GENERALINIO ADVOKATO
MACIEJ SZPUNAR IŠVADA,
pateikta 2022 m. birželio 2 d.[1]

Sujungtos bylos C-148/21 ir C-184/21

Christian Louboutin
prieš
Amazon Europe Core Sàrl,
Amazon ES Sàrl,
Amazon Services Europe Sàrl (C-148/21)
(*Tribunal d'arrondissement de Luxembourg* (Liuksemburgas) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)
ir
Christian Louboutin
prieš
Amazon.com Inc.,
Amazon Services LLC (C-184/21)

(*Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles* (Belgija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Prašymai priimti prejudicinį sprendimą – Intelektinė nuosavybė – Prekių ženklų teisė – Europos Sąjungos prekių ženklo poveikis – Prekių ženklo suteikiamos teisės – Teisė uždrausti trečiajam asmeniui naudoti tapatų arba panašų žymenį tapačioms arba panašioms prekėms ar paslaugoms – Sąvoka „naudojimas“

I. Įžanga

1. Pats tarpininkų atsakomybės klausimas nėra naujas, tačiau jis nuolat vėl iškyla, nes internete atsiranda naujų tarpininkavimo formų. Tai įrodo pastaraisiais metais Teisingumo Teismo nagrinėtų bylų, susijusių su interneto platformų veikla, įvairovė[2], ir prie tokių bylų priskiriami šie prašymai priimti prejudicinį sprendimą, pateikti nagrinėjant Christian Louboutin ginčus su *Amazon Europe Core Sàrl*, *Amazon ES Sàrl* ir *Amazon Services Europe Sàrl* (byla C-148/21), taip pat su *Amazon.com*, *Inc.* ir *Amazon Services LLC* (toliau atskirai arba kartu – *Amazon*) (byla C-184/21).

[1] Originalo kalba: prancūzų.

[2] Visų pirma žr. 2017 m. gruodžio 20 d. Sprendimą *Asociación Profesional Elite Taxi* (C-434/15, EU:C:2017:981); 2019 m. gruodžio 19 d. Sprendimą *Airbnb Ireland* (C-390/18, EU:C:2019:1112) ir 2021 m. birželio 22 d. Sprendimą *YouTube ir Cyando* (C-682/18 ir C-683/18, EU:C:2021:503).

2. Tai, kad minėtas klausimas nuolat iškyla iš naujo, nekelia nuostabos. Internetas tampa vis svarbesnis mūsų visuomenėje tiek socialiniu, tiek ekonominiu požiūriais, o jame veikiantys tarpininkai šiuo klausimu atlieka esminį vaidmenį. Jie leidžia naudotojams rasti turinį, juo keistis, dalytis ir jį kurti, pirkti ir parduoti prekes ir paslaugas, taip pat kurti ir išreikšti savo nuomonę internete [3]. Trumpai tariant, tokie tarpininkai palengvina naudotojams prieigą prie tam tikro turinio. Nors jie tam tikru mastu gali būti virtualus tradicinių tarpininkų atitikmuo, interneto srityje, kuriai būdingos nuolatinės technologinės naujovės, visų pirma skatinama kurti naujus tarpininkavimo modelius, kurie neturi atitikmenų realiame pasaulyje [4] ir kurių praktinės reikšmės negalima nepaisyti, todėl atsiranda pagrindas juos teisiškai reglamentuoti.

3. Didėjantis interneto tarpininkų vaidmuo neišvengiamai reiškia, kad jų veikla susiduria su kitų subjektų veikla ir kad ji tam tikru mastu gali kelti grėsmę jų teisėms. Taip yra kalbant apie subjektus, kuriems priklauso intelektinės nuosavybės teisės, visų pirma prekių ženklų savininkus, nes šios teisės gali būti pažeistos, pavyzdžiui, elektroninės prekybos platformose, todėl kyla klausimas dėl tokias platformas valdančių interneto tarpininkų atsakomybės. Elektroninės prekybos platformų veiklos plėtra ir su ja susijusios technologinės naujovės didina prekių prieinamumą vartotojams ir skatina prekybą jomis. Todėl prekių kiekis apyvartoje didėja mechaniškai. Tai taip pat taikoma suklastotoms prekėms [5].

