii Uniunii Europene WATERMASTER, al cărei titular este Länen.

Cadrul juridic

Regulamentul 2017/1001

3 Articolul 122 din Regulamentul 2017/1001, intitulat „Aplicarea normelor Uniunii privind competența judiciară și recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială”, prevede la alineatul (2):

„În ceea ce privește procedurile ce rezultă în urma acțiunilor și cererilor prevăzute la articolul 124:

(a) articolul 4, articolul 6, articolul 7 punctele 1, 2, 3 și 5 și articolul 35 din Regulamentul (UE) nr. 1215/2012 [al Parlamentului European și al Consiliului din 12 decembrie 2012 privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială (JO 2012, L 351, p. 1)] nu se aplică;

[…]”

4 Articolul 123 din acest regulament, intitulat „Instanțe competente în domeniul mărcilor [Uniunii Europene]”, prevede la alineatul (1):

„Statele membre desemnează pe teritoriul lor un număr cât mai limitat posibil de instanțe naționale de primul și al doilea grad de jurisdicție, care au sarcina de a îndeplini funcțiile atribuite de prezentul regulament.”

5 Articolul 124 din același regulament, intitulat „Competență în domeniul încălcării drepturilor și validității”, prevede:

„Instanțele competente în domeniul mărcilor UE au competență exclusivă:

(a) în materia acțiunilor în constatarea încălcării drepturilor și – în cazul în care dreptul intern o permite – în materia acțiunilor privind posibila încălcare a drepturilor conferite de o marcă UE;

(b) în materia acțiunilor în constatarea inexistenței unei încălcări a drepturilor, dacă sunt prevăzute de dreptul intern;

(c) în materia acțiunilor intentate ca urmare a faptelor menționate la articolul 11 alineatul (2);

(d) în materia cererilor reconvenționale de decădere sau în nulitatea mărcii UE menționate la articolul 128.”

6 Articolul 125 din Regulamentul 2017/1001, intitulat „Competență internațională”, prevede:

„(1) Sub rezerva dispozițiilor prezentului regulament, precum și a dispozițiilor Regulamentului (UE) nr. 1215/2012 aplicabile în temeiul articolului 122, procedurile care rezultă din acțiunile și cererile prevăzute la articolul 124 sunt aduse în fața instanțelor statului membru pe teritoriul căruia are domiciliul pârâtul sau, în cazul în care acesta nu are domiciliul într-unul dintre statele membre, în fața instanțelor statului membru pe teritoriul căruia are o unitate.

[…]

(5) Procedurile care rezultă din acțiunile și cererile menționate la articolul 124, cu excepția acțiunilor în constatarea inexistenței unei încălcări a drepturilor conferite de o marcă UE, pot, de asemenea, să fie aduse în fața instanțelor statului membru pe teritoriul căruia a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere sau pe teritoriul căruia s-a săvârșit o faptă menționată la articolul 11 alineatul (2).”

7 Articolul 126 din acest regulament, intitulat „Întinderea competenței”, prevede:

„(1) O instanță competentă în domeniul mărcilor UE a cărei competență se întemeiază pe articolul 125 alineatele (1)-(4) are competența de a hotărî asupra:

(a) faptelor de încălcare a drepturilor comise sau asupra pericolelor de încălcare existente pe teritoriul oricărui stat membru;

(b) faptelor menționate la articolul 11 alineatul (2), săvârșite pe teritoriul oricărui stat membru.

(2) O instanță competentă în domeniul mărcilor UE a cărei competență se întemeiază pe articolul 125 alineatul (5) are competența de a hotărî numai în privința faptelor comise sau asupra pericolelor de contrafacere existente pe teritoriul statului membru în care este situată această instanță.”

