Συλλογή της Νομολογίας

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
MACIEJ SZPUNAR
της 2ας Ιουνίου 2022 [1]

Συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-148/21 και C-184/21

Christian Louboutin
κατά
Amazon Europe Core Sàrl,
Amazon EU Sàrl,
Amazon Services Europe Sàrl (C-148/21)
[αίτηση του tribunal d'arrondissement de Luxembourg
(πρωτοδικείου Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο)
για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]
και
Christian Louboutin
κατά
Amazon.com, Inc.,
Amazon Services LLC (C-184/21)

[αίτηση του tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles
(πρωτοδικείου επιχειρηματικών διαφορών Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο)
για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]

«Προδικαστική παραπομπή – Διανοητική ιδιοκτησία – Δίκαιο των σημάτων – Αποτελέσματα του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Δικαιώματα που παρέχει το σήμα – Δικαίωμα απαγορεύσεως σε τρίτον της χρήσεως σήματος, ταυτόσημου ή παρόμοιου σημείου, για πανομοιότυπα ή παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες – Έννοια της χρήσεως»

I. Εισαγωγή

1. Το ζήτημα της ευθύνης των ενδιαμέσων, μολονότι δεν είναι αυτό καθεαυτό νέο, εντούτοις παρουσιάζει διαρκώς νέο ενδιαφέρον στο μέτρο που νέες μορφές διαμεσολάβησης εμφανίζονται στον τομέα του διαδικτύου. Τούτο επιβεβαιώνεται από την πληθώρα των σχετικών με τη δραστηριότητα των διαδικτυακών πλατφορμών υποθέσεων που έχουν αχθεί ενώπιον του Δικαστηρίου τα τελευταία χρόνια [2], στη συνέχεια των οποίων εντάσσονται οι υπό κρίση αιτήσεις προδικαστικής αποφάσεως που υποβλήθηκαν στο πλαίσιο ενδίκων διαφορών μεταξύ του

[1] Γλώσσα του πρωτοτύπου: η γαλλική.

[2] Βλ., μεταξύ άλλων, αποφάσεις της 20ής Δεκεμβρίου 2017, Asociación Profesional Elite Taxi (C-434/15, EU:C:2017:981), της 19ης Δεκεμβρίου 2019, Airbnb Ireland (C-390/18, EU:C:2019:1112), και της 22ας Ιουνίου 2021, YouTube και Cyando (C-682/18 και C-683/18, EU:C:2021:503).

Christian Louboutin και των Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl και Amazon Services Europe Sàrl (υπόθεση C-148/21), και μεταξύ του Christian Louboutin και των Amazon.com, Inc. και Amazon Services LLC (στο εξής, μεμονωμένα ή από κοινού: Amazon) (υπόθεση C-184/21).

2. Η εμφάνιση αυτού του είδους των υποθέσεων δεν προκαλεί έκπληξη. Το διαδίκτυο κατέχει ολοένα και σημαντικότερη θέση στις κοινωνίες μας, τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο, και οι ενδιάμεσοι οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε αυτό διαδραματίζουν συναφώς ουσιαστικό ρόλο. Παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα να βρίσκουν, να ανταλλάσσουν, να μοιράζονται και να παράγουν περιεχόμενο, να αγοράζουν και να πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες καθώς και να δημιουργούν και να εκφράζονται στο διαδίκτυο [3]. Διευκολύνουν σαφώς την πρόσβαση των χρηστών σε ορισμένο περιεχόμενο. Αν και μπορεί, σε ορισμένο βαθμό, να αποτελούν το εικονικό ισοδύναμο των παραδοσιακής μορφής ενδιαμέσων, ο τομέας του διαδικτύου, ο οποίος χαρακτηρίζεται από συνεχείς τεχνολογικές καινοτομίες, αποτελεί προνομιακό πεδίο για τη δημιουργία νέων μοντέλων διαμεσολάβησης, τα οποία δεν υπάρχουν στον πραγματικό κόσμο [4] και των οποίων η πρακτική σημασία δεν μπορεί να αγνοηθεί, με αποτέλεσμα να κρίνεται δικαιολογημένη η ρύθμισή τους από το δίκαιο.

3. Πράγματι, ο αυξανόμενος ρόλος των διαδικτυακών ενδιαμέσων συνεπάγεται κατ' ανάγκη ότι η δραστηριότητά τους συναντά τη δραστηριότητα άλλων παραγόντων και ότι μπορεί, σε ορισμένο βαθμό, να συνιστά απειλή για τα δικαιώματα των τελευταίων. Τούτο ισχύει στην περίπτωση των φορέων που είναι δικαιούχοι δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, ιδίως εμπορικού σήματος, δεδομένου ότι τα δικαιώματα αυτά μπορούν, επί παραδείγματι, να προσβληθούν σε διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων, οπότε τίθεται το ζήτημα της ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων οι οποίοι εκμεταλλεύονται πλατφόρμες αυτού του είδους. Η ανάπτυξη της δραστηριότητας των διαδικτυακών πλατφορμών πωλήσεων και οι τεχνολογικές καινοτομίες που τη συνοδεύουν αυξάνουν τη δυνατότητα προσβάσεως των καταναλωτών σε προϊόντα και προωθούν την εμπορία τους. Συνεπώς, ο όγκος των κυκλοφορούντων προϊόντων αυξάνει αυτομάτως [5]. Τούτο ισχύει και για τα προϊόντα που προσβάλλουν ορισμένο σήμα.

4. Η στοιχειοθέτηση ευθύνης του ενδιαμέσου που εκμεταλλεύεται διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων για την πώληση μέσω της πλατφόρμας αυτής, προϊόντων που προσβάλλουν ορισμένο σήμα γίνεται εύκολα κατανοητή από την άποψη του δικαιούχου ενός σήματος το οποίο προσβάλλεται στην εν λόγω πλατφόρμα. Είναι ασφαλώς αληθές ότι η προσβολή τελείται, κατά κύριο λόγο, από τον πωλητή ο οποίος χρησιμοποιεί τη διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων για να προσφέρει προς πώληση προϊόντα που προσβάλλουν ορισμένο σήμα. Ωστόσο, οι εν λόγω πωλητές είναι γενικά δύσκολο να εντοπιστούν και η γεωγραφική θέση τους μπορεί επίσης να συνιστά εμπόδιο για τη στοιχειοθέτηση της ευθύνης τους [6].

5. Ο ενδιάμεσος, από την άλλη πλευρά, καθιστά τεχνικώς δυνατή μια τέτοια προσβολή από τρίτους και έχει τον έλεγχο της πλατφόρμας του. Επομένως, δύναται, κατ' αρχήν τουλάχιστον, να θέσει τέλος στην προσβολή αυτή. Ως εκ τούτου, φαίνεται πιο αποτελεσματικό για τον δικαιούχο

[3] Ullrich, C., *Unlawful Content Online, Towards a New Regulatory Framework for Online Platforms*, Luxemburger Juristische Studien, Nomos, Baden-Baden, 2021, σ. 32.

[4] Marsoof, A., *Internet Intermediaries and Trademark Rights*, Routledge Research in Intellectual Property, Routledge, Abingdon, 2019, σ. 2.

[5] Ο όγκος των προϊόντων παραποιήσεως/απομιμήσεως τα οποία κυκλοφορούν παγκοσμίως αντιπροσωπεύει πλέον περίπου 2,5 % του παγκοσμίου εμπορίου. Βλ. OECD/EUIPO, *Global Trade in Fakes: A Worrying Threat*, Illicit Trade, 2021, OECD Publishing, Παρίσι 2021, σ. 61.

[6] Van Eecke, P., «Online service providers and liability: A plea for a balanced approach», *Common Market Law Review*, 2011, αριθ. 48, τόμος 5, σ. 1455.

του σήματος να επιδιώξει τη στοιχειοθέτηση της ευθύνης του ενδιαμέσου και όχι του τρίτου πωλητή [7], είτε πρόκειται για άμεση ευθύνη του ενδιάμεσου –ως προσβάλλοντος– είτε για έμμεση ευθύνη του –λόγω των ενεργειών τρίτων μέσω των υπηρεσιών του [8].

6. Ωστόσο, το συμφέρον των δικαιούχων εμπορικών σημάτων για θεμελίωση της ευθύνης των ενδιαμέσων δεν μπορεί να εκτιμάται μεμονωμένα και δεν μπορεί, αφεαυτού, να αποτελεί δικαιολογητική βάση ώστε οι ενδιάμεσοι να φέρουν πάντοτε ευθύνη για τυχόν προσβολές των δικαιωμάτων των εν λόγω δικαιούχων που λαμβάνουν χώρα στις πλατφόρμες τους. Το συμφέρον αυτό πρέπει να σταθμίζεται με άλλα αντικρουόμενα συμφέροντα [9].

7. Πρώτον, η έκταση της ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων θα μπορούσε θεωρητικώς να τους υποχρεώσει σε μια γενική εποπτεία κάθε ενδεχόμενης προσβολής του δικαίου των σημάτων στις πλατφόρμες τους. Δεύτερον, και κατά τον ίδιο τρόπο, εάν γινόταν δεκτό ότι οι διαδικτυακοί ενδιάμεσοι μπορεί να θεωρηθούν ότι ευθύνονται άμεσα για τυχόν προσβολές των δικαιωμάτων δικαιούχων σημάτων που λαμβάνουν χώρα στην πλατφόρμα τους, τούτο θα μπορούσε να αποτελέσει τροχοπέδη για την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων στον τομέα του διαδικτύου και, γενικότερα, κάθε μορφής καινοτομίας στον τομέα αυτό.

8. Η ανάγκη συμβιβασμού των αντικρουόμενων αυτών συμφερόντων οδήγησε τον νομοθέτη της Ένωσης στη θέσπιση μέτρων για την προστασία, σε κάποιο βαθμό, των διαδικτυακών ενδιαμέσων όσον αφορά τη στοιχειοθέτηση της ευθύνης τους λόγω πράξεων τρίτων στις πλατφόρμες τους –δηλαδή, όσον αφορά την έμμεση ευθύνη τους. Πράγματι, μολονότι η έμμεση ευθύνη δεν αποτελεί αντικείμενο εναρμονισμένου καθεστώτος στο δίκαιο της Ένωσης, εντούτοις, η οδηγία 2000/31 [10] προβλέπει περιπτώσεις απαλλαγής από την ευθύνη τις οποίες τα κράτη μέλη υποχρεούνται να θεσπίσουν. Επομένως, οι διαδικτυακοί ενδιάμεσοι δεν μπορεί να φέρουν ευθύνη για τυχόν παράνομες ενέργειες των χρηστών της πλατφόρμας τους στο πλαίσιο της δραστηριότητάς τους μετάδοσης πληροφοριών σε ένα δίκτυο επικοινωνιών ή παροχής προσβάσεως στο δίκτυο αυτό, της δραστηριότητας αποθηκεύσεως, γνωστής ως «caching», ή ακόμη της δραστηριότητας παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας [11]. Εξάλλου, στο πλαίσιο των ίδιων αυτών δραστηριοτήτων, δεν μπορεί να επιβάλλεται στους εν λόγω διαδικτυακούς ενδιαμέσους γενική υποχρέωση ελέγχου των πληροφοριών που μεταδίδουν ή αποθηκεύουν ούτε γενική υποχρέωση δραστήριας αναζήτησης γεγονότων ή περιστάσεων που δείχνουν ότι πρόκειται για παράνομες δραστηριότητες [12].

[7] Σχετικά με τη θεωρητική και οικονομική αιτιολόγηση της επιδίωξης στοιχειοθετήσεως της ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων, βλ. Marsoof, A., όπ.π., σ. 5 έως 10· Ullrich, C., όπ.π., σ. 104 έως 108· Ohly, A., «The Liability of Intermediaries for Trademark Infringement», *Research Handbook on Trademark Law Reform*, Dinwoodie, G.B., και Janis, M.D. (επιμ.), Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2021, σ. 396 έως 430.

[8] Επί της διακρίσεως μεταξύ κύριας και έμμεσης ευθύνης, βλ. προτάσεις του γενικού εισαγγελέα N. Jääskinen στην υπόθεση L'Oréal κ.λπ. (C-324/09, EU:C:2010:757, σημείο 54 επ.), ή ακόμη Kur, A., και Senftleben, M., *European Trade Mark Law: A commentary*, 2017, Oxford University Press, Οξφόρδη, 2017, σ. 691, και Ullrich, C., όπ.π., σ. 356 επ.

[9] Ohly, A., όπ.π., σ. 397.

[10] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο) (ΕΕ 2000, L 178, σ. 1, στο εξής: οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο).

[11] Άρθρα 12 έως 14 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

[12] Άρθρο 15 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

9. Περαιτέρω, μολονότι η οδηγία 2004/48/ΕΚ [13] προβλέπει ότι τα κράτη μέλη πρέπει να μεριμνούν ώστε οι δικαιούχοι να δύνανται να στραφούν κατά ενδιαμέσου οι υπηρεσίες του οποίου χρησιμοποιούνται από τρίτον για την προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας [14], εντούτοις τα μέτρα αυτά για την παύση τέτοιας προσβολής είναι ανεξάρτητα από την ενδεχόμενη ευθύνη του ενδιαμέσου για τα εν λόγω πραγματικά περιστατικά [15], οπότε το ζήτημα της μεταχειρίσεως των ενδιαμέσων για πράξεις που διαπράττονται από τρίτους μέσω των υπηρεσιών των ενδιαμέσων δεν εξετάζεται, κατά βάση, στην εν λόγω οδηγία.