4. Elektroninės prekybos platformą valdančio tarpininko atsakomybės už suklastotų prekių pardavimą per šią platformą paieškas nesunku suprasti žvelgiant iš prekių ženklo savininko, kurio teisės buvo pažeistos šioje platformoje, pozicijos. Be abejo, pažeidimas pirmiausia padaromas dėl to, kad pardavėjas, naudodamasis elektroninės prekybos platforma, siūlo pirkti suklastotas prekes. Tačiau tokius pardavėjus paprastai sunku nustatyti, o jų buvimo vieta taip pat gali būti kliūtis atsakomybei atsirasti [6].

5. Kita vertus, tarpininkas sudaro technines sąlygas tokiam trečiojo asmens daromam pažeidimui ir kontroliuoja savo platformą. Todėl jis bent iš esmės gali nutraukti šį pažeidimą. Taigi prekių ženklo savininkui, regis, veiksmingiau siekti tarpininko, o ne pardavėjo, kaip trečiojo asmens, atsakomybės [7], nesvarbu, ar ši atsakomybė būtų tiesioginė (kaip pažeidėjo), ar netiesioginė (dėl trečiųjų asmenų veiksmų naudojantis šiomis paslaugomis) [8].

6. Vis dėlto prekių ženklų savininkų interesas patraukti atsakomybėn tarpininkus negali būti aiškinamas atskirai ir pats savaime negali pateisinti to, kad tarpininkai visada būtų laikomi atsakingais už šių savininkų teisių pažeidimus, padarytus jų platformose. Šis interesas turi būti derinamas su kitais priešingais interesais [9].

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

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

[5] Suklastotos prekės, išleistos į apyvartą visame pasaulyje, sudaro maždaug 2,5 % pasaulio prekybos. Žr. EBPO / EUIPO, *Global Trade in Fakes: A worrying threat*, Illicit Trade, 2021, OECD Publishing, Paris, 2021, p. 61.

[6] Van Eecke, P. „Online service providers and liability: A plea for a balanced approach“, *Common Market Law Review*, Nr. 48, 5 t., 2011, p. 1455.

[7] Dėl siekio, kad interneto tarpininkams tektų atsakomybė, teorinio ir ekonominio pagrindimo žr. Marsoof, A., *op. cit.*, p. 5–10; Ullrich, C., *op. cit.*, p. 104–108 ir Ohly, A. „The Liability of Intermediaries for Trademark Infringement“, *Research Handbook on Trademark Law Reform*, Dinwoodie, G. B. ir Janis M. D. (red.), Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2021, p. 396–430.

[8] Dėl tiesioginės ir netiesioginės atsakomybės atskyrimo žr. generalinio advokato N. Jääskinen išvadą byloje *L'Oréal ir kt.* (C-324/09, EU:C:2010:757, 54 punktas ir paskesni) arba Kur, A. ir Senftleben, M. „European Trade Mark Law: A Commentary“, Oxford University Press, Oxford, 2017, p. 691, taip pat Ullrich, C., *op. cit.*, p. 356 ir paskesni.

[9] Ohly, A., *op. cit.*, p. 397.

7. Pirma, dėl savo atsakomybės apimties interneto tarpininkai praktiškai gali būti įpareigoti bendrai stebėti visus galimus prekių ženklų teisės pažeidimus savo platformose. Antra, lygiai taip pat pripažinus, kad interneto tarpininkai gali būti laikomi tiesiogiai atsakingais už jų platformoje padarytus prekių ženklų savininkų teisių pažeidimus, galėtų būti trukdoma plėtoti naują veiklą interneto srityje ir apskritai diegti bet kokias naujoves šioje srityje.