Regulamentul nr. 1215/2012

8 Articolul 17 alineatul (1) din Regulamentul nr. 1215/2012 prevede:

„În ceea ce privește un contract încheiat de o persoană, consumatorul, într-un scop care se poate considera că se situează în afara domeniului său profesional, competența se determină în conformitate cu dispozițiile din prezenta secțiune, fără a se aduce atingere articolului 6 și articolului 7 punctul 5, în cazul în care:

[…]

(c) în toate celelalte cazuri, contractul a fost încheiat cu o persoană care desfășoară activități comerciale sau profesionale în statul membru pe teritoriul căruia este domiciliat consumatorul sau, prin orice mijloace, își direcționează activitățile spre acel stat membru sau spre mai multe state, inclusiv statul membru respectiv, iar contractul intră în sfera de acțiune a acestor activități.”

9 Articolul 66 alineatul (1) din acest regulament prevede:

„Prezentul regulament se aplică numai acțiunilor judiciare intentate, actelor autentice întocmite sau înregistrate în mod oficial și tranzacțiilor judiciare aprobate sau încheiate la 10 ianuarie 2015 sau după această dată.”

Litigiul principal și întrebările preliminare

10 Länen, o societate cu sediul în Finlanda, produce printre altele drage amfibii pe care le comercializează sub marca Uniunii Europene WATERMASTER, înregistrată la 12 iulie 2004 sub numărul 003185758.

11 La 28 ianuarie 2020, această societate a sesizat markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice, Finlanda) cu o acțiune în constatarea încălcării drepturilor împotriva Berky și a Senwatec, două societăți cu sediul în Germania care aparțin aceluiași grup de întreprinderi.

12 Länen reproșează Senwatec că a săvârșit, în Finlanda, un act de contrafacere constând în recurgerea la referențierea cu plată, într-un motor de căutare pe internet care operează în domeniul național de prim nivel pentru acest stat membru și care permite, în urma unei căutări a termenului „Watermaster”, afișarea pe site-ul internet al acestui motor de căutare a unui anunț publicitar pentru produsele sale. Astfel, în luna august 2016, căutarea în Finlanda a termenului „Watermaster” pe site-ul www.google.fi avea ca prim rezultat un anunț publicitar Google Adwords pentru produsele Senwatec, separat de celelalte rezultate ale căutării printr-o linie și care conținea cuvântul „Publicitate”.

13 Instanța de trimitere arată că linkul publicitar obținut prin această căutare și textul însoțitor nu conțineau niciun element care să facă referire în mod specific la Finlanda sau la zona geografică de livrare a produselor Senwatec. Cu toate acestea, instanța menționată arată că site-ul internet al Senwatec la care conducea acest link publicitar conținea printre altele un text în limba engleză care indica faptul că produsele Senwatec sunt utilizate în întreaga lume, precum și o hartă a lumii pe care erau evidențiate printr-o colorare mai închisă țările în care Senwatec declara că desfășura activități. Finlanda nu făcea parte dintre aceste țări.

14 Lännen reproșează Berky că a contrafăcut marca sa recurgând, în cursul anilor 2005-2019, la referențierea naturală a imaginilor, accesibile în mod liber pe site-ul internet de partajare a fotografiilor Flickr.com, a mașinilor acestei societăți, prin intermediul unei etichetări meta (denumită în continuare „meta tag”) care conținea cuvântul-cheie „Watermaster”, care era destinată să permită motoarelor de căutare pe internet să identifice mai bine aceste imagini. Astfel, căutarea în Finlanda a termenului „Watermaster” pe site-ul internet www.google.fi avea ca rezultat un link către o pagină care prezenta imagini ale unor mașini produse de Berky.

15 Instanța de trimitere subliniază că linkul obținut ca rezultat al căutării nu era un link publicitar, ci un rezultat de căutare denumit „organic”. În legendele imaginilor aflate pe serviciul online Flickr.com erau menționate, în limba engleză, numele mașinilor, precum și numerele de model ale acestora. În plus, aceste imagini erau însoțite de logoul Berky. Fiecare imagine era însoțită de mai multe meta taguri care corespundeau unor cuvinte-cheie, în limba engleză și în alte limbi, în special termenul „Watermaster”.

