MACIEJ SZPUNAR
FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA
Az ismertetés napja: 2022. június 2.[1]

C-148/21. és C-184/21. sz. egyesített ügyek

Christian Louboutin
kontra
Amazon Europe Core Sàrl,
Amazon EU Sàrl,
Amazon Services Europe Sàrl (C-148/21)
(a tribunal d'arrondissement de Luxembourg [luxembourgi kerületi bíróság, Luxemburg] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem)
és
Christian Louboutin
kontra
Amazon.com, Inc.,
Amazon Services LLC (C-184/21)

(a tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles [brüsszeli francia nyelvű kereskedelmi bíróság, Belgium] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem)

„Előzetes döntéshozatal – Szellemi tulajdon – Védjegyjog – Az európai uniós védjegyoltalom joghatásai – A védjegyoltalomból eredő jogok – A védjegy, illetve az azzal azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés valamely harmadik személy általi, azonos vagy hasonló áruk és szolgáltatások tekintetében történő használatának megtiltásához való jog – A »használat« fogalma"

I. Bevezetés

1. Bár a közvetítők felelősségének kérdése önmagában véve nem új, azonban újra és újra előjön, ahogy folyamatosan új közvetítési formák jelennek meg az internet területén. Erről tanúskodik az internetes platformok tevékenységére vonatkozó, az utóbbi években a Bíróság elé terjesztett ügyek sokfélesége,[2] amelyek közé illeszkednek a Christian Louboutin és az Amazon Europe Core Sàrl, az Amazon EU Sàrl és az Amazon Services Europe Sàrl között (C-148/21. sz. ügy), valamint az Amazon.com, Inc. és az Amazon Services LLC (a továbbiakban külön-külön vagy együtt: Amazon) között (C-184/21. sz. ügy) folyamatban lévő jogvitában előterjesztett jelen előzetes döntéshozatal iránti kérelmek.

[1] Eredeti nyelv: francia.

[2] Lásd különösen: 2017. december 20-i Asociación Profesional Elite Taxi ítélet (C-434/15, EU:C:2017:981); 2019. december 19-i Airbnb Ireland ítélet (C-390/18, EU:C:2019:1112); 2021. június 22-i YouTube és Cyando ítélet (C-682/18 és C-683/18, EU:C:2021:503).

2. E kérdés felmerülése nem meglepő. Az internet egyre fontosabb helyet foglal el társadalmainkban társadalmi, de gazdasági szempontból is, és az interneten működő közvetítők e tekintetben alapvető szerepet töltenek be. Lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy az interneten tartalmakat találjanak, cseréljenek, osszanak meg és állítsanak elő, árukat és szolgáltatásokat vásároljanak és értékesítsenek, valamint, hogy alkossanak és kifejezzék magukat. [3] Egyértelműen megkönnyítik a felhasználók bizonyos tartalmakhoz való hozzáférését. Noha e közvetítők bizonyos mértékig a hagyományos közvetítők virtuális megfelelőit jelenthetik, az internetnek a folyamatos technológiai innovációval jellemzett területe elsősorban új közvetítési modellek kialakítását segíti elő, amelyeknek nincs megfelelője a valós világban, [4] és amelyek gyakorlati jelentősége nem hagyható figyelmen kívül, igazolva ily módon azt, hogy a jognak is foglalkoznia kell ezekkel.

3. Az internetes közvetítők egyre növekvő szerepe ugyanis szükségképpen azzal jár, hogy tevékenységük találkozik más piaci szereplők tevékenységével, és bizonyos mértékig fenyegetést jelenthet a jogaikra nézve. Ez a helyzet azon gazdasági szereplők esetében, amelyek szellemi tulajdonjogok, és különösen védjegyek jogosultjai, mivel e jogokat például az online értékesítési platformokon is megsérthetik, amelynek folytán felmerül az ilyen platformokat üzemeltető internetes közvetítők felelőssége megállapításának kérdése. Az online értékesítési platformok tevékenységének fejlődése és az azt kísérő technológiai innováció fokozza a termékek hozzáférhetőségét a fogyasztók számára, és elősegíti e termékek forgalmazását. A forgalomban lévő termékek mennyisége tehát mechanikusan nő. Ugyanez elmondható a védjegybitorlást megvalósító termékek vonatkozásában is. [5]

4. Az online értékesítési platformot üzemeltető közvetítőnek a védjegybitorlást megvalósító termékek e platformon keresztül történő értékesítése miatti felelősségének megállapítására való törekvés teljesen érthető azon védjegy jogosultja szempontjából, amelyhez fűződően e platformon jogokat sértettek. Kétségkívül igaz, hogy a jogsértést elsősorban az az eladó követi el, aki az online értékesítési platformot arra használja, hogy ott védjegybitorlást megvalósító termékeket kínáljon eladásra. Ugyanakkor ezek az eladók általában csak nehezen azonosíthatók, a tartózkodási helyük meghatározása pedig akadályát képezheti a felelősségre vonásuknak. [6]

5. Ami a közvetítőt illeti, ő az, aki technikailag lehetővé teszi a harmadik személy általi ezen jogsértést, mivel ő az, aki a saját platformjának használati szabályait meghatározza. Elvben legalábbis véget vethetne tehát a jogsértésnek. A védjegyjogosult számára tehát hatékonyabbnak tűnik, ha inkább a közvetítő felelősségének megállapítását kéri a bíróságtól, mintha a harmadik személy eladó felelősségének megállapítását kérné, [7] legyen szó akár a – jogsértés elkövetőjeként fennálló – közvetlen felelősségéről, akár a harmadik személyeknek nyújtott szolgáltatásaiban megnyilvánuló cselekmények miatti közvetett felelősségéről. [8]

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

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

[5] A világszerte forgalomba hozott, védjegybitorlást megvalósító termékek mennyisége jelenleg körülbelül a világkereskedelem 2,5%-át teszi ki. Lásd: OECD/EUIPO, *Global Trade in Fakes: A Worrying Threat*, Illicit Trade, OECD Publishing, Párizs, 2021, 61. o.

[6] Van Eecke, P., „Online service providers and liability: A plea for a balanced approach”, *Common Market Law Review*, 2011, 48. sz., 5. kötet, 1455. o.

[7] Az internetes közvetítők felelősségének megállapíttatására való törekvés elméleti és gazdasági indokairól lásd: Marsoof, A., i. m., 5–10. o.; Ullrich, C., i. m., 104–108. o.; Ohly, A., „The Liability of Intermediaries for Trademark Infringement”, *Research Handbook on Trademark Law Reform*, Dinwoodie, G. B. és Janis, M. D. (szerk.), Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2021, 396–430. o.

[8] Az elsődleges és a közvetett felelősség közötti különbségtételről lásd: Jääskinen főtanácsnok L'Oréal és társai ügyre vonatkozó indítványa (C-324/09, EU:C:2010:757, 54. és azt követő pontok), vagy még: Kur, A., Senftleben, M., *European Trade Mark Law: A Commentary*, 2017, Oxford University Press, Oxford, 2017, 691. o., és Ullrich, C., i. m., 356. és azt követő oldalak.

6. A védjegyjogosultak ahhoz fűződő érdeke azonban, hogy a közvetítők felelősségének megállapítását kérjék a bíróságoktól, nem értelmezhető elszigetelten, és önmagában nem igazolhatja, hogy a közvetítőket mindig felelősségre vonják a védjegyjogosultak jogainak a platformjaikon bekövetkező megsértéséért. Ezt az érdeket ugyanis egyensúlyba kell hozni más, azzal szemben álló érdekekkel. [9]

7. Először is, az internetes közvetítők felelősségének terjedelme gyakorlatilag arra kötelezheti őket, hogy általános felügyeletet gyakoroljanak a védjegyjogok platformjukon történő esetleges megsértésének minden esete tekintetében. Másodszor, ehhez hasonlóan, annak elismerése, hogy az internetes közvetítők közvetlenül felelősségre vonhatók a védjegyjogosultak jogainak a platformjukon elkövetett megsértéséért, akadályozhatja az internet területén az új tevékenységek fejlesztését, és tágabb értelemben az innováció minden formáját ezen a területen.

8. Az ezen eltérő érdekek összeegyeztetésének szükségessége arra késztette az uniós jogalkotót, hogy az internetes közvetítőket a platformjukon harmadik személyek által elkövetett cselekményekért való felelősségüket – azaz közvetett felelősségüket – bizonyos mértékig védelemben részesítő intézkedéseket fogadjon el. Ugyanis, bár a közvetett felelősség az uniós jogban nem képezi harmonizált szabályozás tárgyát, a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen a 2000/31/EK irányelv [10] előírja a felelősség alóli mentesülés eseteit, amelyeket a tagállamoknak kell kialakítaniuk. Az internetes közvetítők tehát az információk hírközlő hálózaton keresztül történő továbbítására és az e hálózathoz való hozzáférés biztosítására, a gyorsítótárolóban történő rögzítésre (ún. caching) vagy a tárhelyszolgáltatásra irányuló tevékenységük kapcsán nem vonhatók felelősségre a platform felhasználóinak jogellenes cselekményeiért. [11] Ugyanezen tevékenységek keretében továbbá az internetszolgáltatók számára nem állapítható meg olyan általános kötelezettség, amely szerint az általuk továbbított vagy tárolt információkat nyomon kellene követniük, illetve amely szerint a jogellenes tevékenységre utaló tényeket vagy körülményeket ki kellene vizsgálniuk. [12]

9. Ezenkívül, noha a 2004/48/EK irányelv [13] (a továbbiakban: 2004/48 irányelv) kimondja, hogy a tagállamok biztosítják, hogy a jogsértő magatartástól való eltiltást a jogosultak kérelmezhessék olyan közvetítők ellen, akiknek szolgáltatásait harmadik személy a szellemi tulajdonjog megsértése céljából veszi igénybe, [14] az ilyen jogsértés megszüntetésére irányuló ezen intézkedések azonban függetlenek a közvetítőnek a tényállás alapján esetlegesen megállapítható saját felelősségétől, [15] így ez az irányelv nem nagyon ad iránymutatást a közvetítőknek a harmadik személyek által a szolgáltatásaik igénybevétele révén elkövetett cselekmények miatti kezelésének kérdését illetően.