8. Būtinybė suderinti šiuos skirtingus interesus paskatino Sąjungos teisės aktų leidėją tam tikru mastu priimti priemones, kad būtų apsaugoti interneto tarpininkai, kiek tai susiję su jų atsakomybe už trečiųjų asmenų veiksmus jų platformose, t. y. jų netiesiogine atsakomybe. Nors netiesioginė atsakomybė Sąjungos teisėje nėra suderinta sritis, Direktyvoje 2000/31[10] vis dėlto numatyti atleidimo nuo atsakomybės atvejai, ir valstybės narės privalo juos nustatyti. Taigi interneto tarpininkai negali būti laikomi atsakingais už neteisėtus jų platformos naudotojų veiksmus, kai vykdo informacijos perdavimo ryšių tinkle ir prieigos prie šio tinklo teikimo veiklą, podėliavimo („caching“) arba svetainių prieglobos veiklą[11]. Be to, vykdant šią veiklą, tokiems tarpininkams negali būti primetamas bendras įpareigojimas stebėti jų perduodamą arba saugomą informaciją arba aktyviai aiškintis neteisėtą veiklą atskleidžiančius faktus ar aplinkybes[12].

9. Be to, nors Direktyvoje 2004/48/EB[13] numatyta, jog valstybės narės užtikrina, kad teisių savininkai galėtų reikalauti, kad tarpininkai, kurių paslaugomis tretieji asmenys naudojasi siekdami pažeisti intelektinės nuosavybės teisę, būtų įpareigoti nutraukti pažeidimą[14], šie įpareigojimai, kuriais siekiama nutraukti šį pažeidimą, vis dėlto nepriklauso nuo galimos tarpininko atsakomybės ginčijamomis faktinėmis aplinkybėmis[15], todėl klausimas, kaip tarpininkai turi būti vertinami dėl trečiųjų asmenų naudojantis jų paslaugomis padarytų veiksmų, šioje direktyvoje iš esmės nereglamentuotas.

10. Be netiesioginės interneto tarpininkų atsakomybės klausimo dar reikia nustatyti, ar jie gali būti laikomi tiesiogiai atsakingais už prekių ženklų savininkų teisių pažeidimus, visų pirma kalbant apie elektroninių prekyviečių valdytojus, dėl to, kad jų platformoje siūloma pirkti suklastotas prekes. Skirtingai nuo netiesioginės interneto tarpininkų atsakomybės, kurios tvarka reglamentuojama pagal nacionalinę teisę, išskyrus Elektroninės komercijos direktyvoje numatytas atsakomybės išimtis, tiesioginė prekyviečių valdytojų atsakomybė už prekių ženklų savininkų teisių pažeidimus reglamentuojama pagal Sąjungos teisės, konkrečiai – Reglamento (ES) 2017/1001[16] nuostatas.

11. Taigi Teisingumo Teismui teko pačiam suderinti iškilusius interesus, nubrėžiant ribą tarp atvejų, kai gali kilti prekyvietės valdytojo tiesioginė atsakomybė, ir atvejų, kai šis valdytojas negali būti laikomas tiesiogiai atsakingas už prekių ženklo savininko teisių pažeidimą savo valdomoje platformoje. Teisingumo Teismo jurisprudencija dėl Reglamento 2017/1001[17]

[10] 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) (OL L 178, 2000, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 13 sk., 25 t., p. 399; toliau – Elektroninės komercijos direktyva).

[11] Elektroninės komercijos direktyvos 12–14 straipsniai.

[12] Elektroninės komercijos direktyvos 15 straipsnis.

[13] 2004 m. balandžio 29 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2004/48 dėl intelektinės nuosavybės teisių gynimo (OL L 157, 2004, p. 45; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 2 t., p. 39; toliau – Direktyva 2004/48).

[14] Direktyvos 2004/48 11 straipsnis.

[15] Žr. 2016 m. liepos 7 d. Sprendimą *Tommy Hilfiger Licensing ir kt.* (C-494/15, EU:C:2016:528, 22 punktas). Šiuo klausimu taip pat žr. Husovec, M. „Injunctions against Intermediaries in the European Union, Accountable but not Liable?“, Cambridge University Press, 2017, Cambridge, p. 62 ir paskesni.

[16] 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)

[17] Arba iki jo galiojusio 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1).

9 straipsnio 2 dalies aiškinimo, kurioje išaiškinta prekių ženklo „naudojimo“ komercinėje veikloje sąvoka, iš dalies leido nustatyti tokią ribą [18] tiek, kiek šia sąvoka siekiama apibrėžti veiksmus, kuriuos prekių ženklo savininkas gali uždrausti trečiajam asmeniui.