16 Potrivit Lännen, Berky și Senwatec au desfășurat pe internet activități de promovare comercială care vizau teritoriul Republicii Finlanda și erau vizibile pentru consumatorii sau profesioniștii din acest stat membru. Produsele lor ar fi vândute în întreaga lume. În opinia Lännen, anunțul publicitar în cauză, redactat în limba engleză, s-ar adresa unui public internațional și ar fi destinat tuturor țărilor în care este vizibil.

17 În apărare, Berky și Senwatec contestă competența instanței de trimitere, pentru motivul că faptele de contrafacere invocate nu au fost săvârșite în Finlanda.

18 Acestea susțin că activitățile lor de promovare comercială nu au vizat Finlanda, stat membru în care nu își oferă produsele spre vânzare și pe a cărui piață nu sunt prezente. Nici rezultatul unei căutări pe site-ul internet www.google.fi, nici utilizarea unui meta tag care utilizează cuvântul-cheie „Watermaster” nu ar permite să se stabilească faptul că activitățile lor vizau Finlanda. Astfel, pentru a stabili competența instanței de trimitere, nu ar fi necesar ca conținutul pretins ilicit să fie vizibil online în Finlanda, ci mai degrabă ca acest conținut să aibă o legătură relevantă cu acest stat membru.

19 Instanța de trimitere arată că părțile nu sunt de acord cu privire la aspectul dacă harta care figurează pe site-ul internet al Senwatec demonstrează că zona de livrare a produselor acestei societăți este limitată la o arie geografică din care Finlanda pare să fie exclusă. Potrivit Senwatec, această hartă ar fi unul dintre elementele care indică faptul că Finlanda nu face parte din piața pe care ea își comercializează produsele, în timp ce, potrivit Lännen, piața produselor Senwatec ar fi mondială și s-ar extinde dincolo de zonele acoperite de harta menționată.

20 Instanța de trimitere consideră, în cadrul verificării competenței unei instanțe sesizate în temeiul locului în care a fost săvârșită fapta de contrafacere, că, pentru a stabili teritoriile statelor membre în care se află consumatorii sau profesioniștii cărora le sunt destinate anunțurile publicitare afișate pe un site internet, trebuie să se țină seama în special de zonele geografice de livrare a produselor în cauză.

21 Această instanță consideră însă că alte elemente s-ar putea dovedi relevante în vederea unei astfel de verificări, astfel cum ar reieși din Concluziile avocatului general Szpunar prezentate în cauza AMS Neve și alții (C-172/18, EU:C:2019:276), fără să reiasă însă în mod clar care ar putea fi aceste alte elemente, Curtea nepronunțându-se cu privire la acest aspect.

22 Instanța de trimitere ridică în special problema dacă, pentru a-și stabili competența în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, se poate ține seama de statul membru al domeniului național de prim nivel în care operează site-ul internet al motorului de căutare ce oferă acces la anunțul publicitar care constituie faptele de contrafacere invocate.

23 În aceste condiții, markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice) a decis să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„Societatea A este stabilită în statul membru X, unde are sediul, și a utilizat pe un site internet, în anunțuri publicitare sau ca cuvânt-cheie, un semn identic cu o marcă [a Uniunii Europene] aparținând societății B.

1) În cazul descris anterior, se poate considera că anunțul publicitar se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y, în care are sediul societatea B și instanța competentă în domeniul mărcilor [Uniunii Europene] din statul membru Y este competentă, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul [2017/1001], să examineze o acțiune în constatarea încălcării drepturilor asupra unei mărci [a Uniunii Europene] în cazul în care, în anunțul publicitar afișat pe cale electronică sau accesibil printr-un link de pe un site internet al unui agent de publicitate, nu se specifică – cel puțin, nu în mod expres – zona geografică de livrare a produselor sau nu se exclude în mod expres niciun stat membru concret din zona de livrare? În acest context, pot fi luate în considerare natura produselor la care se referă anunțul publicitar și faptul că piața produselor societății A ar fi mondială și, prin urmare, ar acoperi întregul teritoriu al Uniunii Europene, inclusiv statul membru Y?