10. Πέραν του ζητήματος της έμμεσης ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων, απομένει να καθοριστεί εάν οι διαδικτυακοί ενδιάμεσοι δύνανται να θεωρηθούν ως άμεσα υπεύθυνοι για τυχόν προσβολές των δικαιωμάτων των δικαιούχων εμπορικών σημάτων, και ειδικά όσον αφορά επιχειρήσεις έχουσες την εκμετάλλευση διαδικτυακών πλατφορμών πωλήσεων λόγω της υπάρξεως στην πλατφόρμα τους προσφορών προς πώληση προϊόντων που προσβάλλουν ορισμένο σήμα. Σε αντίθεση με την έμμεση ευθύνη των διαδικτυακών ενδιαμέσων, η οποία ρυθμίζεται από το εθνικό δίκαιο, υπό την επιφύλαξη των απαλλαγών από την ευθύνη που προβλέπει η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η θεμελίωση της άμεσης ευθύνης των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων λόγω της προσβολής, που λαμβάνει χώρα σε αυτές, των δικαιωμάτων δικαιούχων εμπορικών σημάτων εμπίπτει σαφώς στο δίκαιο της Ένωσης, και ειδικότερα στις διατάξεις του κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001 [16] (στο εξής: κανονισμός 2017/1001).

11. Επομένως, στο Δικαστήριο απόκειται να προβεί σε στάθμιση των εμπλεκομένων συμφερόντων, χαράσσοντας ένα όριο μεταξύ των περιπτώσεων στις οποίες δύναται να στοιχειοθετηθεί άμεση ευθύνη του φορέα που έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων και εκείνων στις οποίες ο εν λόγω φορέας δεν μπορεί να θεωρηθεί άμεσα υπεύθυνος για τυχόν προσβολή των δικαιωμάτων δικαιούχου σήματος στην πλατφόρμα της οποίας έχει την εκμετάλλευση. Η νομολογία του Δικαστηρίου σχετικά με την ερμηνεία του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 [17], αποσαφηνίζοντας την έννοια της «χρήσεως» του σήματος στις συναλλαγές, κατέστησε σε ορισμένο βαθμό δυνατή τη θέσπιση ενός τέτοιου ορίου [18], καθόσον η συγκεκριμένη έννοια σκοπεί στον προσδιορισμό των συμπεριφορών τις οποίες ο δικαιούχος σήματος μπορεί να απαγορεύσει σε τρίτους.

12. Ωστόσο, η διαρκής καινοτομία στον τομέα του διαδικτύου, της οποίας η ανάγκη διασφαλίσεως δικαιολόγησε την εκτεταμένη προστασία της δραστηριότητας των ενδιαμέσων στον τομέα αυτό, οδήγησε επίσης στην εξέλιξη του μοντέλου των διαδικτυακών πλατφορμών πωλήσεων σε σημαντικό βαθμό. Η Amazon, ειδικότερα, δεν μπορεί να θεωρηθεί παραδοσιακή πλατφόρμα πωλήσεων.

[13] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Απριλίου 2004, σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΕΕ 2004, L 157, σ. 45, και διορθωτικό ΕΕ 2004, L 195, σ. 16).

[14] Άρθρο 11 της οδηγίας 2004/48.

[15] Βλ. απόφαση της 7ης Ιουλίου 2016, Tommy Hilfiger Licensing κ.λπ. (C-494/15, EU:C:2016:528, σκέψη 22). Επί του ζητήματος αυτού, βλ. επίσης Husovec, M., *Injunctions against Intermediaries in the European Union, Accountable but not Liable*?, Cambridge University Press, Κέιμπριτζ, 2017, σ. 62 επ.

[16] Κανονισμός του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ 2017, L 154, σ. 1).

[17] Ή του προϊσχύσαντος κανονισμού (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 2009, L 78, σ. 1).

[18] Βλ. ανάλυση της νομολογίας αυτής στα σημεία 49 επ. των παρουσών προτάσεων.

13. Συγκεκριμένα, όπως επισημαίνουν τα αιτούντα δικαστήρια, η Amazon είναι γνωστός διανομέας και, συγχρόνως, φορέας εκμετάλλευσης πλατφόρμας πωλήσεων. Η Amazon δημοσιεύει στον ιστότοπό της διαδικτυακών πωλήσεων τόσο καταχωρίσεις σχετικές με δικά της προϊόντα, τα οποία πωλεί και αποστέλλει επ' ονόματί της, όσο και καταχωρίσεις τρίτων πωλητών. Επιπλέον, ο τρόπος λειτουργίας της καθιστά δυνατό η αποστολή προϊόντων που προσφέρονται προς πώληση στην πλατφόρμα της από τρίτους πωλητές να διεκπεραιώνεται είτε από αυτούς είτε από την Amazon, η οποία αποθηκεύει τα προϊόντα αυτά στα κέντρα διανομής της και τα αποστέλλει στους αγοραστές από τις εγκαταστάσεις της.

14. Τα στοιχεία αυτά, τα οποία καθιστούν το μοντέλο της εν λόγω εταιρίας «υβριδικό» μοντέλο [19], συνιστούν ένα νέο πλαίσιο για την ανάλυση του ζητήματος κατά πόσον ο φορέας εκμετάλλευσης μιας τέτοιου είδους πλατφόρμας πωλήσεων μπορεί να θεωρηθεί άμεσα υπεύθυνος για την προσβολή των δικαιωμάτων των δικαιούχων σήματος στην πλατφόρμα του, καθόσον φέρεται να έχει κάνει χρήση του εν λόγω σήματος κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001, αποτελούν δε την αφορμή για την υποβολή των υποβληθέντων στις υπό κρίση υποθέσεις προδικαστικών ερωτημάτων.

15. Επομένως, οι υπό κρίση υποθέσεις παρέχουν στο Δικαστήριο τη δυνατότητα να αποσαφηνίσει την έννοια της «χρήσεως» και, ως εκ τούτου, τις αρχές που πρέπει να διέπουν το ζήτημα της άμεσης ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων σε περίπτωση κατά την οποία λάβει χώρα στην πλατφόρμα τους προσβολή δικαιωμάτων επί σημάτων.

II. Το νομικό πλαίσιο

A. Ο κανονισμός 2017/1001

16. Η αιτιολογική σκέψη 13 του κανονισμού 2017/1001 έχει ως εξής:

«Μπορεί να υπάρξει σύγχυση ως προς την εμπορική πηγή από την οποία προέρχονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες, όταν μια εταιρεία χρησιμοποιεί σημείο ταυτόσημο ή παρόμοιο με εμπορική επωνυμία κατά τρόπο ώστε να δημιουργείται σύνδεσμος μεταξύ της εταιρείας που φέρει την επωνυμία αυτή και των προϊόντων ή υπηρεσιών που προέρχονται από αυτή. Επομένως, η παραβίαση σήματος της ΕΕ θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει τη χρήση του σημείου ως εμπορικής επωνυμίας ή παρόμοιας ένδειξης, εφόσον η χρήση γίνεται για τη διάκριση προϊόντων ή υπηρεσιών ως προς την εμπορική τους προέλευση.»

17. Το άρθρο 9 του κανονισμού 2017/1001, το οποίο φέρει τον τίτλο «Δικαιώματα που παρέχει το σήμα της ΕΕ», προβλέπει στις παραγράφους 1 έως 3 τα εξής:

«1. Με την καταχώριση σήματος της ΕΕ παρέχονται στον δικαιούχο αποκλειστικά δικαιώματα επ' αυτού.

[19] Ohly, A., όπ.π., σ. 413.

2. Με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων των δικαιούχων που έχουν αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ή την ημερομηνία προτεραιότητας του σήματος της ΕΕ, ο δικαιούχος του εν λόγω σήματος της ΕΕ δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο που δεν έχει τη συγκατάθεσή του να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές για προϊόντα ή υπηρεσίες, οποιοδήποτε σημείο εφόσον:

α) το σημείο είναι ταυτόσημο με το σήμα της ΕΕ και χρησιμοποιείται για υπηρεσίες ή προϊόντα που ταυτίζονται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα της ΕΕ·

β) το σημείο είναι ταυτόσημο ή παρόμοιο με το σήμα της ΕΕ και χρησιμοποιείται για προϊόντα ή υπηρεσίες που ταυτίζονται ή ομοιάζουν με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα της ΕΕ, εάν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης από μέρους του κοινού· στον κίνδυνο σύγχυσης περιλαμβάνεται ο κίνδυνος συσχέτισης του σημείου και του σήματος·

γ) το σημείο είναι ταυτόσημο ή παρόμοιο με το σήμα της ΕΕ, ανεξαρτήτως εάν χρησιμοποιείται για προϊόντα ή υπηρεσίες που ταυτίζονται, ομοιάζουν ή δεν ομοιάζουν με προϊόντα ή υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα της ΕΕ, εφόσον το εν λόγω σήμα χαίρει φήμης στην Ένωση και η χρησιμοποίηση του σημείου χωρίς εύλογη αιτία θα προσπόριζε αθέμιτο όφελος από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του σήματος της ΕΕ ή θα ήταν επιζήμια για τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη αυτού.

3. Τα ακόλουθα, ειδικότερα, είναι δυνατόν να απαγορεύονται δυνάμει της παραγράφου 2:

[...]

β) η προσφορά των προϊόντων, η εμπορία ή η αποθήκευσή τους προς τους σκοπούς αυτούς ή η προσφορά ή η παροχή υπηρεσιών υπό το σημείο αυτό·

[...]

δ) η χρησιμοποίηση του σημείου ως εμπορικού ονόματος ή εταιρικής επωνυμίας ή ως μέρους εμπορικού ονόματος ή εταιρικής επωνυμίας·

ε) η χρησιμοποίηση του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση·

στ) η χρησιμοποίηση του σημείου σε συγκριτική διαφήμιση κατά τρόπο που αντίκειται στην οδηγία 2006/114/ΕΚ [20].»

Β. Η οδηγία 2004/48

18. Το άρθρο 11 της οδηγίας 2004/48/ΕΚ, το οποίο φέρει τον τίτλο «Απαγορευτική διάταξη δικαστηρίου», προβλέπει τα εξής:

«Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε, όταν έχει εκδοθεί δικαστική απόφαση που διαπιστώνει προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας, οι αρμόδιες δικαστικές αρχές να δύνανται να απαγορεύουν στον παραβάτη τη συνέχιση της εν λόγω προσβολής στο μέλλον. Εφόσον το

[20] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (ΕΕ 2006, L 376, σ. 21).

προβλέπει η εθνική νομοθεσία, η μη συμμόρφωση προς την απαγόρευση αυτή υπόκειται, εφόσον απαιτείται, σε επαναληπτικές χρηματικές ποινές, προκειμένου να διασφαλισθεί η συμμόρφωση. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι δικαιούχοι να δύνανται να στραφούν κατά ενδιαμέσου, οι υπηρεσίες του οποίου χρησιμοποιούνται από τρίτον για την προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας, με την επιφύλαξη του άρθρου 8 παράγραφος 3 της οδηγίας 2001/29/ΕΚ [21].»

19. Το άρθρο 13 της οδηγίας αυτής, το οποίο φέρει τον τίτλο «Αποζημίωση», προβλέπει τα ακόλουθα:

«1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι αρμόδιες δικαστικές αρχές, κατόπιν αιτήσεως του ζημιωθέντος, να καταδικάζουν τον παραβάτη ο οποίος προέβη σε προσβολή του δικαιώματος από δόλο ή βαριά αμέλεια, να καταβάλει στον δικαιούχο του δικαιώματος αποζημίωση αντίστοιχη προς την πραγματική ζημία που υπέστη ο δικαιούχος εξαιτίας της προσβολής του δικαιώματός του διανοητικής ιδιοκτησίας.

[...]

2. Σε περιπτώσεις κατά τις οποίες ο παραβάτης προέβη στην προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας εν αγνοία του ή ενώ δεν υπήρχαν βάσιμοι λόγοι να το γνωρίζει, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν τη δυνατότητα των δικαστικών αρχών να διατάσσουν την αναζήτηση των κερδών ή την καταβολή αποζημίωσης, η οποία μπορεί να είναι προκαθορισμένη.»

Γ. Η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο

20. Η αιτιολογική σκέψη 48 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει ως εξής:

«Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να απαιτούν από τους φορείς παροχής υπηρεσιών, οι οποίοι φιλοξενούν πληροφορίες τις οποίες παρέχουν οι αποδέκτες των υπηρεσιών τους, να ασκούν καθήκοντα μέριμνας τα οποία ευλόγως μπορούν να αναμένονται εκ μέρους των και τα οποία προσδιορίζονται στο εθνικό δίκαιο, προκειμένου να αποκαλύπτονται και να προλαμβάνονται ορισμένες μορφές παράνομης δραστηριότητας.»

21. Το άρθρο 14 της οδηγίας αυτής, το οποίο φέρει τον τίτλο «Φιλοξενία», ορίζει στην παράγραφο 1 τα εξής:

«Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι σε περίπτωση παροχής μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας η οποία συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών παρεχομένων από έναν αποδέκτη υπηρεσίας, δεν υφίσταται ευθύνη του φορέα παροχής της υπηρεσίας για τις πληροφορίες που αποθηκεύονται μετά από αίτηση αποδέκτη της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι:

α) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας δεν γνωρίζει πραγματικά ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία και ότι, σε ό,τι αφορά αξιώσεις αποζημιώσεως, δεν γνωρίζει τα γεγονότα ή τις περιστάσεις από τις οποίες προκύπτει η παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορία,

ή

[21] Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Μαΐου 2001, για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας (ΕΕ 2001, L 167, σ. 10).