10. Az internetes közvetítők közvetett felelősségének kérdésén túlmenően meg kell még vizsgálni, hogy ez utóbbiak nem vonhatók-e közvetlenül felelősségre a védjegyjogosultak jogainak megsértéséért, az online piacterek üzemeltetői esetében különösen amiatt, hogy platformjukon

9 Ohly, A, i.m., 397. o.

10 Az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló, 2000. június 8-i európai parlamenti és tanácsi irányelv (a továbbiakban: elektronikus kereskedelemről szóló irányelv, HL 2000. L 178., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 25. kötet, 399. o.).

11 Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 12–14. cikke.

12 Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 15. cikke.

13 A szellemi tulajdonjogok érvényesítéséről szóló, 2004. április 29-i európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2004. L 157., 45. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 2. kötet, 32. o.).

14 A 2004/48 irányelv 11. cikke.

15 Lásd: 2016. július 7-i Tommy Hilfiger Licensing és társai ítélet (C-494/15, EU:C:2016:528, 22. pont). E kérdésről lásd még: Husovec, M., *Injunctions against Intermediaries in the European Union, Accountable but not Liable*? Cambridge University Press, Cambridge, 2017, 62. és azt követő oldalak.

védjegybitorlást megvalósító termékek értékesítésére vonatkozó ajánlatok találhatók. Az internetes közvetítők közvetett felelősségével ellentétben, amelynek rendszerét – a felelősség alóli, az elektronikus kereskedelemről szóló irányelvben előírt mentességek kivételével – a nemzeti jog szabályozza, a piacterek üzemeltetőinek a védjegyjogosult jogainak e piactereken történő megsértéséért fennálló közvetlen felelőssége az uniós jog, közelebbről az (EU) 2017/1001 rendelet [16] rendelkezéseinek hatálya alá tartozik.

11. Ezért a Bíróságnak magának kellett egyensúlyt teremtenie az érintett érdekek között, meghúzva a határvonalat azon helyzetek között, amelyekben fennállhat a piactér üzemeltetőjének közvetlen felelőssége, és azon esetek között, amelyekben ez az üzemeltető nem vonható közvetlenül felelősségre a védjegyjogosult jogainak az általa üzemeltetett platformon történő megsértéséért. A Bíróság 2017/1001 rendelet [17] 9. cikke (2) bekezdésének értelmezésére vonatkozó ítélkezési gyakorlata a védjegy gazdasági tevékenység körében történő „használata” fogalmának tisztázásával bizonyos mértékig lehetővé tette ilyen határ meghúzását, [18] mivel e fogalom célja annak meghatározása, hogy a védjegyjogosult milyen magatartásokat tilthat meg harmadik személyeknek.

12. Az interneten végbemenő folyamatos innováció azonban, amelynek védelmének szükségessége indokolta a közvetítők tevékenységének kiterjesztett védelmét ezen a területen, az online piacterek modelljének jelentős fejlődésével is együtt járt. Különösen az Amazon nem tekinthető hagyományos piactérnek.

13. Amint azt a kérdést előterjesztő bíróságok megjegyezték ugyanis, az Amazon egyszerre jóhírnévvel rendelkező forgalmazó és piactér-üzemeltető. Az Amazon online értékesítési oldalán egyaránt közzétesz a – saját nevében értékesített és szállításra feladott – saját termékeire vonatkozó hirdetéseket, valamint harmadik fél eladóktól származó hirdetéseket. Az Amazon működési módja azt is lehetővé teszi, hogy a harmadik fél eladók által a platformon eladásra kínált termékek szállításra való feladásáról vagy ezen eladók gondoskodjanak, vagy az Amazon, amely ezeket a termékeket elosztóközpontjaiban raktározza és saját helyiségeiből adja fel szállításra a vásárlóknak.

14. Ezek az elemek, amelyek e társaság modelljét „hibrid” modellé [19] teszik, új elemzési keretet jelentenek azon kérdést illetően, hogy az ilyen piactér üzemeltetője közvetlenül felelőssé tehető-e a védjegyjogosultak jogainak a platformján történő megsértéséért, amennyiben a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében használta ezt a védjegyet, és ezek képezik a jelen ügyekben előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések alapját.

15. A jelen ügyek tehát lehetőséget nyújtanak a Bíróságnak arra, hogy pontosítsa ezt a fogalmat, és ezáltal azokat az elveket, amelyeknek az internetes közvetítőknek a védjegyjogok platformjukon elkövetett megsértéséért való közvetlen felelősségének kérdését kell szabályozniuk.

[16] Az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet (HL 2017. L 154., 1. o.).

[17] Vagy előtte a 207/2009 rendelet.

[18] Lásd ezen ítélkezési gyakorlatnak a jelen indítvány 49. és azt követő pontjaiban szereplő elemzését.

[19] Ohly, A., i. m., 413. o.

II. Jogi háttér

A. A 2017/1001 rendelet

16. A 2017/1001 rendelet (13) preambulumbekezdése szerint:

„Az áruk vagy szolgáltatások kereskedelmi eredete tekintetében zavart okozhat, ha egy vállalkozás oly módon használ egy uniós védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést kereskedelmi névként, hogy kapcsolat jön létre a nevet viselő vállalkozás és a védjegyjogosult vállalkozástól származó áruk vagy szolgáltatások között. Az európai uniós védjegy bitorlását megvalósító cselekménynek kell ezért tekinteni a megjelölés kereskedelmi névként vagy hasonló megnevezésként történő használatát is, amennyiben a használat célja áruk vagy szolgáltatások megkülönböztetése.”

17. A 2017/1001 rendelet „Az európai uniós védjegyoltalom tartalma” című 9. cikkének (1)–(3) bekezdése előírja:

„(1) Az európai uniós védjegy lajstromozása a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít.

(2) A jogosultaknak az európai uniós védjegy bejelentési napját vagy elsőbbségi napját megelőzően szerzett jogait nem érintve az európai uniós védjegy jogosultja bárkivel szemben felléphet, aki az engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban olyan megjelölést használ, amely:

a) az európai uniós védjeggyel azonos, és azt az európai uniós védjegy árujegyzékében foglaltakkal azonos árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használják;

b) az európai uniós védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló, és azt olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használják, amelyek az európai uniós védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonosak vagy azokhoz hasonlóak, ha a fogyasztók a megjelölést az európai uniós védjeggyel összetéveszthetik; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a védjegyhez;

c) az európai uniós védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló, függetlenül attól, hogy azt az európai uniós védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos, azokhoz hasonló vagy nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használják, feltéve, hogy az európai uniós védjegy jóhírnevet élvez az Unióban, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná az európai uniós védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.

(3) A (2) bekezdésben szabályozott feltételek megvalósulása esetén tilos különösen:

[…]

b) a megjelölést hordozó áru eladásra való felkínálása, forgalomba hozatala, valamint forgalomba hozatal céljából történő raktáron tartása, illetve szolgáltatás kínálása vagy annak nyújtása a megjelölés alatt;

[…]

d) a megjelölés kereskedelmi névként vagy vállalkozás neveként, illetve kereskedelmi névnek vagy vállalkozás nevének a részeként való használata;

e) a megjelölés használata üzleti iratokon vagy reklámban;

f) a megjelölés összehasonlító reklámban való használata a 2006/114/EK irányelvvel[20] ellentétes módon."

B. A 2004/48 irányelv

18. A 2004/48 irányelv „Bíróság által elrendelt eltiltó határozatok" című 11. cikke a következőket írja elő:

„A tagállamok biztosítják, hogy amennyiben bírósági határozat szellemi tulajdonjog megsértését állapítja meg, a bíróságok a jogsértőt eltiltó határozattal további jogsértéstől eltiltsák [helyesen: eltilthassák]. Amennyiben a tagállam joga így rendelkezik, az eltiltó határozat be nem tartása esetén indokolt esetben pénzbírságot vethetnek ki a teljesítés kikényszerítése érdekében. A tagállamok emellett biztosítják, hogy a jogsértő magatartástól való eltiltást a jogosultak kérelmezhessék olyan közvetítők ellen, akiknek a szolgáltatásait valamely harmadik személy szellemi tulajdonjog megsértése céljából veszi igénybe, a 2001/29/EK irányelv[21] 8. cikke (3) bekezdésének sérelme nélkül."

19. Ugyanezen irányelv „Kártérítés" című 13. cikke előírja:

„(1) A tagállamok biztosítják, hogy az illetékes bíróságok a sértett fél kérelmére elrendeljék, hogy a jogsértő, aki tudta, vagy kellő gondosság mellett tudnia kellett volna, hogy jogsértést valósít meg, a jogosult számára a jogsértés folytán elszenvedett tényleges kárnak megfelelő kártérítést fizessen.

[…]

(2) Azokban az esetekben, amelyekben a jogsértő úgy fejtette ki tevékenységét, hogy nem tudta, vagy kellő gondosság mellett nem kellett tudnia, hogy jogsértést valósít meg, a tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy a bíróságok rendeljék el a gazdagodás megtérítését vagy kártérítés fizetését, amelynek összegét előre meghatározhatják."

C. Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv

20. Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv (48) preambulumbekezdése kimondja:

„Ez az irányelv nem érinti a tagállamoknak azt a lehetőségét, hogy megköveteljék azoktól a szolgáltatóktól, akik, illetve amelyek a szolgáltatásuk igénybe vevői által rendelkezésre bocsátott adat számára szolgáltatnak tárhelyet, hogy a tőlük észszerűen elvárható, a nemzeti jogszabályokban meghatározott gondossággal járjanak el egyes jogellenes tevékenységek felderítése és megelőzése érdekében."

[20] A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2006. L 376., 21. o.).

[21] Aszerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló, 2001. május 22-i 2001/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2001. 167., 10. o.; magyar nyelvű különkiadás, 17. fejezet, 1. kötet, 230. o.; helyesbítések: HL 2014. L 10.,. 32. o.; HL 2008. L 314., 16. o.).