2) Se poate considera că anunțul publicitar menționat anterior se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y, în cazul în care acesta este afișat pe site-ul internet al unui motor de căutare care funcționează în domeniul național de prim nivel al statului membru Y?

3) În cazul unui răspuns afirmativ la prima sau la a doua întrebare, ce alte împrejurări ar trebui, eventual, să fie luate în considerare pentru a stabili dacă anunțul publicitar se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y?”

Cu privire la întrebările preliminare

24 Prin intermediul celor trei întrebări, care trebuie analizate împreună, instanța de trimitere solicită în esență să se stabilească dacă articolul 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001 trebuie interpretat în sensul că titularul unei mărci a Uniunii Europene, care se consideră lezat prin utilizarea de către un terț, fără consimțământul său, a unui semn identic cu această marcă în anunțuri publicitare și în oferte de vânzare online pentru produse identice sau similare cu cele pentru care este înregistrată marca menționată, poate introduce o acțiune în constatarea încălcării drepturilor împotriva acestui terț în fața unei instanțe competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene din statul membru pe teritoriul căruia se află consumatorii și profesioniștii vizați de aceste anunțuri publicitare sau de aceste oferte de vânzare, în pofida faptului că terțul menționat nu enumeră în mod explicit și neechivoc acest stat membru printre teritoriile către care s-ar putea efectua o livrare a produselor în cauză.

25 Trebuie amintit că, în pofida principiului, prevăzut la articolul 66 alineatul (1) din Regulamentul nr. 1215/2012, al aplicării, începând de la 10 ianuarie 2015 a acestui regulament, în cazul acțiunilor în justiție cu privire la o marcă a Uniunii Europene, articolul 122 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 exclude, în ceea ce privește în special acțiunile în constatarea încălcării drepturilor asupra unei asemenea mărci, aplicarea anumitor dispoziții din Regulamentul nr. 1215/2012, precum cea a normelor conținute la articolele 4 și 6, la articolul 7 alineatele (1), (2), (3) și (5), precum și la articolul 35 din acesta din urmă. În considerarea acestei excluderi, competența instanțelor din domeniul mărcilor Uniunii Europene, vizate la articolul 123 alineatul (1) din Regulamentul nr. 2017/1001, de a soluționa acțiuni în constatarea încălcării drepturilor asupra unei mărci a Uniunii Europene rezultă din normele prevăzute direct de Regulamentul nr. 2017/1001, care au caracterul unei *lex specialis* în raport cu normele prevăzute de Regulamentul nr. 1215/2012 (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 34 și jurisprudența citată).

26 În consecință, o acțiune în constatarea încălcării drepturilor introdusă la 28 ianuarie 2020 intră, în măsura în care privește o marcă a Uniunii Europene, sub incidența normelor de competență jurisdicțională prevăzute de Regulamentul 2017/1001.

27 În temeiul articolului 125 alineatul (1) din acest regulament, atunci când pârâtul are domiciliul într-un stat membru, reclamantul formulează acțiunea sa în fața instanțelor din acest stat membru.

28 Astfel, articolul 125 alineatul (5) al acestui articol prevede că reclamantul poate „de asemenea” să formuleze acțiunea sa în fața instanțelor statului membru „pe teritoriul căruia a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere”.