β) ο φορέας παροχής της υπηρεσίας, μόλις αντιληφθεί τα προαναφερθέντα, αποσύρει ταχέως τις πληροφορίες ή καθιστά την πρόσβαση σε αυτές αδύνατη.»

III. Οι διαφορές των κύριων δικών, τα προδικαστικά ερωτήματα και οι διαδικασίες ενώπιον του Δικαστηρίου

22. Ο C. Louboutin είναι Γάλλος σχεδιαστής υποδημάτων του οποίου τα πλέον γνωστά προϊόντα είναι γυναικεία ψηλοτάκουνα υποδήματα. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 έθεσε στα υποδήματά του μια εξωτερική σόλα κόκκινου χρώματος, υπό τον κωδικό Pantone 18.1663TP.

23. Το χρώμα αυτό, το οποίο τίθεται επί της σόλας ψηλοτάκουνου υποδήματος, έχει καταχωριστεί ως σήμα της Μπενελούξ με αριθμό 0874489 και ως σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης με αριθμό 8845539 [22]. Το σήμα αυτό προστατεύεται για τα ακόλουθα προϊόντα: «Ψηλοτάκουνα υποδήματα (εκτός από [ορθοπεδικά υποδήματα])».

24. Η Amazon είναι επιχείρηση που ειδικεύεται στην προσφορά προς πώληση ποικίλων αγαθών και υπηρεσιών, τόσο άμεσα για ίδιο λογαριασμό, όσο και έμμεσα, ως πλατφόρμα πωλήσεων για τρίτους πωλητές.

25. Στους ιστοτόπους της Amazon εμφανίζονται τακτικά διαφημιστικές καταχωρίσεις για υποδήματα με κόκκινες σόλες, οι οποίες, κατά τον C. Louboutin, αφορούν προϊόντα για την κυκλοφορία των οποίων ο ίδιος δεν έχει δώσει τη συγκατάθεσή του.

A. Η υπόθεση C-148/21

26. Με πράξη δικαστικού επιμελητή της 19ης Σεπτεμβρίου 2019, ο C. Louboutin, επικαλούμενος προσβολή των αποκλειστικών δικαιωμάτων που απορρέουν από το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης του οποίου είναι δικαιούχος, επέδωσε στις εδρεύουσες στο Λουξεμβούργο θυγατρικές εταιρίες της Amazon κλήση να εμφανιστούν ενώπιον του tribunal d'arrondissement de Luxembourg (πρωτοδικείου Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο), τμήμα εμπορικών διαφορών. Ο C. Louboutin ζητεί η Amazon να κριθεί υπεύθυνη για την προσβολή του προαναφερθέντος σήματός του, να παύσει –επ' απειλή χρηματικής ποινής– να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές σημεία πανομοιότυπα με το σήμα αυτό για το σύνολο του εδάφους της Ένωσης, πλην του εδάφους της Μπενελούξ το οποίο καλύπτεται από απόφαση του βελγικού δικαστηρίου, και να αναγνωριστεί δικαίωμα αποζημιώσεως προς αποκατάσταση της ζημίας που προκλήθηκε από την επίμαχη παράνομη χρήση.

27. Τα αιτήματα του C. Louboutin ερείδονται στο άρθρο 9, παράγραφος 2, στοιχείο α', του κανονισμού 2017/1001. Ο C. Louboutin υποστηρίζει συγκεκριμένα ότι η Amazon έκανε χρήση, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείου πανομοιότυπου με το σήμα του οποίου είναι δικαιούχος για προϊόντα ή υπηρεσίες οι οποίες ταυτίζονται με προϊόντα ή υπηρεσίες για τις οποίες το σήμα αυτό έχει καταχωριστεί, ιδίως με την ανάρτηση στους ιστοτόπους πωλήσεων της εν λόγω εταιρίας διαφημιστικών καταχωρίσεων σχετικών με προϊόντα που φέρουν το επίμαχο σημείο, αλλά και με την κατοχή, αποστολή και παράδοση των προϊόντων αυτών. Κατά τον C. Louboutin, η χρήση αυτή είναι καταλογιστέα στην Amazon, στο μέτρο που η εν λόγω εταιρία διαδραμάτισε ενεργό

[22] Σύμφωνα με την καταχώριση, «[το] σήμα συνίσταται στο κόκκινο χρώμα (κωδικός Pantone αριθ.°18.1663TP) που εφαρμόζεται στη σόλα ενός παπουτσιού όπως απεικονίζεται (το περίγραμμα του παπουτσιού δεν αποτελεί επομένως μέρος του σήματος αλλά έχει ως στόχο να τονίσει το σημείο αναγραφής του σήματος)».

ρόλο στην τέλεση των πράξεων που συνιστούν τη χρήση και στο μέτρο που οι καταχωρίσεις σχετικά με τα προϊόντα που προσβάλλουν το σήμα του αποτελούσαν μέρος της δικής της εμπορικής επικοινωνίας. Επομένως, κατά την άποψή του, η Amazon δεν μπορεί να θεωρηθεί ως απλός φορέας παροχής φιλοξενίας ή ως ουδέτερος ενδιάμεσος φορέας.

28. Η Amazon αμφισβητεί ότι μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για τη χρήση του σήματος. Επικαλείται διάφορες αποφάσεις του Δικαστηρίου σχετικές με άλλες πλατφόρμες, όπως η eBay, προκειμένου να υποστηρίξει ότι, ως έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, δεν μπορεί να υπέχει ευθύνη για τη χρήση του σήματος αυτού από τρίτους πωλητές που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα της. Υποστηρίζει ότι ο τρόπος λειτουργίας της πλατφόρμας πωλήσεών της, στην οποία έχουν πρόσβαση τρίτοι πωλητές, δεν διαφέρει ουσιωδώς από τον τρόπο λειτουργίας άλλων πλατφορμών πωλήσεων και ότι το γεγονός ότι το λογότυπο της Amazon εμφανίζεται στις καταχωρίσεις των εν λόγω τρίτων πωλητών στους ιστοτόπους της δεν σημαίνει ότι αυτή οικειοποιείται τις συγκεκριμένες καταχωρίσεις. Κατά την Amazon, οι παρεπόμενες υπηρεσίες που αυτή προσφέρει δεν μπορούν να δικαιολογήσουν το να θεωρούνται οι προσφορές τρίτων ως διαφημιστικές καταχωρίσεις οι οποίες αποτελούν μέρος της δικής της επικοινωνίας. Επισημαίνει ότι το γεγονός ότι ένας πάροχος υπηρεσιών δημιουργεί τις αναγκαίες τεχνικές προϋποθέσεις για τη χρήση ενός σημείου και λαμβάνει αμοιβή για την υπηρεσία αυτή δεν σημαίνει ότι ο παρέχων τη συγκεκριμένη υπηρεσία προβαίνει ο ίδιος σε χρήση του εν λόγω σημείου.

29. Κατά το αιτούν δικαστήριο, πρέπει να εξεταστεί εάν ο ιδιαίτερος τρόπος με τον οποίο λειτουργούν οι πλατφόρμες που εκμεταλλεύεται η Amazon μπορεί να συνεπάγεται ότι υφίσταται χρήση σημείου ταυτόσημου με το σήμα λόγω του γεγονότος ότι οι διαφημιστικές καταχωρίσεις τρίτων πωλητών ενσωματώνονται στην εμπορική επικοινωνία της εν λόγω εταιρίας.

30. Κατά πρώτον, το αιτούν δικαστήριο παραπέμπει στην απόφαση L'Oréal κ.λπ.[23] (στο εξής: απόφαση eBay), στην οποία το Δικαστήριο έκρινε ότι η εκ μέρους τρίτου «χρήση» πανομοιότυπου ή παρεμφερούς προς το σήμα του δικαιούχου σημείου, σημαίνει, τουλάχιστον, ότι ο τρίτος χρησιμοποιεί το σημείο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας, για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η επιχείρηση που εκμεταλλεύεται διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων δεν κάνει τέτοια χρήση. Ωστόσο, το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι στο μέτρο που η απόφαση αυτή αφορούσε την πλατφόρμα eBay, η οποία είναι γνωστό ότι ενεργεί, όσον αφορά τη δημοσίευση καταχωρίσεων των χρηστών της, όχι ως πωλητής και διανομέας αλλά μόνον ως ενδιάμεσος, η συγκεκριμένη νομολογία δεν δύναται, κατά το αιτούν δικαστήριο, να έχει άνευ ετέρου εφαρμογή σε μια πλατφόρμα η οποία λειτουργεί με διαφορετικό τρόπο.

31. Το αιτούν δικαστήριο κρίνει, συναφώς, ότι δεν πρέπει να εξετάζεται μεμονωμένα κάθε στοιχείο των προσφορών προς πώληση, όπως παρουσιάζονται στους ιστοτόπους της Amazon, αλλά θα πρέπει να αξιολογείται η γενικότερη στρατηγική, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν το μοντέλο πωλήσεων που εφαρμόζει η εν λόγω εταιρία ενδέχεται να διαφέρει από εκείνο μιας πλατφόρμας πωλήσεων υπό τη στενή έννοια του όρου και εάν, ως εκ τούτου, συνεπάγεται ενδεχομένως διαφορετική ευθύνη.

32. Το αιτούν δικαστήριο υποστηρίζει ότι το Δικαστήριο, παρά την πλούσια νομολογία του, δεν έχει αποφανθεί επί του ζητήματος κατά πόσον ένας διανομέας προϊόντων στο διαδίκτυο ο οποίος συγχρόνως εκμεταλλεύεται διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων μπορεί να θεωρηθεί ότι εντάσσει τις προσφορές τρίτων στη δική του εμπορική επικοινωνία. Συγκεκριμένα, η νομολογία

[23] Απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011 (C-324/09, EU:C:2011:474).

αυτή στηρίζεται στην παραδοχή ότι οι καταχωρίσεις τρίτων δεν αποτελούν μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της έχουσας την εκμετάλλευση της πλατφόρμας επιχείρησης, γεγονός που στην προκειμένη περίπτωση θα είχε ως συνέπεια η Amazon να θεωρηθεί αποκλειστικώς ως έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων επιχείρηση.

33. Το αιτούν δικαστήριο παρατηρεί ότι στην απόφαση Coty Germany[24] το Δικαστήριο προσέγγισε το εν λόγω ζήτημα αποκλειστικώς υπό το πρίσμα της αποθηκεύσεως των προϊόντων, χωρίς να προβεί σε ευρύτερη ανάλυση του εμπορικού μοντέλου της Amazon, με αποτέλεσμα το Δικαστήριο να μην έχει λάβει θέση επί του τιθέμενου ενώπιόν του στην υπό κρίση υπόθεση ζητήματος, το οποίο δεν αφορά μόνον την αποθήκευση από την Amazon προϊόντων τα οποία πωλούνται από τρίτους, αλλά θέτει και ένα ευρύτερο ζήτημα, ήτοι κατά πόσον οι προσφορές τρίτων θα πρέπει να θεωρούνται ότι ενσωματώνονται από την Amazon στη δική της εμπορική επικοινωνία.

34. Το αιτούν δικαστήριο προσθέτει ότι το γεγονός ότι το ευρύτερο αυτό ζήτημα θα μπορούσε ενδεχομένως να επιλυθεί στο πλαίσιο της νομοθεσίας της Ένωσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν μπορεί να αποκλείσει μετά βεβαιότητας τυχόν ευθύνη βάσει της προστασίας των σημάτων.

35. Κατά δεύτερον, το αιτούν δικαστήριο διερωτάται εάν η αντίληψη του κοινού έχει σημασία για τον περισσότερο ή λιγότερο ενεργό ρόλο της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση πλατφόρμας πωλήσεων κατά τη δημοσίευση των καταχωρίσεων. Πιο συγκεκριμένα, διερωτάται εάν το γεγονός ότι μια καταχώριση ή μια προσφορά τρίτου προς πώληση ενσωματώνεται, κατά την αντίληψη του κοινού, στην εμπορική επικοινωνία επιχείρησης έχουσας την εκμετάλλευση ψηφιακής πλατφόρμας πωλήσεων ισοδυναμεί με πραγματική ένταξη της προσφοράς στην εμπορική επικοινωνία της τελευταίας, όπερ συνεπάγεται, ως εκ τούτου, ευθύνη της εν λόγω έχουσας την εκμετάλλευση επιχειρήσεως υπό το πρίσμα του δικαίου των σημάτων.

36. Τέλος, κατά τρίτον, το αιτούν δικαστήριο διερωτάται εάν η έχουσα την εκμετάλλευση πλατφόρμας επιχείρηση πρέπει να θεωρείται ότι χρησιμοποιεί ένα σημείο, οσάκις αποστέλλει προϊόντα που φέρουν το επίμαχο σημείο. Εκτιμά ότι, με την απόφαση Coty, το Δικαστήριο δεν αποφάνθηκε επί του ζητήματος της αποστολής των προϊόντων κατόπιν της αποθηκεύσεως, στο μέτρο που, στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η εν λόγω απόφαση, η αποστολή είχε πραγματοποιηθεί από εξωτερικό πάροχο υπηρεσιών.