21. Ezen irányelv „Tárhelyszolgáltatás” című 14. cikkének (1) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„Ha az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásról van szó, amely a szolgáltatás igénybe vevője által küldött információ tárolásából áll, a tagállamok biztosítják, hogy a szolgáltatót ne terhelje felelősség a szolgáltatás igénybe vevőjének kérésére tárolt információért, azzal a feltétellel, hogy:

a) a szolgáltatónak nincsen tényleges tudomása jogellenes tevékenységről vagy információról, és – ami a kárigényeket illeti – nincsen tudomása olyan tényekről vagy körülményekről, amelyek nyilvánvalóan jogellenes tevékenységre vagy információra utalnának;

   vagy

b) a szolgáltató, amint ilyenről tudomást szerzett, haladéktalanul intézkedik az információ eltávolításáról vagy az ahhoz való hozzáférés megszüntetéséről.”

III. Az alapeljárások, az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések és a Bíróság előtti eljárások

22. C. Louboutin francia cipőtervező, akinek legismertebb termékei a magas sarkú női cipők. Az 1990-es évek közepe óta cipőit pirosra festett külső talppal látta el, amelynek Pantone színkódja 18.1663TP.

23. Ez a – magas sarkú cipő talpán alkalmazott – szín 0874489. számon benelux védjegyként és 8845539. számon európai uniós védjegyként van lajstromozva.[22] E védjegy a következő áruk vonatkozásában részesül oltalomban: „magas sarkú lábbelik (az ortopéd lábbelik kivételével)”.

24. Az Amazon különböző áruknak és szolgáltatásoknak – mind közvetlenül a saját nevében, mind közvetetten, harmadik személyek számára biztosított értékesítési platformként történő – online értékesítésre való kínálására szakosodott vállalkozás.

25. Az Amazon weboldalain rendszeresen megjelennek piros talpú cipőkre vonatkozó reklámok, amelyek C. Louboutin állítása szerint olyan termékekre vonatkoznak, amelyek forgalomba hozatalához ő nem járult hozzá.

A. A C-148/21. sz. ügy

26. 2019. szeptember 19-én C. Louboutin európai uniós védjegyéből eredő kizárólagos jogaira hivatkozva a tribunal d’arrondissement de Luxembourg (luxembourgi kerületi bíróság, Luxemburg) kereskedelmi tanácsa elé idézte az Amazon luxemburgi székhelyű leányvállalatait. C. Louboutin kérte az Amazon felelősségének megállapítását a védjegyéhez fűződő jogainak megsértéséért, az e védjeggyel azonos megjelölések gazdasági tevékenység körében – a belga bíróság határozatával érintett Benelux államok területén kívül – az Unió egész területén történő használatának abbahagyására való kötelezését, kényszerítő bírság terhe mellett, valamint kérte a kifogásolt jogellenes használatból eredő kár megtérítéséhez való joga megállapítását.

[22] A bejelentés szerint „[a] védjegy az ábrázolt lábbeli talpán alkalmazott piros színből (Pantone 18.1663TP) áll (a cipő körvonala tehát nem képezi a védjegy részét, hanem az a szerepe, hogy egyértelművé tegye a védjegy elhelyezkedését)”.

27. C. Louboutin kérelmei a 2017/1001 rendelet 9. cikke (2) bekezdésének a) pontján alapulnak. C. Louboutin ugyanis azt állítja, hogy az Amazon a védjegyével azonos megjelölést használt a hozzájárulása nélkül olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a szóban forgó védjegy árujegyzékében foglalt árukkal, illetve szolgáltatásokkal, többek között abból eredően, hogy online értékesítési oldalain a kifogásolt megjelöléssel ellátott árukra vonatkozó reklámokat tesz közzé, valamint abból eredően, hogy ezen árukat birtokolja, feladja és kiszállítja. C. Louboutin szerint e használat az Amazonnak tudható be, mivel aktív szerepet játszott a használatnak minősülő cselekmények elkövetésében, és mivel bitorlást megvalósító árukra vonatkozó hirdetések az Amazon saját kereskedelmi kommunikációjának részét képezték. Az Amazon ezért nem minősíthető egyszerű tárhelyszolgáltatónak vagy semleges közvetítőnek.

28. Az Amazon vitatja, hogy a védjegy használata neki lenne betudható. A Bíróság több olyan ítéletére hivatkozik, amelyek más platformokra, például az eBay-re vonatkoztak, annak megállapítása érdekében, hogy ő egy online piactér üzemeltetőjeként nem tehető felelőssé a platformját igénybe vevő értékesítő harmadik felek általi használatért. Az Amazon harmadik felek számára nyitva álló (online) piacterének működési módja nem különbözik számottevően más piacokétól. A logójának az értékesítő harmadik feleknek az oldalain megjelenő hirdetéseiben való feltüntetése nem jelenti azt, hogy az Amazon saját hirdetéseiről lenne szó. Az Amazon szerint az Amazon által járulékosan kínált szolgáltatások alapul szolgálhatnának igazolásul ahhoz, hogy a harmadik személyek ajánlatait az Amazon kommunikációja részének tekintsék. Rámutat arra, hogy az egyes megjelölések használatához szükséges műszaki feltételeknek ellentételezés fejében történő megteremtése nem jelenti azt, hogy e szolgáltatás nyújtója maga használja ezt a megjelölést.

29. A kérdést előterjesztő bíróság szerint azt kell meghatározni, hogy az Amazon által üzemeltetett platformok sajátos működése – az értékesítő harmadik felektől származó hirdetések Amazon saját kereskedelmi kommunikációjába való integrációjából adódóan – a védjeggyel azonos megjelölés használatának fennállásához vezethet-e.

30. A kérdést előterjesztő bíróság először a L'Oréal és társai ítéletre [23] hivatkozik, amelyben a Bíróság megállapította, hogy a jogosult védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés harmadik személy általi „használatának" megvalósulása legalább azt feltételezi, hogy e harmadik személy a megjelölést saját kereskedelmi kommunikációja keretében használja, és ebből azt a következtetést vonta le, hogy az online piactér üzemeltetője nem valósít meg ilyen használatot. E bíróság szerint azonban, mivel ez az ítélet az eBay platformjára vonatkozott, amely közismerten csak közvetítőként, nem pedig eladóként és forgalmazóként működik közre a felhasználói hirdetéseinek közzétételében, ez az ítélkezési gyakorlat nem ültethető át egy az egyben egy eltérő működésű platformra.

31. Az előterjesztő bíróság e tekintetben úgy véli, hogy nem az Amazon weboldalain megjelenített ajánlatok egyes elemeit külön-külön figyelembe venni, hanem a stratégia egészét kell értékelni annak meghatározása érdekében, hogy az e társaság által alkalmazott értékesítési modell eltérhet-e egy szűk értelemben vett piactér modelljétől, és ennélfogva adott esetben eltérő felelősséget keletkeztethet-e.

32. E bíróság kifejti, hogy a Bíróság, bőséges ítélkezési gyakorlata ellenére, még soha nem foglalt állást abban a kérdésben, hogy az olyan internetes termékforgalmazó, amely egyúttal online piacot is üzemeltet, úgy tekinthető-e, hogy harmadik személyek ajánlatait beépíti a saját üzleti

[23] 2011. július 12-i ítélet (C-324/09, EU:C:2011:474, a továbbiakban: eBay ítélet).

kommunikációjába. Ez az ítélkezési gyakorlat ugyanis abból az előfeltevésből indul ki, hogy a harmadik felek hirdetései nem képezik a platformüzemeltető saját kereskedelmi kommunikációjának részét, és hogy ez alapján az Amazont kizárólag egy online piactér üzemeltetőjének kell tekinteni.

33. A kérdést előterjesztő bíróság megjegyzi, hogy a Coty Germany ítéletben [24] a Bíróság a kérdést kizárólag az áruk raktározása szempontjából vizsgálta, anélkül, hogy az Amazon által alkalmazott kereskedelmi modell szélesebb körű vizsgálatára kitért volna, amely folytán a Bíróság nem foglalt állást a jelen ügyben a kérdést előterjesztő bíróság elé terjesztett kérdéssel kapcsolatban, amely nem csupán a harmadik személyek által értékesített áruk Amazon általi raktározására vonatkozik, hanem tágabb kérdést vet fel: harmadik személyek ajánlatait beépíti-e az Amazon a saját üzleti kommunikációjába.

34. A kérdést előterjesztő bíróság hozzáteszi, hogy az alapján, hogy a felvetett – szélesebb – kérdésre adott esetben az elektronikus kereskedelemre vonatkozó uniós jogi szabályozás nyújthat megoldást, teljes bizonyossággal nem zárható ki a védjegyoltalom területén fennálló közvetítői felelősség.

35. Másodsorban e bíróság arra keresi a választ, hogy az online piactér üzemeltetőjének a hirdetések közzétételében játszott többé-kevésbé aktív szerepét illetően jelentőséggel bírhat-e a vásárlóközönség észlelése. Pontosabban azt kívánja megtudni, hogy amennyiben a vásárlóközönség úgy érzékeli, hogy valamely hirdetés vagy ajánlat a digitális értékesítési platform üzemeltetőjének saját kereskedelmi kommunikációjához tartozik, ez egyenértékű-e az ilyen ajánlatnak a kereskedelmi kommunikációba történő tényleges beépítésével, ami ezen üzemeltető védjegyjogi felelősségét vonná maga után.

36. Végül harmadsorban a kérdést előterjesztő bíróság arra vár választ, hogy az üzemeltetőt a megjelölések használójának kell-e tekinteni, amikor a kifogásolt megjelöléssel ellátott árukat feladja. Véleménye szerint a Coty ítéletben a Bíróság nem határozott az áruk raktározását követő feladásáról, mivel az ezen ítélet alapjául szolgáló ügyben a szállítást egy külső szolgáltató végezte.

37. E körülmények között a tribunal d'arrondissement de Luxembourg (luxembourgi kerületi bíróság, Luxemburg) felfüggesztette az eljárást, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

„1) Úgy kell-e értelmezni a [2017/1001] rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek valamely internetes oldalon közzétett hirdetésben való használata az oldal üzemeltetőjének, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyoknak tudható be amiatt, hogy ezen a weboldalon az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok és harmadik személyek hirdetései egymással keveredve jelennek meg azáltal, hogy e reklámokat az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok beépítik a saját kereskedelmi kommunikációjukba?