29 Articolul 126 din Regulamentul 2017/1001 precizează la alineatul (1) că, atunci când o instanță competentă în domeniul mărcilor Uniunii Europene este sesizată în temeiul articolului 125 alineatul (1) din regulamentul menționat, aceasta dispune de competența de a hotărî asupra faptelor de contrafacere comise sau asupra pericolelor de contrafacere existente pe teritoriul oricărui stat membru, iar la alineatul (2), că, atunci când o asemenea instanță este sesizată în temeiul articolului 125 alineatul (5) din regulamentul menționat, poate hotărî numai în privința faptelor comise sau asupra pericolelor de contrafacere existente pe teritoriul statului membru căruia îi aparține.

30 Din această distincție rezultă că reclamantul, după cum alege să formuleze acțiunea în constatarea încălcării drepturilor în fața instanței competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene de la domiciliul pârâtului sau în fața celei de pe teritoriul pe care a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere, determină întinderea sferei de competență teritorială a instanței sesizate. Astfel, atunci când acțiunea în constatarea încălcării drepturilor este întemeiată pe articolul 125 alineatul (1) din Regulamentul 2017/1001, aceasta vizează eventual faptele de contrafacere săvârșite pe întreg teritoriul Uniunii, în timp ce atunci când este întemeiată pe alineatul (5) al articolului menționat ea este limitată la faptele de contrafacere comise sau la pericolele de contrafacere existente pe teritoriul unui singur stat membru, mai precis cel căruia îi aparține instanța sesizată (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 40).

31 Facultatea conferită reclamantului de a alege unul dintre temeiuri, care rezultă din utilizarea termenilor „de asemenea” care figurează la articolul 125 alineatul (5) din Regulamentul nr. 2017/1001, nu poate fi înțeleasă în sensul că reclamantul poate, în legătură cu aceleași fapte de

contrafacere, să cumuleze acțiunile întemeiate pe alineatele (1) și (5) ale acestui articol, ci doar exprimă caracterul alternativ al forului indicat la alineatul (5) menționat în raport cu forurile indicate la celelalte alineate ale respectivului articol (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 41).

32 Prevăzând un astfel de for alternativ și delimitând, la articolul 126 alineatul (2) din Regulamentul nr. 2017/1001, competența teritorială acordată acestui for, legiuitorul Uniunii permite titularului mărcii Uniunii Europene să formuleze, dacă dorește, acțiuni specifice, fiecare dintre acestea privind fapte de contrafacere comise pe teritoriul unui singur stat membru (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 42).

33 În speță, sub rezerva verificărilor care revin instanței de trimitere, din dosarul de care dispune Curtea reiese că faptele de contrafacere invocate de titularul mărcii Uniunii Europene țin de afișarea online a unor conținuturi referitoare la produsele unor concurenți ai acestui titular, prin intermediul unor referențieri cu plată și naturale pornind de la un semn identic cu această marcă, doar în măsura în care afișarea respectivă a fost destinată consumatorilor sau profesioniștilor situați în Finlanda.

34 Astfel, pentru a stabili dacă această afișare online era efectiv destinată consumatorilor sau profesioniștilor situați în Finlanda, instanța de trimitere solicită în special să se stabilească dacă natura produselor în cauză, întinderea pieței relevante și faptul că această afișare avea loc pe site-ul internet al unui motor de căutare care operează sub domeniul național de prim nivel din acest stat membru sunt elemente relevante pentru verificarea competenței sale internaționale în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001 și, dacă este cazul, dacă trebuie luate în considerare alte elemente în acest scop.

35 În această privință, deși faptele de contrafacere invocate împotriva fiecăreia dintre societățile pârâte din litigiul principal, care fac parte din același grup de întreprinderi, sunt diferite, a fost inițiată una și aceeași procedură jurisdicțională în fața instanței de trimitere.

36 Prin urmare, este necesar să se stabilească dacă faptele de contrafacere invocate împotriva acestor două societăți permit să se stabilească, în fiecare dintre cele două cazuri, o legătură suficientă cu statul membru căruia îi aparține instanța sesizată cu acțiunea în constatarea încălcării drepturilor, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001.