37. Υπό τις συνθήκες αυτές, το tribunal d'arrondissement de Luxembourg (πρωτοδικείο Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του [κανονισμού 2017/1001] την έννοια ότι η χρήση σημείου ταυτόσημου με ορισμένο σήμα στο πλαίσιο διαφημιστικής καταχωρίσεως που αναρτάται σε [διαδικτυακό] ιστότοπο καταλογίζεται στην έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση ή σε οικονομικώς συνδεδεμένες με αυτήν οντότητες, για τον λόγο ότι στον ιστότοπο αυτόν συνδυάζονται προσφορές προς πώληση της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως ή οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων και προσφορές προς πώληση τρίτων πωλητών, όταν οι διαφημιστικές αυτές καταχωρίσεις εντάσσονται στην εμπορική επικοινωνία της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως ή των οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων;

Ενισχύεται η ένταξη αυτή από το γεγονός ότι:

[24] Απόφαση της 2ας Απριλίου 2020 (C-567/18, στο εξής: απόφαση Coty, EU:C:2020:267).

– η παρουσίαση των διαφημιστικών καταχωρίσεων στον ιστότοπο γίνεται κατά τρόπο ομοιόμορφο;

– οι διαφημιστικές καταχωρίσεις της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως και των οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων, αφενός, και των τρίτων πωλητών, αφετέρου, αναρτώνται χωρίς να γίνεται διάκριση ως προς την προέλευσή τους, ο δε λογότυπος της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως ή οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων εμφανίζεται ευκρινώς στις διαφημιστικές καταχωρίσεις σε ιστοσελίδες τρίτων υπό τη μορφή "pop-up" (αναδυόμενων διαφημιστικών μηνυμάτων);

– η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση ή οικονομικώς συνδεδεμένες με αυτήν οντότητες προσφέρουν πλήρεις υπηρεσίες στους τρίτους πωλητές, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται η συνδρομή κατά τη διαμόρφωση των διαφημιστικών καταχωρίσεων και τον καθορισμό των τιμών πωλήσεως, η αποθήκευση των προϊόντων και η αποστολή τους;

– ο ιστότοπος της έχουσας την εκμετάλλευση αυτού επιχειρήσεως και των οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων έχει σχεδιαστεί κατά τρόπον ώστε να παρουσιάζεται υπό τη μορφή καταστημάτων και ενδείξεων όπως "τα πρώτα σε πωλήσεις προϊόντα", "τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση" ή "τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη προσφορά", χωρίς εκ πρώτης όψεως να γίνεται διάκριση μεταξύ αφενός των προϊόντων της ίδιας της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως και των οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων και αφετέρου των προϊόντων τρίτων πωλητών;

2) Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του [κανονισμού 2017/1001] την έννοια ότι η χρήση σημείου ταυτόσημου με ορισμένο σήμα στο πλαίσιο διαφημιστικής καταχωρίσεως που αναρτάται σε ιστότοπο διαδικτυακών πωλήσεων καταλογίζεται καταρχήν στην έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση ή σε οικονομικώς συνδεδεμένες με αυτήν οντότητες, εάν, κατά την αντίληψη των χρηστών οι οποίοι έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί, η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση ή οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτήν οντότητα συμμετείχε ενεργά στη δημιουργία της εν λόγω διαφημιστικής καταχωρίσεως ή η συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση γίνεται αντιληπτή ως μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της επιχειρήσεως αυτής;

Έχει σημασία για την αντίληψη αυτή:

– το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση και/ή οικονομικώς συνδεδεμένες με αυτήν οντότητες είναι πολύ γνωστός διανομέας των πλέον ποικίλων προϊόντων, μεταξύ των οποίων και προϊόντων της κατηγορίας που προβάλλει η διαφημιστική καταχώριση·

– ή το γεγονός ότι στην κατ' αυτόν τον τρόπο αναρτώμενη διαφημιστική καταχώριση εμφανίζεται τίτλος στον οποίον αναπαράγεται το σήμα που αφορά υπηρεσίες της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως ή οικονομικώς συνδεδεμένων με αυτήν οντοτήτων, το συγκεκριμένο δε σήμα χαίρει φήμης ως σήμα του διανομέα·

– ή ακόμη και το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση ή οικονομικώς συνδεδεμένες με αυτήν οντότητες προσφέρουν παράλληλα με την ανάρτηση της διαφημιστικής καταχωρίσεως και υπηρεσίες οι οποίες παραδοσιακά παρέχονται από

τους διανομείς προϊόντων της ίδιας κατηγορίας με εκείνη στην οποία ανήκει το προϊόν που προβάλλεται με τη διαφημιστική καταχώριση;

3) Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του [κανονισμού 2017/1001] την έννοια ότι η αποστολή στον τελικό καταναλωτή προϊόντος το οποίο φέρει σημείο ταυτόσημο με το σήμα, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών και χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου του σήματος, συνιστά χρήση που καταλογίζεται στον αποστολέα μόνον εφόσον ο αποστολέας τελεί πράγματι εν γνώσει της επίθεσης του συγκεκριμένου σημείου στο προϊόν;

Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου, εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα ανακοίνωσε στον τελικό καταναλωτή ότι έχει αναλάβει την αποστολή αυτή, αφού προηγουμένως είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα αποθηκεύσει προς τον σκοπό αυτό το προϊόν;

Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα συνέβαλε προηγουμένως ενεργά, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, στην ανάρτηση διαφημιστικής καταχωρίσεως του προϊόντος το οποίο φέρει το σημείο αυτό ή καταχώρισε την παραγγελία του τελικού καταναλωτή κατόπιν της εν λόγω διαφημιστικής καταχωρίσεως;»

38. Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως περιήλθε στο Δικαστήριο στις 8 Μαρτίου 2021. Γραπτές παρατηρήσεις κατέθεσαν οι διάδικοι της κύριας δίκης, καθώς και η Γερμανική Κυβέρνηση και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Οι ίδιοι μετέχοντες στη διαδικασία, με εξαίρεση τη Γερμανική Κυβέρνηση, παρέστησαν στην επ' ακροατηρίου συζήτηση της 22ας Φεβρουαρίου 2022.

Β. Η υπόθεση C-184/21

39. Στις 4 Οκτωβρίου 2019 ο C. Louboutin άσκησε ενώπιον του tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (πρωτοδικείου επιχειρηματικών διαφορών Βρυξελλών– γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο) αγωγή με αίτημα την παύση της χρήσεως του σήματός του από την Amazon και την αποκατάσταση της ζημίας που του προκάλεσε η χρήση αυτή.

40. Προς στήριξη της αγωγής του, ο C. Louboutin προβάλλει τα ίδια επιχειρήματα με αυτά που ανέπτυξε στην υπόθεση C-148/21, τονίζοντας, μεταξύ άλλων, ότι οι επίμαχες διαφημιστικές καταχωρίσεις, αφενός, εντάσσονται πλήρως στην εμπορική επικοινωνία της Amazon, καθόσον σε αυτές εμφανίζεται, στον τίτλο κάθε διαφημιστικής καταχωρίσεως, το ημιεικονιστικό σήμα Amazon, το οποίο χαίρει φήμης ως σήμα διανομέα, και αφετέρου, ως εκ της συνθέσεώς τους, ομοιάζουν με τις συνήθεις διαφημιστικές καταχωρίσεις των μεγάλων διανομέων. Ο C. Louboutin υποστηρίζει περαιτέρω ότι, στο πλαίσιο της εξέτασης του ζητήματος εάν μια διαφημιστική καταχώριση εντάσσεται στην εμπορική επικοινωνία ορισμένου προσώπου, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η αντίληψη του έχοντος τη συνήθη πληροφόρηση και ευλόγως προσεκτικού καταναλωτή ο οποίος είναι και ο αποδέκτης της συγκεκριμένης διαφημιστικής καταχωρίσεως. Εξάλλου, υποστηρίζει ότι η αποστολή στον αγοραστή προϊόντος το οποίο φέρει σημείο ταυτόσημο με σήμα συνιστά πράξη χρήσεως του εν λόγω σημείου.

41. Στην απάντησή της, η Amazon υποστηρίζει ότι οι φερόμενες ως προσβάλλουσες ορισμένο σήμα προσφορές υποδημάτων οι οποίες έχουν δημοσιευθεί στους ιστοτόπους πωλήσεών της από τρίτους πωλητές καθώς και η αποστολή των υποδημάτων αυτών που έχουν πωληθεί από τους τελευταίους δεν συνιστά χρήση του σήματος από την Amazon και ότι, κατά πάγια νομολογία, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αυτή υπέχει ευθύνη για τη (χωρίς συγκατάθεση) χρήση σήματος από

τρίτους. Η Amazon παραπέμπει, συναφώς, σε πρόσφατη απόφαση του cour d'appel de Bruxelles (εφετείου Βρυξελλών, Βέλγιο) [25], στην οποία το εν λόγω δικαστήριο έκρινε ότι «η εκ μέρους τρίτου πωλητή χρήση του σήματος στο πλαίσιο καταχωρίσεως προσφοράς προς πώληση προϊόντων που προσβάλλουν ορισμένο σήμα δεν μπορεί να καταλογιστεί στην επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων –έστω και αν η ταυτότητα της τελευταίας είναι εμφανής–, καθόσον η χρήση αυτή δεν εντάσσεται στη δική της εμπορική επικοινωνία».

42. Το αιτούν δικαστήριο εκτιμά ότι είναι συναφή με την επίλυση της ενώπιόν του υποβληθείσας διαφοράς τα ζητήματα, αφενός, υπό ποιες περιστάσεις μπορεί η χρήση σε διαφημιστική καταχώριση σημείου που προσβάλλει ορισμένο σήμα να καταλογιστεί στην επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση του ιστότοπου διαδικτυακών πωλήσεων, η οποία είναι επίσης διανομέας και, αφετέρου, εάν και υπό ποιες περιστάσεις πρέπει να ληφθεί υπόψη η αντίληψη του κοινού για τη συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση, προκειμένου να διαπιστωθεί σε ποιον καταλογίζεται μια τέτοια χρήση. Κατά το αιτούν δικαστήριο, το ίδιο ισχύει και για το ζήτημα των περιστάσεων υπό τις οποίες απεστάλη προϊόν φέρον σημείο που προσβάλλει σήμα, το οποίο, κατά το εν λόγω δικαστήριο, είναι αναγκαίο για την οριοθέτηση της εφαρμογής του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 στην υπό κρίση υπόθεση.

43. Υπό τις συνθήκες αυτές, το tribunal de l'entreprise francophone (πρωτοδικείο επιχειρηματικών διαφορών Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του [κανονισμού 2017/1001] την έννοια ότι η χρήση σημείου ταυτόσημου με ορισμένο σήμα στο πλαίσιο διαφημιστικής καταχωρίσεως που αναρτάται σε ιστότοπο καταλογίζεται καταρχήν στην έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση, εάν, κατά την αντίληψη των χρηστών οι οποίοι έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί, η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση συμμετείχε ενεργά στη δημιουργία της εν λόγω διαφημιστικής καταχωρίσεως ή η συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση μπορεί να γίνει αντιληπτή από τους χρήστες αυτούς ως μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της επιχειρήσεως αυτής;

Έχει σημασία για την αντίληψη αυτή:

– το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση είναι πολύ γνωστός διανομέας των πλέον ποικίλων προϊόντων, μεταξύ των οποίων και προϊόντων της κατηγορίας που προβάλλει η διαφημιστική καταχώριση·

– ή το γεγονός ότι στην κατ' αυτόν τον τρόπο αναρτώμενη διαφημιστική καταχώριση εμφανίζεται τίτλος στον οποίο αναπαράγεται το σήμα που αφορά υπηρεσίες της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχειρήσεως, το συγκεκριμένο δε σήμα χαίρει φήμης ως σήμα διανομέα·

– ή ακόμη και το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστοτόπου επιχείρηση προσφέρει παράλληλα με την ανάρτηση αυτής της διαφημιστικής καταχωρίσεως και υπηρεσίες οι οποίες παραδοσιακά παρέχονται από τους διανομείς προϊόντων της ίδιας κατηγορίας με εκείνη στην οποία ανήκει το προϊόν που προβάλλεται με τη διαφημιστική καταχώριση;

[25] Απόφαση της 25ης Ιουνίου 2020, RG/2019/AR/1480.

2) Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του [κανονισμού 2017/1001] την έννοια ότι η αποστολή στον τελικό καταναλωτή προϊόντος το οποίο φέρει σημείο ταυτόσημο με το σήμα, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών και χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου του σήματος, συνιστά χρήση που καταλογίζεται στον αποστολέα μόνον εφόσον ο αποστολέας τελεί πράγματι εν γνώσει της επίθεσης του συγκεκριμένου σημείου στο προϊόν;

   Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου, εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα ανακοίνωσε στον τελικό καταναλωτή ότι έχει αναλάβει την αποστολή αυτή αφού προηγουμένως είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα αποθηκεύσει προς τον σκοπό αυτό το προϊόν;

   Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα συνέβαλε προηγουμένως ενεργά, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, στην ανάρτηση διαφημιστικής καταχωρίσεως του προϊόντος το οποίο φέρει το σημείο αυτό ή καταχώρισε την παραγγελία του τελικού καταναλωτή κατόπιν της εν λόγω διαφημιστικής καταχωρίσεως;»

44. Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως περιήλθε στο Δικαστήριο στις 24 Μαρτίου 2021. Γραπτές παρατηρήσεις κατέθεσαν οι διάδικοι της κύριας δίκης, η Γερμανική Κυβέρνηση και η Επιτροπή. Οι ίδιοι διάδικοι, πλην της Γερμανικής Κυβέρνησης, παρέστησαν στην επ' ακροατηρίου συζήτηση της 22ας Φεβρουαρίου 2022.