Megerősíti-e az ilyen beépítést az a tény, hogy:

– a reklámokat egységesen jelenítik meg az internetes oldalon?

– az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok saját reklámjait és a harmadik személyek reklámjait azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül, azonban

[24] 2020. április 2-i ítélet (C 567/18, EU:C:2020:267, a továbbiakban: Coty ítélet).

az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok logóját jól láthatóan feltüntetve jelenítik meg harmadik személyek internetes oldalainak reklámfelületein, »pop-up« hirdetés formájában?

– az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok olyan integrált szolgáltatást nyújtanak harmadik személy eladók számára, amely magában foglalja a reklámok elkészítésében és az eladási árak meghatározásában való segítségnyújtást, valamint az áruk raktározását és szállításra való feladását?

– az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok weboldalát úgy alakították ki, hogy üzletekként, valamint olyan címkék formájában jelenjenek meg, mint a »legjobb vétel«, »a legkeresettebb« vagy a »legtöbbször megjelenített«, anélkül, hogy első ránézésre meg lehetne különböztetni egymástól az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok saját termékeit a harmadik személyek áruitól?

2) Úgy kell-e értelmezni a [2017/1001] rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek egy online értékesítési oldalon megjelenített hirdetésben történő használata főszabály szerint az üzemeltetőnek, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyoknak tudható be, ha a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogásában az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany aktív szerepet játszott ezen reklám elkészítésében, vagy ez utóbbi ezen üzemeltető saját kereskedelmi kommunikációjának részeként érzékelhető?

   E felfogást befolyásolja-e:

   – az a körülmény, hogy ez az üzemeltető és/vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok olyan hírnévvel rendelkeznek, hogy náluk a legszélesebb az áruválaszték, köztük a hirdetésben szereplő áruk kategóriája tekintetében is;

   – vagy az a körülmény, hogy az így megjelenített hirdetésben olyan fejléc szerepel, amelyben ezen üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok szolgáltatási védjegyét tüntették fel, és ez a védjegy forgalmazói védjegyként jóhírnévvel rendelkezik;

   – vagy akár az a körülmény, hogy ez az üzemeltető, illetve a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalanyok e hirdetés megjelenítésével egyidejűleg az abban megjelenített termékkel azonos kategóriába tartozó áruk forgalmazói által hagyományosan kínált szolgáltatásokat is kínálnak?

3) Úgy kell-e értelmezni a [2017/1001] rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelöléssel ellátott áru végső fogyasztó részére – gazdasági tevékenység körében és a védjegyjogosult hozzájárulása nélkül – történő feladása csak akkor minősül a feladónak betudható használatnak, ha ez utóbbinak ténylegesen tudomása van arról, hogy a megjelölést az árun feltüntették?

   A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga úgy tájékoztatta a végső fogyasztót, hogy ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany gondoskodik az áru feladásáról, miután az árut e célból raktározta?

A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany előzetesen aktívan hozzájárult az e megjelöléssel ellátott áru reklámjának gazdasági tevékenység körében történő megjelenítéséhez, vagy a reklámra tekintettel rögzítette a végső fogyasztó megrendelését?”

38. Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem 2021. március 8-án érkezett a Bírósághoz. Írásbeli észrevételeket az alapeljárás felei, a német kormány, valamint az Európai Bizottság terjesztett elő. A német kormány kivételével ugyanezek a felek részt vettek a Bíróság előtt 2022. február 22-én tartott tárgyaláson.

B. A C-184/21. sz. ügy

39. 2019. október 4-én C. Louboutin a védjegye Amazon általi használatának abbahagyása, valamint az ezen használattal okozott kár megtérítése iránti keresetet indított a tribunal de l’entreprise francophone de Bruxelles (brüsszeli francia nyelvű kereskedelmi bíróság, Belgium) előtt.

40. Keresetének alátámasztására C. Louboutin ugyanazokat az érveket hozza fel, mint a C-148/21. sz. ügyben, hangsúlyozva többek között egyfelől azt, hogy a kifogásolt reklámok teljes egészében az Amazon kereskedelmi kommunikációjának részét képezik, mivel azokban – minden egyes hirdetés fejlécében – szerepel az Amazon félábrás védjegye, amely egy nagyon jóhírű forgalmazói védjegy, és másrészt e hirdetések felépítésükben is a kiemelt forgalmazók szokványos hirdetéseihez hasonlítanak. C. Louboutin arra is hivatkozik, hogy annak vizsgálata keretében, hogy valamely reklám egy meghatározott személy kereskedelmi kommunikációjának részét képezi-e, azon szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes fogyasztó szempontjából kell értékelni, akinek e reklámot szánják. Egyébiránt azt állítja, hogy a védjeggyel azonos megjelöléssel ellátott termék vevő részére történő feladása e megjelölés használatának minősül.

41. Válaszul az Amazon előadja, hogy az értékesítési oldalain az állítólagosan védjegybitorló cipőkre vonatkozó ajánlatoknak harmadik személyek általi közzététele, és az utóbbiak által értékesített cipőknek a feladása nem minősül az Amazon általi védjegyhasználatnak, és hogy az állandó ítélkezési gyakorlat szerint online piaci szereplőként ő nem tehető felelőssé a védjegy harmadik személyek általi (engedély nélküli) használatáért. Az Amazon e tekintetben a cour d’appel de Bruxelles) egy nemrégiben hozott ítéletére[25] hivatkozik, amelyben e bíróság megállapította, hogy „valamely védjegynek egy harmadik személytől származó védjegybitorló termékre vonatkozó értékesítési ajánlatban való használata nem az online piactér üzemeltetőjének tudható be, még akkor sem, ha ez utóbbi azonosítható, mivel a használat nem a saját kereskedelmi kommunikációjának képezi a részét”.

42. Az előterjesztő bíróság úgy véli, hogy az előtte folyamatban lévő jogvita megoldása szempontjából releváns egyrészt az a kérdés, hogy mely körülmények között tudható be egy bitorló megjelölés reklámban történő használata egy forgalmazóként is működő online értékesítési oldal üzemeltetőjének, másrészt az, hogy az ilyen használat betudhatóságának megállapítása szempontjából figyelembe veendő-e – és ha igen, milyen körülmények között – a reklámnak a vásárlóközönség általi érzékelése. E bíróság szerint ugyanez a helyzet a védjegybitorló megjelöléssel ellátott áru kiküldéséhez fűződő körülmények relevanciájával kapcsolatos kérdést illetően, amely szükséges a 2017/1001 rendelet 9. cikke (2) bekezdése jelen ügyben történő alkalmazásának körülhatárolásához.

[25] 2020. június 25-i ítélet, RG/2019/AR/1480.

43. E körülmények között határozott úgy a tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (brüsszeli francia nyelvű kereskedelmi bíróság, Belgium), hogy az eljárást felfüggeszti, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjeszti a Bíróság elé:

„1) Úgy kell-e értelmezni a [2017/1001] rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelölésnek egy online értékesítési oldalon megjelenített hirdetésben történő használata főszabály szerint az üzemeltetőnek tudható be, ha a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogásában az üzemeltető aktív szerepet játszott ezen reklám elkészítésében, vagy ez utóbbi az ilyen felhasználó által ezen üzemeltető saját kereskedelmi kommunikációjának részeként érzékelhető?

E felfogást befolyásolja-e:

– az a körülmény, hogy ez az üzemeltető olyan hírnévvel rendelkezik, hogy nála a legszélesebb az áruválaszték, köztük a hirdetésben szereplő áruk kategóriája tekintetében is;

– vagy az a körülmény, hogy az így megjelenített hirdetésben olyan fejléc szerepel, amelyben ezen üzemeltető szolgáltatási védjegyét tüntették fel, és ez a védjegy forgalmazói védjegyként jóhírnévvel rendelkezik;

– vagy akár az a körülmény, hogy ez az üzemeltető e hirdetés megjelenítésével egyidejűleg az abban megjelenített termékkel azonos kategóriába tartozó áruk forgalmazói által hagyományosan kínált szolgáltatásokat is kínál?

2) Úgy kell-e értelmezni a [2017/1001] rendelet 9. cikkének (2) bekezdését, hogy a védjeggyel azonos megjelöléssel ellátott áru végső fogyasztó részére – gazdasági tevékenység körében és a védjegyjogosult hozzájárulása nélkül – történő feladása csak akkor minősül a feladónak betudható használatnak, ha ez utóbbinak ténylegesen tudomása van arról, hogy a megjelölést az árun feltüntették?

A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga úgy tájékoztatta a végső fogyasztót, hogy ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany gondoskodik az áru feladásáról, miután az árut e célból raktározta?

A szóban forgó megjelölés használójának minősül-e az ilyen feladó, ha ő maga vagy a hozzá gazdaságilag kapcsolódó jogalany előzetesen aktívan hozzájárult az e megjelöléssel ellátott áru reklámjának gazdasági tevékenység körében történő megjelenítéséhez, vagy a reklámra tekintettel rögzítette a végső fogyasztó megrendelését?"

44. Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem 2021. március 24-én érkezett a Bírósághoz. Írásbeli észrevételeket az alapeljárás felei és a Bizottság terjesztett elő. Ugyanezek a felek részt vettek a 2022. február 22-i tárgyaláson.

IV. Elemzés

45. Megjegyzem, hogy a C-148/21. és C-184/21. sz. ügyben a Bíróság elé előzetes döntéshozatalra terjesztett kérdések a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „használat" fogalmának értelmezésére vonatkoznak, és az egyes kérdésekben felhozott elemek

nagymértékben fedik egymást.[26] Ezért ezeket együtt vizsgálom.