37 Pe de altă parte, trebuie amintit că verificarea competenței instanței sesizate cu o acțiune în constatarea încălcării drepturilor nu echivalează cu o examinare pe fond a acestei acțiuni (a se vedea prin analogie Hotărârea din 16 iunie 2016, Universal Music International Holding, C-12/15, EU:C:2016:449, punctul 44 și jurisprudența citată).

38 Ar fi excesiv să se impună instanței sesizate cu o acțiune în constatarea încălcării drepturilor să procedeze, în etapa verificării competenței sale internaționale în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, la o examinare aprofundată a acestor elemente de fapt și de drept complexe.

39 Prin urmare, elemente care lasă să se presupună în mod rezonabil că au putut fi săvârșite fapte de contrafacere pe teritoriul unui stat membru sau a fost semnalat pericolul săvârșirii lor pe acest teritoriu sunt suficiente pentru ca instanța competentă în domeniul mărcilor Uniunii Europene din acest stat membru să fie competentă în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001.

40 În acest context, este necesar să se observe că, potrivit jurisprudenței Curții, criteriul de competență jurisdicțională exprimat de termenii „teritoriul [statului membru pe care] a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere” care figurează la articolul 125 alineatul (5) din acest regulament se raportează la un comportament activ al autorului contrafacerii invocate (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 44 și jurisprudența citată).

41 În special, în ceea ce privește obligația unei instanțe competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene de a se asigura, în cadrul verificării competenței sale jurisdicționale pentru a se pronunța cu privire la existența unei contrafaceri pe teritoriul statului membru căruia îi aparține în temeiul articolului 125 alineatul (5) menționat, că actele reproșate pârâtului au fost săvârșite pe acest teritoriu, Curtea a statuat că, atunci când astfel de acte constau în anunțuri publicitare și în oferte de vânzare afișate pe cale electronică pentru produse care poartă un semn identic sau similar cu o marcă a Uniunii Europene fără consimțământul titularului acestei mărci, trebuie să se considere că aceste acte au fost săvârșite pe teritoriul pe care se află consumatorii sau profesioniștii cărora le sunt destinate aceste anunțuri publicitare și aceste oferte de vânzare (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctele 46 și 47, precum și jurisprudența citată).

42 Astfel, atunci când afișarea conținuturilor online este, fie și numai potențial, destinată consumatorilor sau profesioniștilor situați pe teritoriul unui stat membru, știind că precizările referitoare la zonele geografice de livrare a produselor în cauză constituie un indiciu dotat cu o importanță deosebită în scopul acestei aprecieri (a se vedea în acest sens Hotărârea din 12 iulie 2011, L’Oréal și alții, C-324/09, EU:C:2011:474, punctul 65), titularul unei mărci a Uniunii Europene dispune de facultatea de a formula în acest stat membru, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, o acțiune în constatarea atingerii aduse mărcii sale în acest stat membru. Astfel, instanțele competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene din statul membru de reședință al consumatorilor sau al profesioniștilor cărora li se adresează anunțuri publicitare și oferte de vânzare sunt în mod deosebit apte să evalueze dacă presupusa încălcare există (a se vedea prin analogie Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții, C-172/18, EU:C:2019:674, punctul 57).

43 În speță, este necesar să se constate, sub rezerva verificărilor care revin instanței de trimitere, că zonele geografice de livrare a produselor în cauză nu sunt menționate în anunțul publicitar vizat la punctul 12 din prezenta hotărâre. Pe de altă parte, harta care figurează pe site-ul internet al Senwatec, care ar dovedi, potrivit Lännen, dimensiunea geografică globală a pieței acestei societăți, nu poate, în sine, să stabilească o legătură cu Finlanda, dat fiind că contextul în care se integrează această hartă nu permite să se concluzioneze că Senwatec își direcționează activitatea către piața finlandeză.