IV. Ανάλυση

45. Επισημαίνω ότι τα προδικαστικά ερωτήματα που υποβλήθηκαν στο Δικαστήριο στο πλαίσιο των υποθέσεων C-148/21 και C-184/21 αφορούν όλα την ερμηνεία της έννοιας της «χρήσεως» κατά το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 και ότι τα στοιχεία που προβάλλονται με καθένα από τα ερωτήματα αυτά αλληλεπικαλύπτονται σε μεγάλο βαθμό[26]. Επομένως, θα προβώ στην από κοινού εξέτασή τους.

46. Με τα προδικαστικά ερωτήματά τους, τα αιτούντα δικαστήρια ζητούν, κατ' ουσίαν, να διευκρινιστεί εάν το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 έχει την έννοια ότι η επιχείρηση η οποία έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων πρέπει να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση ορισμένου σήματος στο πλαίσιο προσφοράς προς πώληση η οποία δημοσιεύεται από τρίτον στην πλατφόρμα αυτή, λόγω του ότι, αφενός, δημοσιεύει κατά τρόπο ομοιόμορφο τόσο τις δικές της προσφορές προς πώληση όσο και τις προσφορές τρίτων, χωρίς, κατά την προβολή τους, να διακρίνει όσον αφορά την προέλευσή τους, επιτρέποντας να εμφανίζεται στις εν λόγω διαφημιστικές καταχωρίσεις το δικό της λογότυπο πολύ γνωστού διανομέα και, αφετέρου, προσφέρει σε τρίτους πωλητές πρόσθετες υπηρεσίες αποθήκευσης και αποστολής των προϊόντων που διατίθενται ηλεκτρονικά στην πλατφόρμα της, ενημερώνοντας τους δυνητικούς αγοραστές ότι αναλαμβάνει η ίδια την παροχή των υπηρεσιών αυτών. Τα αιτούντα δικαστήρια ζητούν επιπλέον από το Δικαστήριο να διευκρινιστεί κατά πόσον η αντίληψη ενός χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός ασκεί επιρροή ως προς την ερμηνεία της κατά την ανωτέρω διάταξη έννοιας της «χρήσεως».

[26] Βλ. σημεία 90 και 91 των παρουσών προτάσεων.

47. Προκειμένου να απαντήσω στα προδικαστικά ερωτήματα, θα υπενθυμίσω καταρχάς τη νομολογία σχετικά με την έννοια της «χρήσεως» του σήματος κατά το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001, προκειμένου να εκθέσω τους λόγους για τους οποίους φρονώ ότι από τη νομολογία αυτή συνάγεται ότι η εφαρμογή της συγκεκριμένης έννοιας προϋποθέτει ότι λαμβάνεται υπόψη η αντίληψη του χρήστη της επίμαχης πλατφόρμας. Στη συνέχεια, θα αναλύσω τις συνέπειες μιας τέτοιας συνεκτιμήσεως όσον αφορά τον προσδιορισμό του κατά πόσον η Amazon, λόγω των ιδιαιτεροτήτων του τρόπου λειτουργίας της, όπως αυτές περιγράφονται από τα αιτούντα δικαστήρια, κάνει χρήση σήματος το οποίο εμφανίζεται σε προσφορά προς πώληση που τρίτος δημοσιεύει στον ιστότοπό της.

A. Ο καθορισμός του πλαισίου της ανάλυσης

48. Το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001, το οποίο επαναλαμβάνει κατ' ουσίαν το άρθρο 9, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009, προβλέπει ότι ο δικαιούχος σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο που δεν έχει τη συγκατάθεσή του να *χρησιμοποιεί* στις συναλλαγές σημείο πανομοιότυπο με το σήμα, σε περίπτωση που το σημείο αυτό χρησιμοποιείται για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπες με εκείνες για τις οποίες έχει καταχωριστεί το σήμα. Ωστόσο, οι διατάξεις του κανονισμού 2017/2001 δεν ορίζουν την έννοια της «χρήσεως», οπότε οι αρχές για την ερμηνεία της έννοιας αυτής διαμορφώθηκαν από τη νομολογία του Δικαστηρίου.

1. Ο ανεπαρκής χαρακτήρας του υφιστάμενου νομολογιακού ορισμού

49. Το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι ο όρος «χρησιμοποιεί» του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 υποδηλώνει, εκ μέρους του τρίτου, διαδικτυακού ενδιαμέσου, ενεργή συμπεριφορά και άμεσο ή έμμεσο έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση [27].

50. Η απαίτηση αυτή που αναφέρεται σε ενεργή συμπεριφορά και έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση προκύπτει, αφενός, από την οικονομία του άρθρου 9 του κανονισμού 2017/1001, δεδομένου ότι η εν λόγω διάταξη, στην παράγραφο 3, απαριθμεί ενδεικτικώς τα είδη χρήσεως που ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να απαγορεύσει και αναφέρεται αποκλειστικώς σε μορφές ενεργής συμπεριφοράς εκ μέρους του τρίτου [28]. Αφετέρου, η απαίτηση αυτή απορρέει από τον σκοπό του άρθρου 5, παράγραφος 1, του εν λόγω κανονισμού, ο οποίος συνίσταται στην παροχή στον δικαιούχο της δυνατότητας να απαγορεύει και, συνακόλουθα, να θέτει τέλος σε κάθε χρήση του σήματός του στην οποία προβαίνει, χωρίς τη συγκατάθεσή του, κάποιος τρίτος. Ωστόσο, μόνον ο τρίτος ο οποίος έχει τον έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση μπορεί πράγματι να παύσει τη χρήση αυτή [29]. Επομένως, η απαίτηση αυτή αποτελεί την έκφραση της αρχής κατά την οποία ουδείς υποχρεούται νομικώς στα αδύνατα [30].

[27] Αποφάσεις της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler (C-179/15, EU:C:2016:134, σκέψη 41), και της 2ας Ιουλίου 2020, mk advokaten (C-684/19, EU:C:2020:519, σκέψη 23).

[28] Απόφαση της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler (C-179/15, EU:C:2016:134, σκέψη 40).

[29] Απόφαση της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler (C-179/15, EU:C:2016:134, σκέψη 41).

[30] Βλ. Kur, A., και Senftleben, M., όπ.π., σ. 276.

51. Επιπλέον, το Δικαστήριο έχει παγίως κρίνει ότι η πράξη της χρήσεως από διαδικτυακό ενδιάμεσο προϋποθέτει, «κατ' ελάχιστον, ότι ο τελευταίος χρησιμοποιεί το σημείο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας»[31]. Η προϋπόθεση αυτή, η οποία αποτελεί άμεση προέκταση της προϋποθέσεως περί ενεργής συμπεριφοράς, αποτελεί, κατά τη γνώμη μου, τον πυρήνα της έννοιας της «χρήσεως» όσον αφορά έναν ενδιάμεσο ο οποίος δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο. Αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ότι συντρέχει χρήση ενός σημείου, ελλείψει της οποίας τέτοια χρήση δεν υφίσταται.

52. Επισημαίνεται ότι η προϋπόθεση ότι το σημείο πρέπει να χρησιμοποιείται από έναν διαδικτυακό ενδιάμεσο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας καθιστούσε πάντοτε μέχρι σήμερα δυνατό να αποκλείεται χρήση του από τον εν λόγω ενδιάμεσο. Στο πλαίσιο αυτό, με την απόφαση Google, το Δικαστήριο έκρινε ότι ο παρέχων υπηρεσία αντιστοίχισης δεν χρησιμοποιεί το σημείο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας, διότι απλώς παρέχει στους πελάτες του τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν οι ίδιοι σημεία πανομοιότυπα με σήμα, οπότε αυτός απλώς δημιουργεί τις αναγκαίες τεχνικές προϋποθέσεις για τη χρήση ενός σημείου[32]. Ομοίως, το Δικαστήριο, με την απόφαση eBay[33], έκρινε ότι η έχουσα την εκμετάλλευση πλατφόρμας πωλήσεων επιχείρηση δεν κάνει χρήση του επίμαχου σημείου στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας οσάκις παρέχει υπηρεσία συνιστάμενη στο να δίδεται η δυνατότητα στους πελάτες της να αναρτούν το συγκεκριμένο σημείο στο πλαίσιο των εμπορικών δραστηριοτήτων τους και, με την απόφαση Coty[34], ότι η αποθήκευση προϊόντων που φέρουν το επίμαχο σημείο δεν συνιστά χρήση του σημείου αυτού στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας τρίτου όταν αυτός δεν προσφέρει ο ίδιος τα οικεία προς πώληση προϊόντα ούτε τα διαθέτει στο εμπόριο.

53. Εντούτοις, επισημαίνεται ότι η εν λόγω προϋπόθεση ουδέποτε προσδιορίστηκε λεπτομερέστερα στη νομολογία του Δικαστηρίου ούτε η θεωρία ασχολήθηκε με το ζήτημα αυτό σε περισσότερο βάθος[35], με αποτέλεσμα να μην είναι σαφές τι καλύπτει η έννοια της «χρήσεως» ενός σημείου από ενδιάμεσο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας[36]. Το γεγονός ότι ο όρος αυτός έχει χρησιμοποιηθεί αποκλειστικώς αρνητικά, προκειμένου να καταδειχθεί ότι δεν υπήρξε χρήση ενός σημείου ακόμη και υπό περιστάσεις που οδήγησαν στην ανακάλυψη της χρήσης, ενισχύει σε μεγάλο βαθμό αυτή την έλλειψη ακρίβειας.

54. Επομένως, μολονότι εκ πρώτης όψεως από την ανάγνωση της νομολογίας του Δικαστηρίου δεν είναι ευχερές να προσδιοριστεί κατά τρόπο θετικό η έννοια της «χρήσεως» ενός σημείου από έναν ενδιάμεσο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας και πώς μπορεί να διαπιστωθεί ότι πληρούται η προϋπόθεση αυτή, εντούτοις μια προσεκτικότερη ανάλυση της έννοιας αυτής καθιστά δυνατή την οριοθέτηση του περιεχομένου της.

31 Απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, Google France και Google (C-236/08 έως C-238/08, στο εξής: απόφαση Google, EU:C:2010:159, σκέψη 56)· απόφαση eBay (σκέψη 102) και απόφαση Coty (σκέψη 39).

32 Απόφαση Google (σκέψεις 56 και 57).

33 Σκέψη 102 της αποφάσεως αυτής.

34 Σκέψη 47 της εν λόγω αποφάσεως. Σχετικά με τη διαπίστωση ότι δεν συντρέχει χρήση σημείου επειδή η χρήση του δεν γίνεται στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας σε περιπτώσεις που δεν αφορούν διαδικτυακούς ενδιάμεσους, βλ. επίσης αποφάσεις της 15ης Δεκεμβρίου 2011, Frisdranken Industrie Winters (C-119/10, EU:C:2011:837), και της 16ης Ιουλίου 2015, TOP Logistics κ.λπ. (C-379/14, EU:C:2015:497).

35 Τούτο επισημαίνεται από ορισμένους συγγραφείς. Βλ. Marsoof, A., όπ.π., σ. 37· Carsten, U., όπ.π., σ. 358.

36 Σχετικά με την ασάφεια της έννοιας της «χρήσεως», βλ. Kur, A., και Senftleben, M., όπ.π., σ. 275.

2. Η χρήση σημείου από ενδιάμεσο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας: μια έννοια που ενσωματώνει αναγκαστικά την οπτική γωνία του χρήστη της πλατφόρμας

55. Ως εμπορική επικοινωνία μιας επιχειρήσεως νοείται γενικά κάθε μορφή επικοινωνίας που αποσκοπεί στην προώθηση της δραστηριότητάς της, των αγαθών ή των υπηρεσιών της, ή στην ένδειξη της άσκησης τέτοιας δραστηριότητας. Απευθύνεται σε τρίτους σε σχέση με την εν λόγω επιχείρηση, με σκοπό τη γνωστοποίηση και την προβολή της δραστηριότητας της επιχείρησης αυτής. Επομένως, έχει αμιγώς εξωτερικό χαρακτήρα, δεδομένου ότι ο όρος «επικοινωνία» ορίζεται, εξάλλου, κοινώς ως η πράξη της γνωστοποιήσεως, της ενημερώσεως κάποιου για κάτι [37].

56. Επομένως, η επικοινωνία νοείται μόνο στο πλαίσιο μιας σχέσης μεταξύ της επιχειρήσεως που κάνει χρήση του σημείου και τρίτων σε σχέση με την εν λόγω επιχείρηση, και, συνεπώς, η χρήση ενός σημείου από έναν διαδικτυακό ενδιάμεσο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας προϋποθέτει ότι το επίμαχο σημείο εμφανίζεται, προς τα έξω, ως αναπόσπαστο μέρος της επικοινωνίας αυτής. Με άλλα λόγια, ο ενδιάμεσος οικειοποιείται το σημείο σε τέτοιον βαθμό που το εν λόγω σημείο φαίνεται να αποτελεί μέρος της δραστηριότητάς του.

57. Η ιδέα αυτή δεν είναι καινούρια. Το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι χρήση σημείου υφίσταται οσάκις ο τρίτος «χρησιμοποιεί το σημείο κατά τρόπον ώστε να θεμελιώνεται σύνδεσμος μεταξύ του εν λόγω σημείου και των προϊόντων που εμπορεύεται ή των υπηρεσιών που παρέχει ο τρίτος» [38]. Εάν η προϋπόθεση σχετικά με την ύπαρξη ενός τέτοιου συνδέσμου δεν έχει έκτοτε υιοθετηθεί ρητώς όσον αφορά τους διαδικτυακούς ενδιαμέσους και έχει αντικατασταθεί από την προϋπόθεση περί χρήσεως του σημείου στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας του ίδιου του ενδιαμέσου, τούτο οφείλεται στο γεγονός ότι η τελευταία προϋπόθεση στηρίζεται στην ίδια λογική.