12. Vis dėlto nuolatinės naujovės interneto srityje, kurių apsaugos poreikis pateisino plačią tarpininkų šioje srityje vykdomos veiklos apsaugą, taip pat lėmė didelius elektroninių prekyviečių modelio pokyčius. Ypač *Amazon* negalima laikyti tradicine prekyviete.

13. Kaip pažymi prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai, įmonė *Amazon* yra ir gerai žinoma platintoja, ir prekyvietės valdytoja. *Amazon* savo elektroninės prekybos svetainėje talpina tiek savo pačios prekių, kurias parduoda ir siunčia savo vardu, tiek trečiųjų pardavėjų skelbimus. Be to, pagal veikimo būdą jos platformoje parduodamas trečiųjų pardavėjų siūlomas prekes tie pardavėjai gali siųsti patys arba tai gali padaryti *Amazon*, kuri saugo prekes savo paskirstymo centruose ir siunčia jas pirkėjams iš savo patalpų.

14. Šie aspektai, dėl kurių šios bendrovės veiklos modelis yra „hibridinis“ [19], suteikia naują pagrindą nagrinėti klausimą, ar tokios prekyvietės valdytojas gali būti laikomas tiesiogiai atsakingu už prekių ženklų savininkų teisių pažeidimą jo platformoje, nes jis naudojo šį prekių ženklą, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį, ir dėl šių aspektų yra iškelti šiose bylose pateikti prejudiciniai klausimai.

15. Taigi šios bylos suteikia Teisingumo Teismui galimybę patikslinti sąvoką „naudojimas“ ir kartu principus, kuriais turėtų būti vadovaujamasi sprendžiant klausimą dėl interneto tarpininkų tiesioginės atsakomybės, kai jų platformoje padaromas prekių ženklų teisės pažeidimas.

II. Teisinis pagrindas

A. Sąjungos teisė

1. Reglamentas 2017/1001

16. Reglamento 2017/1001 13 konstatuojamojoje dalyje skelbiama:

„kai bendrovė tą patį ar panašų žymenį naudoja kaip prekybinį pavadinimą tokiu būdu, kad atsiranda sąsaja tarp bendrovės tokiu pavadinimu ir tos bendrovės siūlomų prekių ar paslaugų, gali atsirasti painiava dėl komercinio šaltinio, iš kurio kildinamos prekės ar paslaugos. Todėl teisių į ES prekių ženklą pažeidimas taip pat turėtų apimti žymens naudojimą kaip prekybinį pavadinimą ar panašią nuorodą, jeigu jis naudojamas siekiant atskirti prekes ar paslaugas.“

17. Reglamento 2017/1001 9 straipsnio „ES prekių ženklu suteikiamos teisės“ 1–3 dalyse nustatyta:

„1. ES prekių ženklo registracija suteikia savininkui išimtines teises į tą ženklą.

[18] Žr. šios jurisprudencijos analizę šios išvados 49 ir paskesniuose punktuose.

[19] Ohly, A., *op. cit.*, p. 413.

2. Nedarant poveikio savininkų teisėms, įgytoms iki ES prekių ženklo paraiškos padavimo dienos arba prioriteto datos, to ES prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti visoms trečiosioms šalims, neturinčioms jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą naudoti bet kokį žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, jeigu:

a) žymuo yra tapatus ES prekių ženklui ir juo žymimos prekės arba paslaugos yra tapačios toms prekėms arba paslaugoms, kurioms ES prekių ženklas yra įregistruotas;

b) žymuo yra tapatus ES prekių ženklui arba į jį panašus ir juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios prekėms ar paslaugoms, kurioms įregistruotas ES prekių ženklas, arba į jas panašios, jei yra tikimybė suklaidinti visuomenę; tikimybė suklaidinti apima tikimybę susieti žymenį su prekių ženklu;

c) žymuo yra tapatus ES prekių ženklui arba į jį panašus, nepriklausomai nuo to, ar juo žymimos prekės arba paslaugos yra tapačios prekėms ar paslaugoms, kurioms įregistruotas ES prekių ženklas, yra į jas panašios ar nepanašios, jeigu pastarasis turi reputaciją Sąjungoje ir jeigu be tinkamos priežasties naudojant tą žymenį nesąžiningai pasinaudojama ES prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar reputacija arba kenkiama jo skiriamajam požymiui ar reputacijai.