46. Kérdéseikkel az előterjesztő bíróságok lényegében várnak választ, hogy a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy annak alapján, hogy egyrészről egy online értékesítési platform üzemeltetője saját ajánlatait és harmadik személyek ajánlatait egységesen, a megjelenítésben azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül teszi közzé, valamint saját, jóhírnévvel rendelkező forgalmazói logóját megjeleníti e reklámokon, másrészről pedig a harmadik személy eladók számára a platformján szereplő áruk raktározására és szállításra való feladására vonatkozó kiegészítő szolgáltatásokat kínál, és úgy tájékoztatja a potenciális vásárlókat, hogy e tevékenységekről ő fog gondoskodni, úgy tekintendő, hogy e platform üzemeltetője az e platformon valamely harmadik személy által közzétett értékesítési ajánlatban védjegyet használ. Az előterjesztő bíróságok ezenkívül azt kérdezik a Bíróságtól, hogy a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogása befolyásolja-e az e rendelkezés értelmében vett „használat” fogalmának értelmezését.

47. Az előterjesztett kérdések megválaszolása érdekében először felidézem a védjegy 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „használatának” fogalmára vonatkozó ítélkezési gyakorlatot annak érdekében, hogy kifejtsem azokat az okokat, amelyek miatt úgy vélem, hogy ebből az ítélkezési gyakorlatból az következik, hogy e fogalom alkalmazása a szóban forgó platform használója észlelésének figyelembevételét feltételezi. Ezt követően elemzem e figyelembevétel annak meghatározása során fennálló következményeit, hogy az Amazon – a működési módjának a kérdést előterjesztő bíróságok által megállapított sajátosságai miatt – használja-e az internetes oldalán valamely harmadik személy által közzétett értékesítési ajánlatban szereplő védjegyet.

A. Az elemzés keretének meghatározása

48. A 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése alapján, amely lényegében átveszi a 207/2009 rendelet 9. cikkének (1) bekezdését, az európai uniós védjegy jogosultja bárkivel szemben felléphet, aki hozzájárulása nélkül gazdasági tevékenység körében a védjegy árujegyzékében foglaltakkal azonos árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban a védjeggyel azonos megjelölést *használ*. A 2017/2001 rendelet rendelkezései azonban nem határozzák meg a „használat” fogalmát, így e fogalom értelmezésének elveit a Bíróság ítélkezési gyakorlata alakította ki.

1. Az ítélkezési gyakorlatban kialakított, jelenlegi állapotában nem megfelelő meghatározás

49. A Bíróság megállapította, hogy a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdésében szereplő „használat” kifejezés a harmadik személy, az internetes közvetítő részéről aktív magatartást és a használatnak minősülő cselekmény feletti közvetlen vagy közvetett irányítást jelenti.[27]

50. Az aktív magatartásra és a használatnak minősülő cselekmény feletti irányításra vonatkozó követelmény egyrészről a 2017/1001 rendelet 9. cikkének szerkezetéből ered, mivel e rendelet 9. cikkének (3) bekezdése nem kimerítő jelleggel sorolja fel azon használattípusokat, amelyekkel szemben a védjegyjogosult felléphet, és kizárólag más személyek aktív magatartását említi.[28] Másrészről e követelmény e rendelet 5. cikke (1) bekezdésének céljából következik, mivel e

[26] Lásd a jelen indítvány 90. és 91. pontját.

[27] 2016. március 3-i Daimler ítélet (C-179/15, EU:C:2016:134, 41. pont); 2020. július 2-i mk advokaten ítélet (C-684/19, EU:C:2020:519, 23. pont).

[28] 2016. március 3-i Daimler ítélet (C-179/15, EU:C:2016:134, 40. pont).

rendelkezés arra irányul, hogy olyan jogorvoslati eszközt biztosítson a védjegyjogosultnak, amely lehetővé teszi számára, hogy fellépjen védjegye más személy általi bármely használatával szemben, és így megszüntettesse azt, amennyiben arra a hozzájárulása nélkül kerül sor. Márpedig kizárólag a használatnak minősülő cselekmény felett irányítást gyakorló más személy van ténylegesen olyan helyzetben, hogy megszüntesse e használatot.[29] Ez a követelmény ily módon azon elv kifejeződése, amely szerint jogilag senki nem kötelezhető a lehetetlenre.[30]

51. A Bíróság állandó ítélkezési gyakorlata szerint továbbá az internetes közvetítő általi használatnak minősülő cselekmény „legalább azt feltételezi, hogy e harmadik személy a megjelölést saját kereskedelmi kommunikációja keretében használja”.[31] Ez a feltétel, amely az aktív magatartás tanúsítására vonatkozó feltétel közvetlen folyománya, véleményem szerint egy interneten működő közvetítő esetében a „használat” fogalmának központi elemét képezi. Ez a megjelölés használatának elismeréséhez szükséges feltétel, amelynek hiányában e használat nem áll fenn.

52. Meg kell állapítani, hogy a megjelölésnek az internetes közvetítő által saját kereskedelmi kommunikációjában történő használatára vonatkozó feltétel egyébiránt mindeddig lehetővé tette az e közvetítő általi használat kizárását. Így a Google ítéletben a Bíróság megállapította, hogy a reklámszolgáltatás nyújtója nem használja a megjelölést saját reklámtevékenysége keretében, mivel pusztán lehetővé teszi ügyfelei számára, hogy ők maguk használjanak valamely védjeggyel azonos megjelöléseket, amely folytán csupán a valamely megjelölés használatához szükséges technikai feltételeket teremti meg.[32] Hasonlóképpen, a Bíróság az eBay ítéletben[33] kimondta, hogy valamely piactér üzemeltetője nem használja a szóban forgó megjelölést saját kereskedelmi kommunikációja keretében azáltal, hogy olyan szolgáltatást nyújt, amely annak az ügyfelek részére történő lehetővé tételében áll, hogy kereskedelmi tevékenységük keretében e megjelölést jelenítsék meg, a Coty ítéletben[34] pedig, hogy a szóban forgó megjelöléssel ellátott áruk raktározása nem minősül e megjelölés valamely harmadik személy saját kereskedelmi kommunikációjában történő használatának, amennyiben e harmadik személy maga nem kínálja fel eladásra az érintett árukat, és nem hozza azokat forgalomba.

53. Megjegyzem azonban, hogy ezt a feltételt a Bíróság ítélkezési gyakorlata soha nem határozta meg részletesebben, és ezt a kérdést a jogtudomány sem vizsgálta közelebbről,[35] ezért nem egyértelmű, hogy „a megjelölés közvetítő által, saját kereskedelmi kommunikációban történő használata” fogalom mit takar.[36] E feltétel kizárólag nemleges használata, amely csak a megjelölés használata hiányának bizonyítására szolgált, még abban a kontextusban is, amelyben az felmerült, nagymértékben tovább erősíti a pontatlan jellegét.

[29] 2016. március 3-i Daimler ítélet (C-179/15, EU:C:2016:134, 41. pont).

[30] Lásd: Kur, A., Senftleben, M., i. m., 276. o.

[31] 2010. március 23-i Google France és Google ítélet (C-236/08–C-238/08, a továbbiakban: Google ítélet, EU:C:2010:159, 56. pont); eBay ítélet (102. pont); Coty ítélet (39. pont).

[32] Google ítélet (56. és 57. pont).

[33] Ezen ítélet 102. pontja.

[34] Ezen ítélet 47. pontja. Az internetes közvetítőket érintő helyzeteken kívül a megjelölés saját kereskedelmi kommunikációban történő használatának hiánya miatt a megjelölés használata hiányának megállapításáról lásd még: 2011. december 15-i Frisdranken Industrie Winters ítélet (C-119/10, EU:C:2011:837); 2015. július 16-i TOP Logistics és társai ítélet (C-379/14, EU:C:2015:497).

[35] Ezt bizonyos szerzők állapítják meg. Lásd: Marsoof, A., i. m., 37. o.; Ullrich, C., i. m., 358. o.

[36] A „használat” fogalmának homályos jellegéről lásd: Kur, A., és Senftleben, M., i. m., 275. o.

54. Noha a Bíróság ítélkezési gyakorlatának olvasata alapján első ránézésre nem könnyű meghatározni, hogy pozitív szempontból mit jelent egy „megjelölésnek a közvetítő által, saját kereskedelmi kommunikációjában történő használat” fogalma, valamint azt sem, hogy milyen módon állapítható meg e feltétel teljesülése, e fogalom figyelmesebb elemzése lehetővé teszi a körvonalainak meghatározását.

2. A „megjelölés közvetítő által, saját kereskedelmi kommunikációjában történő használata”: egy olyan fogalom, amely szükségképpen magában foglalja a platform felhasználójának nézőpontját

55. Valamely vállalkozás kereskedelmi kommunikációja általában a kommunikáció minden olyan formáját jelöli, amelynek célja a vállalkozás tevékenységének, áruinak vagy szolgáltatásainak népszerűsítése, illetve az ilyen tevékenység végzésének jelzése. E kommunikáció harmadik személyeknek szól, a vállalkozás tevékenységének megismertetése vagy jelzése céljából. Az tehát tisztán külső célt szolgál, a „kommunikáció” kifejezést pedig egyébiránt általában úgy határozzák meg, mint a valaminek valakivel történő megosztására, megismertetésére irányuló cselekvést. [37]

56. A kommunikáció tehát csak a megjelölést használó vállalkozás és a hozzá viszonyítva harmadik személynek minősülő felek közötti viszonyban képzelhető el, és valamely megjelölésnek az internetes közvetítő által a saját kereskedelmi kommunikációjában történő használata így azt feltételezi, hogy a szóban forgó megjelölés kívülről nézve e kommunikáció szerves részeként jelenik meg. Másként fogalmazva, a közvetítő oly mértékben eltulajdonítja a megjelölést, hogy az az ő tevékenységéhez tartozónak tűnik.

57. Ez az elgondolás nem újkeletű. A Bíróság megállapította, hogy valamely megjelölés használatára kerül sor olyankor, ha a harmadik személy „a megjelölést úgy használja, hogy az kapcsolatot teremt a fenti megjelölés és a harmadik személy által forgalmazott áruk vagy nyújtott szolgáltatások között”. [38] Noha az ilyen kapcsolat fennállására vonatkozó feltétel azóta nem ismételték meg kifejezetten az internetes közvetítők tekintetében, és azt felváltotta a megjelölésnek a közvetítő saját kereskedelmi kommunikációjában történő használatára vonatkozó feltétel, ez azért van, mert ez utóbbi feltételt ugyanez a logika támasztja alá.