58. Ειδικότερα, η προϋπόθεση περί χρήσεως του σημείου στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας προϋποθέτει ότι ο διαδικτυακός ενδιάμεσος χρησιμοποιεί το σημείο αυτό κατά τέτοιον τρόπον ώστε να δημιουργείται στον αποδέκτη της εν λόγω επικοινωνίας η εντύπωση μιας ιδιαίτερης σχέσεως μεταξύ του ενδιάμεσου και του επίμαχου σημείου [39], η ιδιαίτερη δε αυτή σχέση απορρέει από την ιδιοποίηση του εν λόγω σημείου από τον ενδιάμεσο.

59. Επομένως, η εν λόγω προϋπόθεση πρέπει να αναλυθεί από τη σκοπιά του χρήστη της πλατφόρμας πωλήσεων, ο οποίος είναι ο αποδέκτης της εμπορικής επικοινωνίας της επιχειρήσεως που έχει την εκμετάλλευση της εν λόγω πλατφόρμας πωλήσεων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν το επίμαχο σημείο γίνεται αντιληπτό από τον εν λόγω χρήστη ως εντασσόμενο στην εμπορική αυτή επικοινωνία, υπό την έννοια ότι ο διαδικτυακός ενδιάμεσος έχει οικειοποιηθεί το εν λόγω σημείο.

[37] Ο όρος «επικοινωνία» θυμίζει, σε όσους είναι εξοικειωμένοι με το δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας, την έννοια της «παρουσιάσεως στο κοινό» του άρθρου 3, παράγραφος 1, της οδηγίας (ΕΕ) 2019/790 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 17ης Απριλίου 2019, για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα στην ψηφιακή ενιαία αγορά και την τροποποίηση των οδηγιών 96/9/ΕΚ και 2001/29/ΕΚ (ΕΕ 2019, L 130, σ. 92). Ωστόσο, δεν θα αναφερθώ στη νομολογία σχετικά με την ερμηνεία της έννοιας αυτής προκειμένου να προσδιορίσω την έννοια της «εμπορικής επικοινωνίας», όπως αυτή προκύπτει από τη νομολογία του Δικαστηρίου σχετικά με τη χρήση ενός σημείου. Η έννοια της «παρουσίασης στο κοινό» είναι στην πραγματικότητα αυτοτελής έννοια του δικαίου της Ένωσης η οποία λειτουργεί σε διαφορετικό πλαίσιο, στο οποίο το γεγονός της παροχής πρόσβασης σε ένα έργο συνιστά πάντοτε από μόνο του δυνητική προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας, ενώ η «χρήση» μπορεί να στοιχειοθετηθεί μόνο στις συναλλαγές και απαιτεί μια πιο εμπεριστατωμένη ανάλυση.

[38] Διάταξη της 19ης Φεβρουαρίου 2009, UDV North America (C-62/08, EU:C:2009:111, σκέψη 47).

[39] Όπως επισήμανε η γενική εισαγγελέας J. Kokott με τις προτάσεις της στην υπόθεση Frisdranken Industrie Winters (C-119/10, EU:C:2011:258, σημείο 28).

60. Επισημαίνω, εξάλλου, ότι την ανάγκη να υιοθετηθεί η οπτική του χρήστη της πλατφόρμας πωλήσεων υπογράμμισε ήδη ο γενικός εισαγγελέας M. Campos Sánchez Bordona με τις προτάσεις του στην υπόθεση Coty Germany[40], στις οποίες δήλωσε ότι «θα επικεντρω[θεί] στην οπτική του τελικού καταναλωτή» και επισήμανε ότι, «[σ]τον βαθμό κατά τον οποίο ο καταναλωτής θα μπορούσε να εκλάβει ότι [η έχουσα την εκμετάλλευση της πλατφόρμας πωλήσεων] είναι αυτή που εμπορεύεται [το προϊόν]», θα πρέπει να καταλήξει στη λύση «ότι υφίσταται χρήση του σήματος».

61. Ως εκ τούτου, φρονώ ότι είναι εγγενές στοιχείο της προϋποθέσεως που αφορά τη χρήση του σημείου από τρίτον στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας το να αξιολογείται η επικοινωνία αυτή από τη σκοπιά των αποδεκτών της, ήτοι του χρήστη στο διαδίκτυο της επίμαχης πλατφόρμας.

62. Περαιτέρω, πρέπει να διευκρινιστεί ποιος χρήστης της πλατφόρμας πωλήσεων πρέπει να ληφθεί υπόψη προκειμένου να καθοριστεί εάν, κατά την αντίληψή του, το επίμαχο σημείο ενσωματώνεται από την έχουσα την εκμετάλλευση επιχείρηση στη δική της εμπορική επικοινωνία. Τα αιτούντα δικαστήρια προκρίνουν να υιοθετηθεί η άποψη περί του «χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός».

63. Η φράση αυτή απηχεί το πρότυπο που χρησιμοποιείται προκειμένου να διαπιστωθεί εάν η χρήση ενός σημείου από τρίτον προσβάλλει μία από τις ουσιώδεις λειτουργίες του σήματος. Στο πλαίσιο της εξετάσεως αυτής, το Δικαστήριο ελέγχει, ειδικότερα, κατά πόσον είναι δυνατό «ένας χρήστης του διαδικτύου που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος να αντιληφθεί αν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες [που φέρουν το σήμα] προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή […] από τρίτον»[41].

64. Είναι αληθές, όπως επισημαίνουν η Επιτροπή και η Amazon, ότι το ζήτημα εάν η επιχείρηση η οποία έχει την εκμετάλλευση πλατφόρμας πωλήσεων κάνει χρήση σήματος και το ζήτημα εάν η χρήση αυτή δύναται να θίξει μία από τις λειτουργίες του σήματος αποτελούν δύο διακριτά ζητήματα.

65. Όσον αφορά το δεύτερο ζήτημα, η ανάλυση επικεντρώνεται στο προϊόν ή την υπηρεσία που φέρει το επίμαχο σημείο προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσον το σημείο αυτό μπορεί εσφαλμένως να εκληφθεί από καταναλωτή που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός ως προερχόμενο από τον δικαιούχο του σήματος. Όσον αφορά το πρώτο ζήτημα, αυτό δεν προϋποθέτει την εξέταση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που φέρει το επίμαχο σημείο, αλλά μόνον της εμπορικής επικοινωνίας της έχουσας την εκμετάλλευση πλατφόρμας επιχειρήσεως προκειμένου να προσδιοριστεί εάν το επίμαχο σημείο θεωρείται, κατά την αντίληψη των χρηστών της πλατφόρμας, ότι χρησιμοποιείται άμεσα από την εν λόγω επιχείρηση στο πλαίσιο της δραστηριότητάς της.

66. Επιπροσθέτως, τα δύο αυτά είδη εξέτασης ανταποκρίνονται σε διαφορετική λογική. Συγκεκριμένα, το ζήτημα της προσβολής μιας από τις λειτουργίες του σήματος, ειδικότερα της λειτουργίας ένδειξης της προέλευσης, περιλαμβάνει μια προστατευτική διάσταση, όχι μόνον των δικαιωμάτων του δικαιούχου του σήματος, αλλά και των συμφερόντων των καταναλωτών[42]. Αντιθέτως, ο προσδιορισμός της χρήσεως ενός σήματος αφορά μόνον τη σχέση μεταξύ του

[40] C-567/18, EU:C:2019:1031, σημείο 53.

[41] Απόφαση Google (σκέψη 84).

[42] Επί των ουσιωδών λειτουργιών του σήματος, βλ. Kur, A., και Senftleben, M., όπ.π., σ. 6.

δικαιούχου του επίμαχου σήματος, αφενός, και του φερομένου ως προσβάλλοντος το σήμα, αφετέρου, διότι σκοπεί να προσδιορίσει εάν ο εν λόγω τρίτος ασκεί, με τις ενέργειές του, ένα αποκλειστικό προνόμιο του δικαιούχου του σήματος.

67. Ωστόσο, τα στοιχεία αυτά δεν μπορούν να δικαιολογήσουν τη μη συνεκτίμηση της αντίληψης ενός χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός προκειμένου να κριθεί εάν το επίμαχο σημείο ενσωματώνεται στην εμπορική επικοινωνία μιας διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων. Αντιθέτως, είμαι της γνώμης ότι ο χρήστης του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός, ως αποδέκτης της εμπορικής επικοινωνίας της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση της πλατφόρμας, αποτελεί κατ' ανάγκην το σημείο αναφοράς προκειμένου να διαπιστωθεί εάν ένας ενδιάμεσος έχει οικειοποιηθεί το σημείο κάνοντας χρήση αυτού στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας.

68. Η ύπαρξη ενός τέτοιου πλαισίου για την ανάλυση της χρήσεως ενός σημείου εκ μέρους ενδιαμέσου στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας και, ως εκ τούτου, της έννοιας της «χρήσεως» του σημείου αυτού από τους διαδικτυακούς ενδιάμεσους δεν θίγεται από το επιχείρημα που προέβαλαν η Amazon και η Επιτροπή, ότι το Δικαστήριο δεν έχει αναφερθεί ρητώς στην ανάγκη να λαμβάνεται υπόψη η αντίληψη ως προς το σημείο αυτό των χρηστών του διαδικτύου.

69. Πρώτον, όπως επισήμανα με τα σημεία 52 και 53 των παρουσών προτάσεων, η έννοια της «χρήσεως» ενός σημείου εκ μέρους ενδιαμέσου στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας έχει χρησιμοποιηθεί μόνον αρνητικά, σε περιπτώσεις στις οποίες κρίθηκε από το Δικαστήριο ότι συγκεκριμένος διαδικτυακός ενδιάμεσος δεν είχε κάνει χρήση του επίμαχου σημείου στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας. Επομένως, δεν μπορεί να συναχθεί ένα τέτοιο συμπέρασμα από το γεγονός ότι δεν έγινε αναφορά στην αντίληψη των χρηστών του διαδικτύου προκειμένου να αποδειχθεί ότι το επίμαχο σημείο αποτελούσε αναπόσπαστο τμήμα της εμπορικής επικοινωνίας του ενδιαμέσου, σε περιπτώσεις στις οποίες αυτό δεν συνέβαινε, καθόσον η ανάλυση της αντίληψης των χρηστών του διαδικτύου έχει νόημα μόνον αν υπάρχει αμφιβολία ως προς το εάν έγινε χρήση του σημείου εκ μέρους του ενδιαμέσου στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας.

70. Δεύτερον, τούτο ισχύει κατά μείζονα λόγο καθόσον η λύση που έγινε δεκτή από το Δικαστήριο στις εν λόγω αποφάσεις μπορεί, εν πάση περιπτώσει, να δικαιολογηθεί από το γεγονός ότι το επίμαχο σημείο δεν θεωρείτο, κατά την αντίληψη ενός χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός, ότι χρησιμοποιείται από τους φορείς εκμετάλλευσης στο πλαίσιο της δικής τους εμπορικής επικοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό, το Δικαστήριο, με την απόφαση Google[43], έκρινε ότι ο παρέχων την υπηρεσία αντιστοίχισης, οσάκις αποθηκεύει ως λέξεις-κλειδιά σημεία για λογαριασμό των πελατών του και οργανώνει βάσει αυτών των λέξεων-κλειδιών την εμφάνιση διαφημίσεων ασκεί απλώς τη συνήθη δραστηριότητά του, και, επομένως, κατά την αντίληψη ενός χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός, δεν φαίνεται να κάνει ο ίδιος χρήση των επίμαχων σημείων στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας. Ομοίως, το Δικαστήριο, με την απόφαση eBay[44], έκρινε ότι η επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση της πλατφόρμας πωλήσεων, στο μέτρο που παρέχει υπηρεσία συνιστάμενη στο να δίδεται η δυνατότητα στους πελάτες της να αναρτούν στον ιστότοπό της, στο πλαίσιο των εμπορικών δραστηριοτήτων τους, όπως οι προσφορές τους προς πώληση, σημεία στοιχούντα σε σήματα, δεν υπερβαίνει, από την

[43] Σκέψη 53 της αποφάσεως αυτής.

[44] Σκέψη 102 της αποφάσεως αυτής.

άποψη του μέσου χρήστη που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός, τον ρόλο της ως ενδιαμέσου και δεν κάνει η ίδια χρήση των επίμαχων σημείων στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας.

71. Τρίτον, το Δικαστήριο, με την απόφαση eBay [45], διαπίστωσε, χωρίς ωστόσο να αναφερθεί στην προϋπόθεση περί χρήσεως εκ μέρους της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση πλατφόρμας πωλήσεων ενός σημείου στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας, ότι συντρέχει περίπτωση χρήσεως σήματος από την επιχείρηση οσάκις αυτή επιλέγει, μέσω του διαχειριζομένου τη μηχανή αναζητήσεως Google, λέξεις-κλειδιά που στοιχούν σε ορισμένο σήμα, προκειμένου να προβάλλει *διαφημιστικό* σύνδεσμο και μήνυμα που παρουσιάζει τη δυνατότητα αγοράς των προϊόντων του σήματος που αποτελούσε αντικείμενο της έρευνας μέσω του συγκεκριμένου ιστοτόπου. Σε μια τέτοια περίπτωση, ακριβώς επειδή τα μηνύματα και οι σύνδεσμοι που προβάλλει η eBay συνιστούν επίσης διαφήμιση για την πλατφόρμα πωλήσεων αυτή καθεαυτήν και, κατά συνέπεια, επειδή ένας χρήστης του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός αντιλαμβάνεται το επίμαχο σήμα ως μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της eBay, το Δικαστήριο έκρινε ότι υφίσταται χρήση του σήματος αυτού από την eBay.