3. Vadovaujantis 2 dalimi visų pirma galima uždrausti:

<…>

b) siūlyti žymeniu pažymėtas prekes, pateikti jas į rinką arba šiais tikslais jas sandėliuoti, taip pat siūlyti ar teikti juo pažymėtas paslaugas;

<…>

d) naudoti žymenį kaip prekybinį ar bendrovės pavadinimą arba kaip prekybinio ar bendrovės pavadinimo dalį;

e) naudoti žymenį komercinės veiklos dokumentuose ir reklamoje;

f) naudoti žymenį lyginamojoje reklamoje tokiu būdu, kuris prieštarauja Direktyvai 2006/114/EB[20].“

B. Direktyva 2004/48

18. Direktyvos 2004/48 11 straipsnyje „Draudimai“ numatyta:

„Valstybės narės užtikrina, kad priimdamos teismo sprendimą dėl intelektinės nuosavybės teisių pažeidimo, teismo institucijos galėtų pažeidėjui taikyti draudimą tęsti pažeidimą. Jei tai yra numatyta nacionalinėje teisėje, už tokio draudimo nesilaikymą, jeigu reikalinga, skiriama pakartotinė nuobauda, siekiant priversti jo laikytis. Valstybės narės taip pat užtikrina, kad teisių turėtojai galėtų prašyti taikyti tokį draudimą, nepažeidžiant Direktyvos 2001/29/EB 8 straipsnio

[20] 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 376, 2006, p. 21).

3 dalies, tarpininkams, kurių paslaugas naudoja trečioji šalis, pažeisdama intelektinės nuosavybės teises[21].“

19. Šios direktyvos 13 straipsnyje „Žala“ numatyta:

„1. Valstybės narės užtikrina, kad kompetentingos teismo institucijos nukentėjusiojo asmens prašymu, reikalautų pažeidėjo, kuris žinodamas arba turėdamas pakankamą pagrindą žinoti, dalyvavo teises pažeidžiančioje veikloje, atlyginti teisių turėtojui žalą, kuri atitiktų faktiškai jo patirtus nuostolius dėl pažeidimo.

<…>

2. Kai pažeidėjas dalyvavo teises pažeidžiančioje veikloje nežinodamas arba neturėdamas pagrindo žinoti, valstybės narės gali nustatyti, kad teismo institucijos galėtų reikalauti atiduoti pelną arba atlyginti žalą, ir tai galėtų būti iš anksto nustatyta.“

C. Elektroninės komercijos direktyva

20. Elektroninės komercijos direktyvos 48 konstatuojamojoje dalyje nurodyta:

„Ši direktyva iš valstybių narių neatima galimybės reikalauti, kad paslaugų teikėjai, internete pateikiantys paslaugos gavėjų perduotą informaciją, laikytųsi įsipareigojimų, kurių galima pagrįstai tikėtis ir kurie nurodyti nacionalinėje teisėje, su informacija elgtis rūpestingai, tam, kad būtų atskleista tam tikrų rūšių neteisėta veikla ir užkirstas jai kelias.“

21. Šios direktyvos 14 straipsnio „Informacijos pateikimas internete“ 1 dalyje nustatyta:

„Kai teikiama informacinės visuomenės paslauga, kurią sudaro paslaugos gavėjo pateiktos informacijos perdavimas ryšio tinklu, valstybės narės užtikrina, kad paslaugų teikėjas nebūtų atsakingas už informaciją, kurią saugo paslaugos gavėjo prašymu, tik tada, jei:

a) teikėjas neturi faktinių žinių apie neteisėtą veiklą arba informaciją ir reikalavimų atlyginti žalą atžvilgiu nežino apie faktus ar aplinkybes, rodančias, kad verčiamasi neteisėta veikla arba teikiama neteisėta informacija

   arba

b) teikėjas, gavęs tokių žinių arba apie tai sužinojęs, nedelsdamas panaikina šią informaciją arba atima galimybę ją pasiekti.“

III. Ginčai pagrindinėse bylose, prejudiciniai klausimai ir procesai Teisingumo Teisme

22. Ch. Louboutin yra prancūzų batų dizaineris, kurio geriausiai žinomi gaminiai yra aukštakulniai moteriški batai. Nuo praėjusio amžiaus dešimtojo dešimtmečio vidurio jis prie savo batų pritvirtina raudonai nudažytą išorinį padą, kurio *Pantone* spalvų katalogo kodas yra 18.1663TP.