58. A megjelölésnek a kereskedelmi kommunikációban történő használatára vonatkozó feltétel ugyanis az internetes közvetítő általi olyan használatot feltételez, hogy e kommunikáció címzettje sajátos kapcsolatot létesít a közvetítő és a szóban forgó megjelölés között, [39] és ez a sajátos kapcsolat e megjelölés közvetítő általi eltulajdonításából ered.

[37] A „kommunikáció” („communication”) kifejezés a szellemi tulajdonjog ismerői számára a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról szóló, 2019. április 17-i (EU) 2019/790 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2019. L 130. 92. o.) a 3. cikkének (1) bekezdése értelmében vett „nyilvánossághoz közvetítés” („communication au public”) fogalmára utal. Mindazonáltal nem fogok az e fogalom értelmezésére vonatkozó ítélkezési gyakorlatra hivatkozni a „kereskedelmi kommunikáció” – a Bíróságnak a megjelölések használatára vonatkozó ítélkezési gyakorlatából következő – fogalmának meghatározása érdekében. A „nyilvánossághoz közvetítés” fogalom ugyanis az uniós jog önálló fogalma, amely olyan eltérő összefüggésben működik, amelyben a valamely műhöz való hozzáférés biztosítása önmagában véve mindig potenciálisan sérthet valamely szellemi tulajdonjogot, a használat minősítésére pedig csak gazdasági tevékenység körében kerülhet sor, és alaposabb elemzést igényel.

[38] 2009. február 19-i UDV North America végzés (C-62/08, EU:C:2009:111, 49. pont).

[39] Amint arra Kokott főtanácsnok a Frisdranken Industrie Winters ügyre vonatkozó indítványában (C-119/10, EU:C:2011:258, 28. pont) már rámutatott.

59. Az ilyen feltételt ezért a piactér használója – a piactér üzemeltetője kereskedelmi kommunikációjának címzettje – szempontjából kell elemezni annak értékelése céljából, hogy a szóban forgó megjelölés számára úgy jelenik-e meg, mint amely beépül az üzemeltető kereskedelmi kommunikációjába, mivel az internetes közvetítő az említett megjelölést eltulajdonította.

60. Megjegyzem, hogy e használó nézőpontja elfogadásának szükségességét egyébként Campos Sánchez Bordona főtanácsnok már hangsúlyozta a Coty Germany ügyre vonatkozó indítványában,[40] amelyben kifejtette, hogy a „végső fogyasztó nézőpontjára összpontosí[t]", és megjegyezte, hogy „[a]mennyiben a vevő úgy értelmezhetné, hogy a [piactér üzemeltetője] hozza forgalomba az árukat", olyan megoldást kell elérni, amely „hajlik annak megállapítására, hogy fennáll a védjegy használata".

61. Számomra tehát úgy tűnik, hogy a megjelölés harmadik személy által saját kereskedelmi kommunikációja során történő használatára vonatkozó feltétel velejárója, hogy e kommunikáció annak címzettje, vagyis a szóban forgó platformot használó internetfelhasználó szempontjából kerüljön értékelésre.

62. Pontosítanom kell még, hogy a piactér mely használójára kell hivatkozni annak meghatározása érdekében, hogy e használó felfogása szerint a szóban forgó megjelölést az üzemeltető beépíti-e a saját kereskedelmi kommunikációjába. A kérdést előterjesztő bíróságok egy „szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó" helyzetének elfogadását javasolják.

63. Ez a kifejezés az annak meghatározása érdekében elfogadott mércét tükrözi, hogy valamely megjelölés harmadik személy általi használata sérti-e a védjegy alapvető funkcióinak egyikét. E vizsgálat keretében a Bíróság ugyanis azt ellenőrzi, hogy lehetséges-e „a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó számára annak megállapítás[a], hogy a [védjeggyel jelölt] áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, […] vagy pedig harmadik féltől származnak".[41]

64. Igaz, hogy – amint arra a Bizottság és az Amazon rámutat – az a kérdés, hogy a piactér üzemeltetője egy védjegyet használ-e, és hogy ez a használat sértheti-e a védjegy valamely funkcióját, két különböző kérdés.

65. E második kérdést illetően az elemzés a szóban forgó megjelöléssel ellátott árura vagy szolgáltatásra összpontosít annak meghatározása érdekében, hogy e megjelölést egy szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes fogyasztó – tévesen – valamely védjegy jogosultjától származónak tekintheti-e. Az első kérdés pedig nem a szóban forgó megjelöléssel ellátott áru vagy szolgáltatás vizsgálatát feltételezi, hanem csupán az üzemeltető kereskedelmi kommunikációját, annak meghatározása érdekében, hogy a platform használói a szóban forgó megjelölést úgy észlelik, hogy az üzemeltető azt a tevékenysége keretében közvetlenül használja.

66. E két vizsgálat ezenkívül eltérő logikát követ. A védjegy valamely funkciója, különösen a származásjelző funkciója sérelmének kérdése ugyanis nemcsak a védjegyjogosult jogainak, hanem a fogyasztók érdekeinek védelmére irányuló dimenzióval is rendelkezik.[42] Ezzel ellentétben, valamely védjegy használata meghatározásának kérdése csak a szóban forgó védjegy jogosultja és az állítólagos bitorló közötti viszonyt érinti, mivel annak meghatározására irányul, hogy e harmadik személy az eljárásával a védjegyjogosult egyik kizárólagos előjogát gyakorolja-e.

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

[41] Google ítélet (84. pont).

[42] A védjegy alapvető funkcióiról lásd: Kur, A., és Senftleben, M., i. m., 6. o.

67. Ezek az elemek azonban nem igazolhatják azt, hogy annak meghatározása során, hogy a szóban forgó megjelölést beépítették-e valamely online értékesítési platform kereskedelmi kommunikációjába, ne lehessen figyelembe venni egy szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogását is. Éppen ellenkezőleg, azon a véleményen vagyok, hogy szükségképpen az ilyen internethasználónak mint a platform-üzemeltető kereskedelmi kommunikációjának címzettjének kell a viszonyítási pontnak lennie annak megállapításához, hogy valamely közvetítő a megjelölést a saját kereskedelmi kommunikációjában történő használat révén eltulajdonította-e.

68. Az Amazon és a Bizottság által előadott azon érv, amely szerint a Bíróság nem említette kifejezetten az internethasználók felfogása e tekintetben történő figyelembevételének szükségességét, nem kérdőjelezi meg a megjelölés közvetítő általi, saját kereskedelmi kommunikációjában való használata, és ennélfogva az internetes közvetítők általi „használat” fogalma ezen elemzési keretének fennállását.

69. Először is, amint arra a jelen indítvány 52. és 53. pontjában rámutattam, valamely „megjelölés közvetítő által, saját kereskedelmi kommunikációjában történő használatának” fogalmát csak nemleges értelemben használták, olyan helyzetekben, amelyekben a Bíróság úgy ítélte meg, hogy a közvetítő nem használta a szóban forgó megjelölést. Abból a tényből tehát, hogy olyan helyzetekben, amikor nem ez volt a helyzet, nem hivatkoztak az internethasználó felfogására annak bizonyítása érdekében, hogy a szóban forgó megjelölés a közvetítő kereskedelmi kommunikációjának szerves részét képezte, nem lehet ilyen következtetést levonni, mivel az internethasználó felfogására vonatkozó elemzésnek csak akkor van értelme, ha kétség merül fel a megjelölésnek a közvetítő kereskedelmi kommunikációjában történő használatát illetően.

70. Másodszor, ez annál is inkább így van, mivel a Bíróság által az ezen ítéletekben elfogadott megoldás mindenesetre igazolható annak alapján, hogy egy szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó nem úgy észlelte, hogy a szóban forgó megjelölést az üzemeltetők saját kereskedelmi kommunikációjukban használták. Ily módon a Bíróság a Google ítéletben [43] a reklámszolgáltatás nyújtója, aki bizonyos ügyfelei számára kulcsszóként védjegyekkel azonos megjelöléseket tárolt, és azok alapján szervezte a hirdetések megjelenítését, csupán szokásos tevékenységét végezte, és így a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes felhasználó számára nem tűnt úgy, hogy e szolgáltató maga használta volna a szóban forgó megjelöléseket saját kereskedelmi kommunikációja keretében. A Bíróság az eBay ítéletben [44] ehhez hasonlóan úgy ítélte meg, hogy a piactér üzemeltetője, aki olyan szolgáltatást nyújtott, amely lehetővé tette ügyfelei számára, hogy kereskedelmi tevékenységük, így értékesítési ajánlataik keretében a honlapján a védjeggyel azonos megjelöléseket jelenítsenek meg, amelynek folytán nem lépett túl közvetítői szerepén, és nem használta a szóban forgó megjelöléseket saját kereskedelmi kommunikációja keretében.

71. Harmadszor, a Bíróság az eBay ítéletben [45] elismerte – anélkül azonban, hogy említést tett volna a megjelölésnek az online piac üzemelgetője által, saját kereskedelmi kommunikációjában történő használatára vonatkozó feltételről – valamely védjegynek ezen üzemeltető általi használatát abban az esetben, amikor e piactér üzemeltetője a Google keresőmotorjának üzemeltetőjénél egy védjegynek megfelelő kulcsszavakat választott annak érdekében, hogy *hirdetési* linket és – a keresett védjeggyel ellátott termékeknek az oldalán történő megvásárlásának lehetőségét bemutató – hirdetési üzenetet jelentessen meg. Márpedig ebben az

[43] Ezen ítélet 53. pontja.

[44] Ezen ítélet 102. pontja.

[45] Ezen ítélet 84. és 85. pontja.

esetben a használat amiatt került elismerésre, mivel az eBay által megjeleníttetett üzenetek és linkek magára a piactérre vonatkozó hirdetést is jelentettek, és következésképpen, mivel a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó számára úgy tűnt, hogy a szóban forgó védjegy az eBay saját kereskedelmi kommunikációjának részét képezi, és a Bíróság megállapította az eBay használta e védjegyet.