44 În lipsa unor elemente precise cu privire la zonele geografice de livrare a produselor în cauză, legătura cu statul membru în cauză, în speță Finlanda, trebuie stabilită în raport cu alte elemente pentru ca reclamanta să poată, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, să introducă o acțiune în constatarea încălcării drepturilor în fața unei instanțe din acest stat membru.

45 Desigur, astfel cum s-a amintit la punctul 25 din prezenta hotărâre, dispozițiile Regulamentului 2017/1001 referitoare la acțiunile în constatarea încălcării drepturilor asupra mărcilor Uniunii Europene au caracterul de *lex specialis* în raport cu normele prevăzute de Regulamentul nr. 1215/2012. Acest lucru nu are însă ca efect lipsirea acestui din urmă regulament de pertinență pentru a clarifica și pentru a interpreta sensul unor noțiuni analoge celor pe care le prevede și care, fiind vizate de Regulamentul 2017/1001, sunt necesare pentru interpretarea acestui regulament.

46 În această privință, în ceea ce privește interpretarea articolului 17 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 1215/2012, Curtea a statuat că diverse indicii pot permite să se considere că activitățile unui comerciant sunt direcționate către statul membru al domiciliului consumatorului, și anume natura internațională a activității, utilizarea unei alte limbi sau a unei alte monede decât limba sau moneda utilizate în mod obișnuit în statul membru în care are sediul comerciantul, menționarea unor coordonate telefonice cu indicarea prefixului internațional, efectuarea unor cheltuieli pentru un serviciu de referențiere pe internet în scopul de a facilita accesul consumatorilor domiciliați în alte state membre la pagina de internet a comerciantului sau a intermediarului său, utilizarea unui nume de domeniu de prim nivel diferit de cel al statului membru în care are sediul comerciantul și menționarea unei clientele internaționale alcătuite din clienți domiciliați în diferite state membre (a se vedea prin analogie Hotărârea din 7 decembrie 2010, Pammer și Hotel Alpenhof, C-585/08 și C-144/09, EU:C:2010:740, punctul 93).

47 Această listă, fără a fi exhaustivă, conține elemente care pot fi relevante pentru aplicarea articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001. În speță, este relevantă punerea la dispoziție a unor anunțuri publicitare și a unor oferte de vânzare pe un site internet cu un alt domeniu de prim nivel decât cel al statului membru în care are sediul comerciantul.

48 Cu toate acestea, este necesar să se precizeze că simpla accesibilitate a unui site internet pe teritoriul acoperit de marcă nu este suficientă pentru a se concluziona în sensul că ofertele de vânzare afișate pe acesta sunt destinate consumatorilor aflați pe acest teritoriu (Hotărârea din 12 iulie 2011, L'Oréal și alții, C-324/09, EU:C:2011:474, punctul 64, precum și jurisprudența citată).

49 Din considerațiile care precedă rezultă că ține de un astfel de comportament activ faptul că o întreprindere plătește operatorul site-ului internet al unui motor de căutare cu un domeniu de prim nivel național dintr-un alt stat membru decât cel în care are sediul, cu scopul de a afișa, pentru publicul din acest stat membru, un link către site-ul acestei întreprinderi, permițând astfel unui public vizat în mod specific accesul la oferta produselor sale.

50 Prin urmare, o asemenea referențiere cu plată constituie o legătură suficientă, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, cu statul membru al cărui public este astfel vizat.

51 În ceea ce privește utilizarea semnului înregistrat ca marcă în calitate de meta tag pe un serviciu de partajare online de fotografii care se încadrează într-un domeniu de prim nivel generic, este necesar să se considere că aceasta diferă de o referențiere cu plată în scopul aprecierii condiției

referitoare la existența unui comportament activ care vizează teritoriul statului membru în care a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere. Astfel, într-un asemenea caz de referențiere naturală, această condiție nu pare să poată fi îndeplinită în măsura în care, pe de o parte, un site internet cu un domeniu de prim nivel generic nu este destinat publicului din niciun stat membru specific și, pe de altă parte, meta tagul nu este destinat decât să permită motoarelor de căutare să identifice mai bine imaginile conținute pe acest site internet și, astfel, să sporească accesibilitatea lor.