72. Ως εκ τούτου, είμαι της γνώμης ότι η αντίληψη του έχοντος τη συνήθη πληροφόρηση και ευλόγως προσεκτικού χρήστη του διαδικτύου ο οποίος χρησιμοποιεί μια πλατφόρμα διαδικτυακών πωλήσεων συνιστά κρίσιμο στοιχείο προκειμένου να διαπιστωθεί εάν υφίσταται χρήση ενός σημείου στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση της συγκεκριμένης πλατφόρμας. Φρονώ ότι ένα τέτοιο πρότυπο, το οποίο προϋποθέτει συνήθη βαθμό πληροφόρησης και εύλογη προσοχή εκ μέρους του χρήστη, είναι έτι περαιτέρω δικαιολογημένο, στο μέτρο που για ένα μέρος των χρηστών των διαδικτυακών πλατφορμών πωλήσεων η ταυτότητα του πωλητή δεν έχει ιδιαίτερη σημασία και το μόνο κριτήριο αγοράς είναι το προϊόν και η τιμή του. Επομένως, οι εν λόγω χρήστες του διαδικτύου δεν μπορούν να χρησιμεύσουν ως κριτήριο προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσον ένα σημείο γίνεται αντιληπτό από αυτούς ως αναπόσπαστο μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση της συγκεκριμένης πλατφόρμας και όχι απλώς ως σημείο που χρησιμοποιείται από τον τρίτο πωλητή. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητη, κατά η γνώμη μου, η αναφορά σε έναν μέσο χρήστη του διαδικτύου για τον οποίο οι πληροφορίες αυτές είναι κρίσιμες.

73. Τέλος, πρέπει περαιτέρω να επισημανθεί ότι η διαπίστωση ότι συντρέχει χρήση ενός σημείου κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 από τον πωλητή ενός προϊόντος μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων δεν αποκλείει το ενδεχόμενο ο ενδιάμεσος ο οποίος έχει την εκμετάλλευση της εν λόγω πλατφόρμας να κάνει, θεωρητικώς, επίσης χρήση του εν λόγω σημείου, όταν ο τελευταίος χρησιμοποιεί το επίμαχο σημείο στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας.

74. Υπό το πρίσμα αυτών ακριβώς των σκέψεων θα αναλύσω ακολούθως τη δραστηριότητα μιας έχουσας την εκμετάλλευση πλατφόρμας διαδικτυακών πωλήσεων επιχειρήσεως όπως η Amazon, όπως η δραστηριότητα αυτή περιγράφεται από τα αιτούντα δικαστήρια, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν η έχουσα την εκμετάλλευση επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση του επίμαχου σήματος κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001, καθόσον χρησιμοποιεί το σήμα αυτό στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας.

[45] Σκέψεις 84 και 85 της αποφάσεως αυτής.

Β. Όσον αφορά την επιρροή του τρόπου λειτουργίας της Amazon επί της διαπιστώσεως εάν συντρέχει «χρήση» του σήματος κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001

75. Με το πρώτο και το τρίτο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-148/21 και με το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-184/21, τα αιτούντα δικαστήρια ζητούν, κατ' ουσίαν, να διευκρινιστεί εάν το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 έχει την έννοια ότι η επιχείρηση η οποία έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων πρέπει να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση σήματος στο πλαίσιο προσφοράς προς πώληση η οποία δημοσιεύεται από τρίτον στην πλατφόρμα αυτή, λόγω του ότι, αφενός, δημοσιεύει τόσο τις δικές της προσφορές όσο και τις προσφορές τρίτων κατά τρόπο ομοιόμορφο, χωρίς, κατά την προβολή τους, να τις διακρίνει όσον αφορά την προέλευσή τους, επιτρέποντας να εμφανίζεται στις εν λόγω διαφημιστικές καταχωρίσεις το δικό της λογότυπο πολύ γνωστού διανομέα, τόσο στον ιστότοπό της όσο και στις διαφημιστικές ενότητες των ιστότοπων τρίτων, και, αφετέρου, προσφέρει στους τρίτους πωλητές πρόσθετες υπηρεσίες υποστήριξης, αποθήκευσης και αποστολής των προϊόντων που διατίθενται ηλεκτρονικά στην πλατφόρμα της, ενημερώνοντας τους δυνητικούς αγοραστές ότι αναλαμβάνει η ίδια την παροχή των υπηρεσιών αυτών.

1. Η οριοθέτηση του πεδίου των προδικαστικών ερωτημάτων

76. Καταρχάς, θεωρώ σημαντικό να υπενθυμίσω ότι τα προδικαστικά ερωτήματα που μνημονεύονται στην προηγούμενη σκέψη αφορούν μόνον την περίπτωση της άμεσης ευθύνης μιας επιχείρησης έχουσας την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, καθόσον η τελευταία έχει κάνει χρήση, κατά την έννοια του άρθρου 9 του κανονισμού 2017/1001, σημείου ταυτόσημου με σήμα. Όπως επισήμανα στα σημεία 8 και 10 των παρουσών προτάσεων, το ζήτημα αυτό είναι διακριτό από εκείνο της έμμεσης ευθύνης των διαδικτυακών ενδιαμέσων λόγω ενεργειών τρίτων οι οποίες διαπράχθηκαν μέσω των υπηρεσιών των ενδιαμέσων αυτών.

77. Στο πλαίσιο αυτό, η ανάλυση που προτείνω δεν θίγει τη δυνατότητα των αιτούντων δικαστηρίων να εξετάσουν, στον βαθμό που ένας οικονομικός φορέας έχει καταστήσει δυνατή τη χρήση σήματος από άλλον φορέα, την επιρροή άλλων κανόνων δικαίου πέραν εκείνου που προβλέπεται στο άρθρο 9 του κανονισμού 2017/1001.

78. Πράγματι, το γεγονός ότι ένα σημείο δεν περιλαμβάνεται στην εμπορική επικοινωνία της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων δεν σημαίνει ότι η τελευταία ουδέποτε ευθύνεται για την προσβολή των δικαιωμάτων των δικαιούχων σημάτων, αλλά μόνον ότι η ευθύνη αυτή πρέπει να αναζητηθεί βάσει του εθνικού δικαίου, ως δευτερεύουσα ευθύνη.

79. Επομένως, σε μια τέτοια περίπτωση, εναπόκειται στα αιτούντα δικαστήρια να καθορίσουν, βάσει του εθνικού δικαίου, εάν ο διαδικτυακός ενδιάμεσος υπέχει ενδεχομένως έμμεση ευθύνη, εξυπακουομένου ότι τυχόν τέτοιου είδους ευθύνη πρέπει επίσης να συνάδει με τις απαλλαγές από την ευθύνη που προβλέπει η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

80. Περαιτέρω, το οπλοστάσιο των μέτρων για την προστασία των δικαιωμάτων του δικαιούχου σήματος τα οποία μπορούν να ληφθούν κατά του διαδικτυακού ενδιαμέσου ο οποίος παρέσχε σε τρίτον τη δυνατότητα να κάνει χρήση ενός σημείου μέσω των υπηρεσιών του δεν εξαντλείται στη θεμελίωση της ευθύνης, είτε άμεσης είτε έμμεσης, του εν λόγω ενδιαμέσου. Το άρθρο 11, τρίτη

περίοδος, της οδηγίας 2004/48 προβλέπει τη δυνατότητα εκδόσεως απαγορευτικής διάταξης δικαστηρίου κατά ενδιαμέσου, του οποίου οι υπηρεσίες χρησιμοποιούνται από τρίτον για την προσβολή δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας.

81. Κατόπιν των ως άνω διευκρινίσεων, θα εκθέσω στη συνέχεια τους λόγους για τους οποίους φρονώ ότι επιχείρηση έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας, όπως η Amazon, δεν χρησιμοποιεί σημείο, κατά την έννοια του άρθρου 9 του κανονισμού 2017/1001, κατά την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητάς της όπως αυτή περιγράφεται από τα αιτούντα δικαστήρια.

2. Όσον αφορά την ιδιαιτερότητα του μοντέλου της Amazon

82. Το πρώτο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-148/21 αφορά κυρίως τη δραστηριότητα έχουσας την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας επιχειρήσεως αναφορικά με τη δημοσίευση στον ιστότοπό της προσφορών προς πώληση εκ μέρους τρίτων πωλητών, όταν στις εν λόγω προσφορές αναρτάται σημείο ταυτόσημο με σήμα. Όπως ανέφερα στο σημείο 52 των παρουσών προτάσεων, και όπως επισήμανε η Amazon, το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι η συγκεκριμένη δραστηριότητα δεν συνιστά χρήση του εν λόγω σημείου κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 [46].

83. Ωστόσο, όπως επισημαίνει το αιτούν δικαστήριο στο πλαίσιο της υποθέσεως C-148/21, η δραστηριότητα μιας έχουσας την εκμετάλλευση πλατφόρμας διαδικτυακών πωλήσεων επιχειρήσεως όπως η Amazon είναι διαφορετική από εκείνη του φορέα εκμεταλλεύσεως της διαδικτυακής αγοράς η οποία αποτελούσε το αντικείμενο της αποφάσεως eBay. Το αιτούν δικαστήριο τονίζει, ως εκ τούτου, το γεγονός ότι, υπό το πρίσμα της ανάρτησής τους, οι προσφορές τρίτων πωλητών δεν διακρίνονται από εκείνες της Amazon. Επιπλέον, το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι το λογότυπο της Amazon, η οποία είναι πολύ γνωστός διανομέας, εμφανίζεται συστηματικά σε όλες τις προσφορές προς πώληση, τόσο στην πλατφόρμα πωλήσεων όσο και σε ιστοτόπους τρίτων στο πλαίσιο διαφημιστικών μηνυμάτων. Τέλος, το αιτούν δικαστήριο υπογραμμίζει ότι η ίδια η Amazon ενσωματώνει αυτές τις προσφορές προς πώληση σε ορισμένα καταστήματα στον ιστότοπό της ή σε καταλόγους προϊόντων.

84. Ωστόσο, φρονώ ότι κανένα από τα στοιχεία αυτά δεν είναι ικανό να κλονίσει τη διαπίστωση στην οποία κατέληξε το Δικαστήριο με την απόφαση eBay. Συγκεκριμένα, είμαι της γνώμης ότι τα σημεία που εμφανίζονται στις καταχωρίσεις τρίτων πωλητών δεν είναι δυνατό να εκληφθούν από τους χρήστες του διαδικτύου που έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί ως αναπόσπαστο μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της επιχείρησης που έχει την εκμετάλλευση της διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων.

85. Όσον αφορά την έλλειψη διάκρισης μεταξύ των προσφορών προς πώληση τρίτων και εκείνων της Amazon, είναι ασφαλώς αληθές ότι οι προσφορές αυτές παρουσιάζονται κατά τρόπο ομοιόμορφο και περιλαμβάνουν όλες το λογότυπο της Amazon, η οποία είναι πολύ γνωστός διανομέας. Εντούτοις, όπως προκύπτει από τα παραδείγματα προσφορών που περιλαμβάνονται στην αίτηση προδικαστικής αποφάσεως στην υπόθεση C-148/21, πρέπει επίσης να επισημανθεί ότι στις καταχωρίσεις διευκρινίζεται πάντοτε εάν τα προϊόντα πωλούνται από τρίτους πωλητές ή απευθείας από την Amazon.

[46] Βλ. απόφαση eBay.

86. Περαιτέρω, ναι μεν η Amazon αποτελεί πολύ γνωστό διανομέα, πλην όμως αυτή χαίρει εξίσου φήμης και για τη δραστηριότητά της ως πλατφόρμας πωλήσεων. Επομένως, είναι γνωστό στους χρήστες της πλατφόρμας ότι αναρτώνται διαδικτυακά τόσο καταχωρίσεις για προϊόντα τα οποία πωλούνται απευθείας από την Amazon όσο και καταχωρίσεις που δημοσιεύονται από τρίτους πωλητές. Κατά συνέπεια, η απλή παρουσία του λογοτύπου της Amazon μπορεί να υποδεικνύει στους καταναλωτές ότι πρόκειται για διαφημιστική καταχώριση που δημοσιεύεται από τρίτο πωλητή. Υπό τις συνθήκες αυτές, το γεγονός και μόνον ότι οι καταχωρίσεις της Amazon και εκείνες τρίτων πωλητών συνυπάρχουν δεν μπορεί να οδηγήσει έναν χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός να θεωρήσει ότι τα σημεία που εμφανίζονται στις καταχωρίσεις τρίτων πωλητών αποτελούν μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της Amazon.

87. Η ίδια συλλογιστική ισχύει και για τις διαφημιστικές καταχωρίσεις που δημοσιεύονται σε ιστότοπους τρίτων, στις οποίες ενσωματώνεται το λογότυπο της Amazon, και οι οποίες παραπέμπουν σε προσφορές προς πώληση που δημοσιεύθηκαν στον ιστότοπο της εν λόγω εταιρίας από τρίτους πωλητές.