72. Véleményem szerint tehát a valamely online értékesítési platformot igénybe vevő, szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó felfogása releváns elem annak meghatározása szempontjából, hogy e platform üzemeltetője kereskedelmi kommunikációjában használ-e egy adott megjelölést. Egy ilyen mérce, amely a felhasználó átlagos szintű tájékozottságát és észszerű figyelmességét feltételezi, számomra annál is inkább indokoltnak tűnik, mivel az online értékesítési platformok felhasználóinak egy része számára nincs jelentősége annak, hogy kivel jön létre az adásvétel, mivel az egyetlen vásárlási szempont a termék és annak ára. Ezek az internethasználók tehát nem szolgálhatnak mérceként annak megállapításához, hogy valamely megjelölés számukra e platform üzemeltetője kereskedelmi kommunikációja szerves részének tűnik-e, és nem csupán úgy, mint amelyet az eladó harmadik személy használ. Szükségesnek tartom tehát, hogy egy átlagos magatartást tanúsító internethasználóra hivatkozhassak, aki számára ez az információ releváns.

73. Végül utolsóként azt is pontosítani kell, hogy annak elismerése, hogy a terméket online értékesítési platformon keresztül értékesítő fél valamely megjelölést a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében használ, nem zárja ki, hogy az e platformot üzemeltető közvetítő elméletileg szintén használhassa ezt a megjelölést, amennyiben ez utóbbi a szóban forgó megjelölést saját kereskedelmi kommunikációjában használja.

74. E megfontolások alapján fogom tehát elvégezni az online értékesítési platformok üzemeltetőinek a kérdést előterjesztő bíróságok által leírt tevékenységére vonatkozó elemzést annak meghatározása érdekében, hogy ezen üzemeltető tekinthető-e úgy, hogy ez utóbbi a szóban forgó védjegyet a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében használja, mivel azt saját kereskedelmi kommunikációja keretében használja.

B. Az Amazon működési módja által a védjegy 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett „használatának” elismerésére gyakorolt hatásról

75. A C-148/21. sz. ügyben előterjesztett első és harmadik kérdéssel, valamint a C-184/21. sz. ügyben előterjesztett második kérdéssel a bíróságok lényegében arra keresik a választ, hogy a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy annak alapján egyrészről, hogy egy online értékesítési platform üzemeltetője saját ajánlatait és harmadik személyek ajánlatait egységesen, a megjelenítésben azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül teszi közzé, valamint saját, jóhírnévvel rendelkező forgalmazói logóját – mind saját oldalán, mind harmadik személyek internetes oldalainak reklámfelületein – megjeleníti e reklámokon, és másrészről, hogy a harmadik személy eladók számára segítségnyújtásra, a platformján szereplő áruk raktározására és szállításra való feladására vonatkozó kiegészítő szolgáltatásokat kínál, és úgy tájékoztatja a potenciális vásárlókat, hogy e tevékenységekről ő fog gondoskodni, úgy tekintendő, hogy e platform üzemeltetője az e platformon valamely harmadik személy által közzétett értékesítési ajánlatban valamely védjegyet használ.

1. Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések terjedelmének körülhatárolása

76. Mindenekelőtt fontosnak tartom emlékeztetni arra, hogy az előző pontban említett kérdések csak az online értékesítési platform üzemeltetője közvetlen felelősségének esetére vonatkozik abban az esetben, ha ez utóbbi a 2017/1001 rendelet 9. cikke értelmében valamely védjeggyel azonos megjelölést használ. Amint azt a jelen indítvány 8. és 10. pontjában felidéztem, ez a kérdés elkülönül az internetes közvetítőknek a harmadik személyeknek a szolgáltatásaik igénybevétele útján elkövetett cselekményeiből eredő közvetett felelősségére vonatkozó kérdéstől.

77. Az általam javasolt elemzés tehát nem érinti a kérdést előterjesztő bíróságok arra vonatkozó lehetőségét, hogy – olyan esetekben, amikor valamely gazdasági szereplő lehetővé tette valamely védjegy valamely másik gazdasági szereplő általi használatát – megvizsgálják a 2017/1001 rendelet 9. cikkén kívüli egyéb jogi szabályok relevanciáját.

78. Az a tény ugyanis, hogy valamely megjelölést nem építenek be valamely online értékesítési platform üzemeltetőjének kereskedelmi kommunikációjába, nem jelenti azt, hogy ez utóbbi egyáltalán nem felel a védjegyjogosultak jogainak megsértéséért, hanem csupán azt, hogy e felelősséget a nemzeti jog alapján, másodlagos felelősségként kell vizsgálni.

79. Ilyen esetben a kérdést előterjesztő bíróságok feladata, hogy a nemzeti jog alapján meghatározzák az internetes közvetítő esetleges közvetett felelősségét, azzal, hogy az ilyen esetleges felelősséget össze kell egyeztetni az elektronikus kereskedelemről szóló irányelvben foglalt, felelősség alóli mentesülési lehetőségekkel is.

80. Ezenkívül a védjegyjogosult jogainak védelmét szolgáló azon intézkedések eszköztára, amelyeket egy olyan internetes közvetítővel szemben meg lehet hozni, aki szolgáltatásain keresztül lehetővé tette valamely harmadik személy számára, hogy valamely megjelölést használjon, nem korlátozódik a közvetítő – akár közvetlen, akár közvetett – felelősségének megállapítására. A 2004/48 irányelv 11. cikkének harmadik mondata ily módon előírja, hogy eltiltó határozatot lehessen hozni azzal a közvetítővel szemben is, akinek szolgáltatásait harmadik személy a szellemi tulajdonjog megsértése céljából veszi igénybe.

81. A fenti pontosításokat követően most azokat az okokat fogom kifejteni, amelyek miatt úgy vélem, hogy egy, az Amazonhoz hasonló online platform üzemeltetője a kérdést előterjesztő bíróságok által leírt tevékenységének gyakorlása során nem tekinthető olyannak, mint aki a 2017/1001 rendelet 9. cikke értelmében véve valamely megjelölést használ.

2. Az Amazon modelljének sajátosságáról

82. A C-148/21. sz. ügyben előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdés elsősorban valamely piactér üzemeltetőjének azon tevékenységére vonatkozik, amelynek keretében az oldalán harmadik személyek ajánlatait teszi közzé, amennyiben ezen értékesítési ajánlatok valamely védjeggyel azonos megjelölést jelenítenek meg. Amint azt a jelen indítvány 52. pontjában kifejtettem, és amint arra az Amazon rámutat, a Bíróság már megállapította, hogy ez a tevékenység nem minősül e megjelölés 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett használatának. [46]

[46] Lásd az eBay ítéletet.

83. Mindazonáltal, amint arra a kérdést előterjesztő bíróság a C-148/21. sz. ügyben rámutat, egy, az Amazonhoz hasonló online értékesítési platform üzemeltetőjének tevékenysége eltér az eBay ítélet tárgyát képező piactér üzemeltetőjének tevékenységétől. Ily módon e bíróság hangsúlyozza, hogy jelen esetben a harmadik személy eladók ajánlatait és az Amazon ajánlatait nem lehet a megjelenítésük alapján megkülönböztetni. Megjegyzi továbbá, hogy az Amazon mint jóhírnévvel rendelkező forgalmazó logója szisztematikusan megjelenik minden értékesítési ajánlaton, mind a piactéren, mind harmadik személyek oldalain, reklámüzenetek keretében. Végül kiemeli, hogy ezeket az értékesítési ajánlatokat maga az Amazon integrálja az oldalán található bizonyos üzletekbe vagy terméklistákba.

84. Számomra azonban úgy tűnik, hogy e körülmények egyike sem kérdőjelezi meg a Bíróság által az eBay ítéletben tett megállapítást. Úgy vélem ugyanis, hogy e körülmények nem alkalmasak arra, hogy ezek következtében a harmadik személy eladók hirdetéseiben szereplő megjelölések a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználók számára az online értékesítési platform üzemeltetője kereskedelmi kommunikációja szerves részének tűnjenek.

85. Ami az ajánlatoknak az Amazon piacterén az Amazon saját értékesítési ajánlatai és a harmadik személyek ajánlatai közötti különbség hiányát illeti, kétségkívül igaz, hogy ezek az ajánlatok egységes módon kerülnek bemutatásra, és mind tartalmazzák az Amazon mint jóhírnévvel rendelkező forgalmazó logóját. Mindazonáltal jelzem azt is, hogy – amint az az ajánlatoknak a C-148/21. sz. ügyben előterjesztett előzetes döntéshozatal iránti kérelemben említett példáiból kitűnik – a hirdetésekben mindig megjelölésre kerül, hogy harmadik fél eladók hirdetéseiről van-e szó, vagy hogy a termékeket közvetlenül az Amazon értékesíti.

86. Ezenkívül, bár az Amazon jóhírnévvel rendelkező forgalmazó, e társaság piactérként folytatott tevékenysége tekintetében ugyanilyen jóhírnévvel rendelkezik. A platform felhasználói számára tehát ismert, hogy az Amazon által közvetlenül értékesített áruk hirdetései és harmadik fél eladók által közzétett hirdetések egyaránt megjelennek. Az Amazon logó puszta jelenléte tehát azt is jelezheti a fogyasztónak, hogy egy harmadik személy eladó által közzétett hirdetésről van szó. E körülmények között pusztán az a tény, hogy az Amazon és harmadik személy eladók hirdetései egymás mellett léteznek, nem utalhat arra, hogy egy szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó a harmadik személy eladók hirdetéseiben szereplő megjelöléseket az Amazon kereskedelmi kommunikációjának részeként érzékelheti.

87. Ugyanez az érvelés vonatkozik az Amazon logóját tartalmazó, harmadik személyek oldalain közzétett hirdetésekre is, amelyek harmadik személy eladók által az Amazon oldalán közzétett hirdetésekhez vezetnek.

88. Ugyanez érvényes arra, ha az Amazon harmadik személy eladók hirdetéseit a platformján található üzletekbe vagy a legtöbbet eladott vagy a legtöbbször megjelenített termékek listájába integrálja. Amint arra a Bizottság rámutat, ez az integrálás valójában a társaság platformja szervezésének körébe tartozik. Az Amazon ezenkívül a tárgyaláson hangsúlyozta, hogy e szervezésre automatikusan, a hasonló áruk hirdetéseinek csoportokba rendezésével, a legkeresettebb vagy legtöbbet eladott termékek alapján kerül sor. Szerves részét képezi tehát egy, az Amazonhoz mint piactér üzemeltetőjéhez hasonló internetes közvetítő szerepének, és így a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználók számára kizárólag a platformjának megjelenésével és elrendezésével kapcsolatos intézkedésként jelenik meg.