52 În aceste condiții, instanța de trimitere nu se poate declara competentă, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001, în lipsa altor elemente care să permită să se dovedească faptul că o astfel de referențiere naturală este destinată unui public stabilit în Finlanda.

53 În ceea ce privește natura produselor în discuție și întinderea pieței geografice, revine instanței sesizate cu acțiunea în constatarea încălcării drepturilor sarcina de a aprecia de la caz la caz în ce măsură aceste elemente sunt pertinente pentru a concluziona că o referențiere accesibilă pe teritoriul acoperit de marcă este destinată consumatorilor situați pe acesta (a se vedea în acest sens Hotărârea din 12 iulie 2011, L'Oréal și alții, C-324/09, EU:C:2011:474, punctul 61).

54 Având în vedere ansamblul elementelor care precedă, este necesar să se răspundă la întrebările adresate că articolul 125 alineatul (5) din Regulamentul 2017/1001 trebuie interpretat în sensul că titularul unei mărci a Uniunii Europene care se consideră lezat prin utilizarea de către un terț, fără consimțământul său, a unui semn identic cu această marcă în anunțuri publicitare și în oferte de vânzare online pentru produse identice sau similare cu cele pentru care este înregistrată marca menționată poate introduce o acțiune în constatarea încălcării drepturilor împotriva acestui terț în fața unei instanțe competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene din statul membru pe teritoriul căruia se află consumatorii și profesioniștii vizați de aceste anunțuri publicitare sau de aceste oferte de vânzare, în pofida faptului că terțul menționat nu enumeră în mod explicit și neechivoc acest stat membru printre teritoriile în care ar putea fi efectuată o livrare a produselor în cauză, în cazul în care același terț a utilizat respectivul semn prin intermediul unei referențieri cu plată pe site-ul internet al unui motor de căutare care utilizează un nume de domeniu național de prim nivel din acest stat membru. În schimb, nu aceasta este situația pentru simplul fapt că terțul în cauză a efectuat referențierea naturală a imaginilor produselor sale pe un serviciu de partajare online de fotografii care aparține unui domeniu de prim nivel generic, recurgând la meta taguri care utilizează drept cuvânt-cheie marca în cauză.

Cu privire la cheltuielile de judecată

55 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a cincea) declară:

Articolul 125 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene

trebuie interpretate în sensul că

titularul unei mărci a Uniunii Europene care se consideră lezat prin utilizarea de către un terț, fără consimțământul său, a unui semn identic cu această marcă în anunțuri publicitare și în oferte de vânzare online pentru produse identice sau similare cu cele pentru care este înregistrată marca menționată poate introduce o acțiune în constatarea încălcării drepturilor împotriva acestui terț în fața unei instanțe competente în domeniul mărcilor Uniunii Europene din statul membru pe teritoriul căruia se află consumatorii și profesioniștii vizați de aceste anunțuri publicitare sau de aceste oferte de vânzare, în pofida faptului că terțul menționat nu enumeră în mod explicit și neechivoc acest stat membru printre teritoriile în care ar putea fi efectuată o livrare a produselor în cauză, în cazul în care același terț a utilizat respectivul semn prin intermediul unei referențieri cu plată pe site-ul internet al unui motor de căutare care utilizează un nume de domeniu național de prim nivel din acest stat membru. În schimb, nu aceasta este situația pentru simplul fapt că terțul în cauză a efectuat referențierea naturală a imaginilor produselor sale pe un serviciu de partajare online de fotografii care aparține unui domeniu de prim nivel generic, recurgând la meta taguri care utilizează drept cuvânt-cheie marca în cauză.

Semnături