88. Το αυτό ισχύει και όσον αφορά την ενσωμάτωση από την Amazon των καταχωρίσεων τρίτων πωλητών σε καταστήματα στην πλατφόρμα της ή σε καταλόγους προϊόντων με τα πρώτα σε πωλήσεις ή τα πλέον προσφερόμενα προϊόντα. Όπως επισημαίνει η Επιτροπή, η ενσωμάτωση αυτή αποτελεί στην πραγματικότητα μέρος της οργάνωσης της πλατφόρμας της εν λόγω εταιρίας. Επιπλέον, η Amazon τόνισε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ότι η οργάνωση αυτή γίνεται αυτομάτως, με την ομαδοποίηση των καταχωρίσεων ομοειδών προϊόντων και με βάση τα προϊόντα με τις περισσότερες αναζητήσεις ή τα πρώτα σε πωλήσεις. Επομένως, η οργάνωση αυτή αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του ρόλου ενός διαδικτυακού ενδιάμεσου όπως η Amazon, υπό την ιδιότητά της ως φορέα εκμετάλλευσης μιας διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, και γίνεται αντιληπτή από τους χρήστες του διαδικτύου που έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί μόνον ως μέτρο που αφορά την παρουσίαση και τη διάταξη της πλατφόρμας της.

89. Με το πρώτο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-148/21 το αιτούν δικαστήριο ζητεί επίσης από το Δικαστήριο να διευκρινιστεί εάν το γεγονός ότι η Amazon παρέχει «πλήρεις» υπηρεσίες, οι οποίες περιλαμβάνουν συνδρομή στη διαμόρφωση των καταχωρίσεων, καθώς και την αποθήκευση και αποστολή ορισμένων προϊόντων, έχει σημασία για τη διαπίστωση «χρήσεως» εκ μέρους της Amazon ενός σημείου που περιλαμβάνεται στις καταχωρίσεις αυτές.

90. Το ερώτημα αυτό συνδέεται κατ' ουσίαν με το τρίτο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-148/21 και το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα στην υπόθεση C-184/21, με τα οποία ζητείται να διευκρινιστεί εάν η αποθήκευση και η αποστολή προϊόντων που φέρουν σημείο ταυτόσημο με σήμα, σε σχέση με τα οποία η Amazon συνέβαλε επίσης ενεργά στη διαμόρφωση και τη δημοσίευση των προσφορών προς πώληση, συνιστά χρήση του σήματος κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001.

91. Επομένως, προκειμένου να δοθεί απάντηση στα ερωτήματα αυτά, πρέπει, όπως επισημαίνει η Γερμανική Κυβέρνηση, να αναλυθούν κατά τρόπο σφαιρικό οι δραστηριότητες της Amazon ώστε να διαπιστωθεί εάν η συμμετοχή της εν λόγω εταιρίας, από της δημοσιεύσεως της καταχωρίσεως που φέρει το επίμαχο σημείο μέχρι την αποστολή του επίμαχου προϊόντος, μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστά «χρήση» του σημείου αυτού. Φρονώ ότι αυτό δεν ισχύει.

92. Ασφαλώς, η συμμετοχή αυτή, η οποία προσιδιάζει στη λειτουργία της Amazon, είναι πιθανό, τουλάχιστον καταρχήν, να παράσχει στην εν λόγω εταιρία μεγαλύτερο έλεγχο επί της πωλήσεως προϊόντος που προσβάλλει ένα σήμα. Ωστόσο, η συμμετοχή αυτή, η οποία είναι προς όφελος του καταναλωτή καθόσον σκοπεί στην πραγματικότητα να του εξασφαλίσει ταχεία και εγγυημένη παράδοση μετά την αγορά ενός προϊόντος και, ως εκ τούτου, να ενισχύσει τη φήμη της διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, δεν αρκεί, κατά τη γνώμη μου, για να αποδείξει ότι η Amazon έκανε χρήση του επίμαχου σημείου στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας.

93. Το Δικαστήριο, με την απόφαση Coty[47], αποφάνθηκε ότι δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι έγινε χρήση του σημείου από την επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση πλατφόρμας πωλήσεων στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας όταν η τελευταία αποθηκεύει για λογαριασμό τρίτου πωλητή προϊόντα φέροντα σημείο, χωρίς η ίδια να επιδιώκει τον σκοπό της προσφοράς ή της εμπορίας των προϊόντων αυτών. Δεν βλέπω για ποιον λόγο να συναχθεί διαφορετικό συμπέρασμα όταν ο φορέας εκμετάλλευσης αποστέλλει τα προϊόντα αυτά για λογαριασμό τρίτου. Σε μια τέτοια περίπτωση, παραμένει σαφές στους χρήστες του διαδικτύου που έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί ότι μόνον ο τρίτος πωλητής προτίθεται να προσφέρει τα προϊόντα και να τα διαθέσει στην αγορά[48].

94. Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από το γεγονός ότι οι επίμαχες καταχωρίσεις δημοσιεύονται από την ίδια την Amazon. Ειδικότερα, όπως προανέφερα, είμαι της γνώμης ότι η δημοσίευση των καταχωρίσεων αυτών δεν συνιστά πράξη «χρήσεως» κατά την έννοια του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001[49]. Δύο πράξεις οι οποίες δεν συνιστούν «χρήση» κατά την έννοια της εν λόγω διατάξεως δεν μπορούν, κατά τη γνώμη μου, να κριθούν διαφορετικά για τον λόγο και μόνον ότι αποτελούν αντικείμενο σφαιρικής ανάλυσης.

95. Υπό τις συνθήκες αυτές, φρονώ ότι στα προδικαστικά ερωτήματα που υποβλήθηκαν από τα αιτούντα δικαστήρια στο πλαίσιο των υποθέσεων C-148/21 και C-184/21 πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 έχει την έννοια ότι επιχείρηση έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση ορισμένου σήματος στο πλαίσιο προσφοράς προς πώληση η οποία δημοσιεύεται από τρίτον στην πλατφόρμα αυτή, λόγω του ότι αυτή, αφενός, δημοσιεύει κατά τρόπο ομοιόμορφο τόσο τις δικές της προσφορές προς πώληση όσο και τις προσφορές τρίτων, χωρίς, κατά την προβολή τους, να τις διακρίνει όσον αφορά την προέλευσή τους, επιτρέποντας να εμφανίζεται το δικό της λογότυπο ως πολύ γνωστού διανομέα στις εν λόγω καταχωρίσεις, όπως και στον ιστότοπό της και στις διαφημιστικές ενότητες των ιστότοπων τρίτων, και, αφετέρου, προσφέρει σε τρίτους πωλητές πρόσθετες υπηρεσίες συνδρομής, αποθήκευσης και αποστολής των προϊόντων που διατίθενται διαδικτυακά στην πλατφόρμα της, ενημερώνοντας τους δυνητικούς αγοραστές ότι αναλαμβάνει η ίδια την παροχή των υπηρεσιών αυτών, υπό την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία αυτά δεν οδηγούν τον χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός να θεωρήσει το εν λόγω σήμα ως αναπόσπαστο μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της έχουσας την εκμετάλλευση επιχείρησης.

47 Σκέψεις 45 έως 47 της αποφάσεως αυτής.

48 Απόφαση Coty (σκέψη 47).

49 Βλ. σημεία 84 επ. των παρουσών προτάσεων.

3. Η ιδιαιτερότητα του δικαίου των σημάτων

96. Η λύση αυτή συνεπάγεται ότι η ιδιαιτερότητα του μοντέλου μιας επιχείρησης έχουσας την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων όπως η Amazon, η οποία έχει ενσωματώσει ένα σύνολο υπηρεσιών από τη δημοσίευση προσφορών προς πώληση μέχρι την αποστολή των επίμαχων προϊόντων, δεν ασκεί επιρροή στην έννοια της «χρήσεως» κατά το άρθρο 9 του κανονισμού 2017/2011.

97. Ωστόσο, η προσέγγιση αυτή περιορίζεται στην ερμηνεία της ως άνω έννοιας και δεν μπορεί να επεκταθεί σε άλλους τομείς. Με άλλα λόγια, μολονότι η ενσωμάτωση διαφορετικών υπηρεσιών από την επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση μιας διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων δεν σημαίνει, αυτή καθεαυτήν, ότι η έχουσα την εκμετάλλευση επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση ενός σημείου, ακόμη και αν η ενσωμάτωση αυτή μπορεί να οδηγήσει σε έναν πιο ενεργό ρόλο, εντούτοις αυτό δεν σημαίνει ότι η ενσωμάτωση αυτή δεν ασκεί καμία επιρροή όσον αφορά τον χαρακτηρισμό των υπηρεσιών που παρέχει η εν λόγω έχουσα την εκμετάλλευση επιχείρηση σε άλλους τομείς του δικαίου.

98. Αναφέρομαι ειδικότερα στην προσέγγιση που ακολούθησε το Δικαστήριο στις υποθέσεις επί των οποίων εκδόθηκαν οι αποφάσεις Asociación Profesional Elite Taxi[50] και Uber France[51]. Συγκεκριμένα, από καθεμία από τις υποθέσεις αυτές προκύπτει ότι η ενσωμάτωση πλειόνων υπηρεσιών παρεχόμενων από μια επιχείρηση η οποία της δίδει τη δυνατότητα να ελέγχει όλες τις κρίσιμες πτυχές μιας υπηρεσίας αστικής μεταφοράς συνεπάγεται ότι η υπηρεσία αυτή δεν πρέπει να θεωρείται ως απλή υπηρεσία διαμεσολάβησης που αποσκοπεί στην επαφή των επιβατών με τους οδηγούς, αλλά ως παροχή μίας και μόνης υπηρεσίας για την οποία η επιχείρηση αυτή είναι υπεύθυνη. Με άλλα λόγια, ο μεγαλύτερος έλεγχος της επιχειρήσεως επί όλων των πτυχών μιας υπηρεσίας ασκεί αναμφισβήτητη επιρροή στον ρόλο της εν λόγω επιχειρήσεως ως ενδιαμέσου, ιδίως από την άποψη των κανόνων του δικαίου της Ένωσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

99. Το σκεπτικό αυτό, ωστόσο, δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην ερμηνεία της έννοιας της «χρήσεως», όπως ζητείται εν προκειμένω. Σε μια τέτοια περίπτωση, το ζήτημα δεν είναι ο χαρακτηρισμός της υπηρεσίας που παρέχει η επιχείρηση η οποία έχει την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, αλλά το να προσδιοριστεί εάν η δραστηριότητά της μπορεί να θεωρηθεί να την παρουσιάζει να χρησιμοποιεί ένα σημείο στο πλαίσιο της δικής της εμπορικής επικοινωνίας. Επομένως, στα δύο αυτά ερωτήματα πρέπει αναγκαστικά να δοθεί απάντηση με βάση διαφορετική συλλογιστική.

100. Επιπλέον, ανταποκρίνονται σε διαφορετική λογική. Ο χαρακτηρισμός της υπηρεσίας που παρέχει ένας πάροχος στο διαδίκτυο ενδέχεται να ασκεί επιρροή επί της ευθύνης του έναντι του χρήστη της πλατφόρμας της οποίας αυτός έχει την εκμετάλλευση. Γίνεται ευχερώς αντιληπτό ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο έλεγχος που ασκεί ο πάροχος υπηρεσιών επί της παρεχόμενης υπηρεσίας, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευθύνη του. Τούτο δεν ισχύει όσον αφορά το ζήτημα του κατά πόσον ο εν λόγω πάροχος υπηρεσιών κάνει χρήση σήματος κατά την έννοια του κανονισμού 2017/1001, δεδομένου ότι το ζήτημα αυτό αφορά μόνον την προστασία των δικαιωμάτων του δικαιούχου του εν λόγω σήματος.

[50] Απόφαση της 20ής Δεκεμβρίου 2017 (C-434/15, EU:C:2017:981).

[51] Απόφαση της 10ης Απριλίου 2018 (C-320/16, EU:C:2018:221).

V. Πρόταση

101. Κατόπιν του συνόλου των προεκτεθέντων, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει στα προδικαστικά ερωτήματα που υπέβαλε το tribunal d'arrondissement de Luxembourg (πρωτοδικείο Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο), στην υπόθεση C-148/21, και το tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (πρωτοδικείο επιχειρηματικών διαφορών Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο), στην υπόθεση C-184/21, ότι το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει την έννοια ότι δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι επιχείρηση έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι κάνει χρήση ορισμένου σήματος στο πλαίσιο προσφοράς προς πώληση η οποία δημοσιεύεται από τρίτον στην πλατφόρμα αυτή, λόγω του ότι αυτή, αφενός, δημοσιεύει κατά τρόπο ομοιόμορφο τόσο τις δικές της προσφορές προς πώληση όσο και τις προσφορές τρίτων, χωρίς, κατά την προβολή τους, να τις διακρίνει όσον αφορά την προέλευσή τους, επιτρέποντας να εμφανίζεται το δικό της λογότυπο ως πολύ γνωστού διανομέα στις εν λόγω καταχωρίσεις, όπως και στον ιστότοπό της και στις διαφημιστικές ενότητες των ιστοτόπων τρίτων, και, αφετέρου, προσφέρει σε τρίτους πωλητές πρόσθετες υπηρεσίες συνδρομής, αποθήκευσης και αποστολής των προϊόντων που διατίθενται διαδικτυακά στην πλατφόρμα της, ενημερώνοντας τους δυνητικούς αγοραστές ότι αναλαμβάνει η ίδια την παροχή των υπηρεσιών αυτών, υπό την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία αυτά δεν οδηγούν τον χρήστη του διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός να θεωρήσει το εν λόγω σήμα ως αναπόσπαστο μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της έχουσας την εκμετάλλευση επιχείρησης.