89. A kérdést előterjesztő bíróság a C-148/21. sz. ügyben előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdésében arra is választ vár a Bíróságtól, hogy az Amazon által kínált „integrált” szolgáltatás, amely magában foglalja a reklámok elkészítésében való segítségnyújtást, valamint bizonyos áruk raktározását és szállításra való feladását, befolyásolja-e az e hirdetésekben szereplő megjelölés Amazon általi használatának minősítését.

90. E kérdés lényegében megegyezik a C-148/21. sz. ügyben előterjesztett harmadik kérdéssel és a C-184/21. sz. ügyben előterjesztett második kérdéssel, amelyek annak meghatározására irányulnak, hogy a védjeggyel azonos megjelöléssel ellátott, olyan termékek raktározása és szállításra való feladása, amelyek tekintetében az Amazon aktívan hozzájárult az értékesítési ajánlatok kidolgozásához és közzétételéhez is, a védjegy 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett használatának minősül-e.

91. E kérdések megválaszolásához átfogóan kell megvizsgálni –amint arra a német kormány rámutatott – az Amazon tevékenységeit, annak meghatározása érdekében, hogy e társaságnak a – kifogásolt megjelölést tartalmazó hirdetés közzétételétől a szóban forgó áru szállításra való feladásáig terjedő – közreműködése alkalmas-e arra, hogy e megjelölés használatának minősüljön. Véleményem szerint nem.

92. Kétségtelen, hogy az Amazon működésére jellemző e közreműködés legalábbis elvben lehetővé teheti az Amazon számára a védjegyjogokat sértő áru értékesítésének nagyobb mértékű felügyeletét. Ez a közreműködés azonban, amely a fogyasztó javára történik, mivel valójában arra irányul, hogy a fogyasztó számára a termék megvásárlását követően gyors és garantált szállítást biztosítson, és ezáltal megerősítse az online értékesítési platform jóhírnevét, véleményem szerint nem elegendő annak bizonyításához, hogy az Amazon a szóban forgó megjelölést saját kereskedelmi kommunikációjában használta.

93. A Bíróság ugyanis a Coty ítéletben [47] már kimondta, hogy nem lehet úgy tekinteni, hogy a megjelölést a piactér üzemeltetőjének saját kereskedelmi kommunikációja keretében használják, ha ez utóbbi harmadik személy eladó számára raktároz valamely megjelöléssel ellátott árukat anélkül, hogy maga is az áruk felkínálására vagy forgalomba hozatalára irányuló célt követne. Nem látok okot arra, hogy más lenne a következtetés, ha ezen üzemeltető az ilyen termékeket harmadik személy nevében adja fel szállításra. Ebben a helyzetben a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználók számára továbbra is egyértelmű, hogy kizárólag a harmadik személy eladó szándéka irányul arra, hogy az árukat eladásra felkínálja és forgalomba hozza. [48]

94. E következtetést nem kérdőjelezi meg az a tény, hogy az Amazon maga teszi közzé a szóban forgó hirdetéseket. Amint azt már kifejtettem ugyanis, véleményem szerint az ilyen hirdetések közzététele nem minősül a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdése értelmében vett használatnak. [49] Az e rendelkezés értelmében vett használatnak nem minősülő két cselekmény véleményem szerint nem értékelhető eltérően pusztán amiatt, hogy azok átfogó elemzés tárgyát képezik.

95. E körülmények között véleményem szerint a C-148/21. és C-184/21. sz. ügyben az előterjesztő bíróságok által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre azt a választ kell adni, hogy a 2017/1001 rendelet 9. cikkének (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy annak alapján

47 Ezen ítélet 45–47. pontja.

48 Coty ítélet (47. pont).

49 Lásd a jelen indítvány 84. és azt követő pontjait.

egyrészről, hogy egy online értékesítési platform üzemeltetője saját ajánlatait és harmadik személyek ajánlatait egységesen, a megjelenítésben azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül teszi közzé, valamint saját, jóhírnévvel rendelkező forgalmazói logóját – mind saját oldalán, mind harmadik személyek internetes oldalainak reklámfelületein – megjeleníti e reklámokban, másrészről, hogy a harmadik személy eladók számára segítségnyújtásra, a platformján szereplő áruk raktározására és szállításra való feladására vonatkozó kiegészítő szolgáltatásokat kínál, és úgy tájékoztatja a potenciális vásárlókat, hogy e tevékenységekről ő fog gondoskodni, nem tekinthető úgy, hogy e platform üzemeltetője az e platformon valamely harmadik személy által közzétett értékesítési ajánlatban valamely védjegyet használ, feltéve, hogy ezek a körülmények nem alkalmasak arra, hogy ezek következtében a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó a szóban forgó védjegyet az üzemeltető kereskedelmi kommunikációja szerves részeként észleli.

3. A védjegyjog sajátossága

96. Ez a megoldás azt jelenti, hogy egy olyan online értékesítési platform üzemeltetője modelljének sajátossága, mint az Amazon, amely az értékesítési ajánlatok közzétételétől a szóban forgó termékek szállításra való feladásáig számos szolgáltatást integrál, nem befolyásolja a „használat” 2017/2011 rendelet 9. cikke értelmében vett fogalmát.

97. Ez a megközelítés azonban kizárólag e fogalom értelmezésére korlátozódik, és nem terjeszthető ki más területekre. Másként fogalmazva, noha a különböző szolgáltatásoknak az online értékesítési platform üzemeltetője általi integrálása önmagában nem jelenti azt, hogy úgy lehetne tekinteni, hogy ez utóbbi üzemeltető valamely megjelölést használ, még azon aktívabb szerep miatt sem, amellyel ez az integrálás járhat, ez nem jelenti azt, hogy az ilyen integrálás semmilyen hatással nincs az ezen üzemeltető által nyújtott szolgáltatások más jogterületeken történő minősítését illetően.

98. Különösen a Bíróság által az Asociación Profesional Elite Taxi [50] és Uber France ítélet [51] alapjául szolgáló ügyekben követett megközelítésre gondolok. Mindkét ügyből kitűnik ugyanis, hogy a vállalkozás által nyújtott több szolgáltatás integrálása, amely lehetővé teszi számára, hogy egy városi közlekedési szolgáltatás minden releváns eleme felett ellenőrzést gyakoroljon, azt vonja maga után, hogy az ilyen szolgáltatást nem egyszerűen az utasok sofőrökkel való összekapcsolására irányuló közvetítői szolgáltatásnak kell tekinteni, hanem egyetlen szolgáltatásnyújtásnak, amelyért e vállalkozás felelősséggel tartozik. Másként fogalmazva, az, hogy a vállalkozás valamely szolgáltatás minden aspektusát a legnagyobb mértékben meghatározza, bizonyosan befolyásolja e vállalkozás közvetítői szerepét, különösen az elektronikus kereskedelemre vonatkozó uniós jogszabályok szempontjából.

99. Ez az érvelés azonban nem ültethető át a jelen ügyben szóban forgó „használat” fogalmának értelmezésére. Ezen értelmezés keretében nem valamely online értékesítési platform üzemeltetője által nyújtott szolgáltatás minősítéséről van szó, hanem annak meghatározásáról, hogy ezen üzemeltető tevékenysége következtében úgy tűnhet-e, hogy az üzemeltető valamely megjelölést a saját kereskedelmi kommunikációja keretében használ. E két kérdésre tehát szükségszerűen eltérő érvelés alapján kell választ adni.

[50] 2017. december 20-i ítélet (C-434/15, EU:C:2017:981).

[51] 2018. április 10-i ítélet (C-320/16, EU:C:2018:221).

100. Ezenkívül e kérdések eltérő logikát követnek. A szolgáltató által az interneten nyújtott szolgáltatás minősítése befolyásolhatja az általa üzemeltetett platform felhasználójával szemben fennálló felelősségét. Könnyen érthető, hogy minél nagyobb ellenőrzést gyakorol e szolgáltató a nyújtott szolgáltatás felett, annál nagyobb felelősség terheli. Nem ez a helyzet azt illetően, hogy e szolgáltató valamely védjegyet a 2017/1001 rendelet értelmében használ-e, mivel ez a kérdés kizárólag a szóban forgó védjegy jogosultja jogainak védelmére vonatkozik.

V. Végkövetkeztetés

101. A fenti megfontolások összességére tekintettel azt javaslom a Bíróságnak, hogy a C-148/21. sz. ügyben a tribunal d'arrondissement de Luxembourg (luxembourgi kerületi bíróság, Luxemburg) által, illetve a C-184/21. sz. ügyben a tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (brüsszeli francia nyelvű kereskedelmi bíróság, Belgium) által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre azt a választ adja, hogy az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet 9. cikkének (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy annak alapján, hogy egyrészről egy online értékesítési platform üzemeltetője saját ajánlatait és harmadik személyek ajánlatait egységesen, a megjelenítésben azok eredetét tekintve megkülönböztetés nélkül teszi közzé, valamint saját, jóhírnévvel rendelkező forgalmazói logóját – mind saját oldalán, mind harmadik személyek internetes oldalainak reklámfelületein – megjeleníti e reklámokban, másrészről pedig a harmadik személy eladók számára segítségnyújtásra, a platformján szereplő áruk raktározására és szállításra való feladására vonatkozó kiegészítő szolgáltatásokat kínál, és úgy tájékoztatja a potenciális vásárlókat, hogy e tevékenységekről ő fog gondoskodni, nem tekinthető úgy, hogy e platform üzemeltetője az e platformon valamely harmadik személy által közzétett értékesítési ajánlatban valamely védjegyet használ, feltéve, hogy ezek a körülmények nem alkalmasak arra, hogy ezek következtében a szokásosan tájékozott és észszerűen figyelmes internethasználó az üzemeltető kereskedelmi kommunikációja szerves részeként észleli a szóban forgó védjegyet.