[21] 2001 m. gegužės 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl autorių teisių ir gretutinių teisių informacinėje visuomenėje tam tikrų aspektų suderinimo (OL L 167, 2001, p. 10; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 230, klaidų ištaisymas OL L 314, 2008, p. 16).

23. Ši spalva, kuria padengtas aukštakulnių batų padas, yra įregistruota kaip Beniliukso prekių ženklas Nr. 0874489 ir kaip ES prekių ženklas Nr. 8845539[22]. Šis prekių ženklas yra saugomas, kiek tai susiję su „aukštakulniais (išskyrus ortopedinę avalynę)“.

24. *Amazon* – tai įmonė, kurios specializacija – siūlyti pirkti įvairias prekes ir paslaugas internetu tiesiogiai savo vardu ir netiesiogiai, veikiant kaip tretiesiems pardavėjams skirta prekybos platforma.

25. *Amazon* interneto svetainėse nuolat pasirodo raudonpadžių batų reklama, ji, pasak Ch. Louboutin, yra susijusi su prekėmis, dėl kurių jis nedavė sutikimo išleisti į apyvartą.

A. Byla C-148/21

26. 2019 m. rugsėjo 19 d. Ch. Louboutin, remdamasis jam priklausančio Sąjungos prekių ženklo suteikiamų išimtinių teisių pažeidimu, įteikė *Amazon* patronuojamosioms bendrovėms, kurių buveinė yra Liuksemburge, šaukimą atvykti į *Tribunal d'arrondissement de Luxembourg* (Liuksemburgo apygardos teismas), nagrinėjantį komercines bylas. Ch. Louboutin reikalavo pripažinti *Amazon* atsakinga už jo prekių ženklo pažeidimą, įpareigoti ją nutraukti žymenų, tapačių šiam prekių ženklui, naudojimą komercinėje veikloje visoje Sąjungos teritorijoje, išskyrus Beniliukso teritoriją, kuriai taikomas Belgijos teismo sprendimas, o jei šio įpareigojimo nebūtų laikomasi, skirti periodinę baudą ir konstatuoti teisę į žalos, padarytos dėl ginčijamo neteisėto naudojimo, atlyginimą.

27. Ch. Louboutin reikalavimai grindžiami Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies a punktu. Ch. Louboutin teigia, kad *Amazon* be jo sutikimo naudojo žymenį, tapatų jam priklausančiam prekių ženklui, prekėms ar paslaugoms, tapačioms toms, kurioms įregistruotas šis prekių ženklas, visų pirma šios bendrovės elektroninės prekybos svetainėse rodydama ginčijamu žymeniu pažymėtų prekių reklamą, taip pat laikydama, siųsdama ir pristatydama tokias prekes. Kaip teigia Ch. Louboutin, toks naudojimas priskirtinas *Amazon*, nes ši bendrovė aktyviai dalyvavo atliekant veiksmus, reiškusius naudojimą, o prekių ženklo savininko teises pažeidžiančių prekių reklama buvo jos komercinio pranešimo dalis. Taigi *Amazon* negali būti laikoma tiesiog prieglobos paslaugų teikėja ar neutralia tarpininke.

28. *Amazon* nesutinka su tuo, kad gali būti laikoma atsakinga už prekių ženklo naudojimą. Ji remiasi keliais Teisingumo Teismo sprendimais dėl kitų platformų, pavyzdžiui, *eBay*, ir teigia, kad ji, kaip elektroninės prekyvietės valdytoja, negali būti laikoma atsakinga už trečiųjų pardavėjų, besinaudojančių jos platforma, atliekamą šio prekių ženklo naudojimą. *Amazon* tvirtina, kad jos prekyvietės, prie kurios gali prisijungti tretieji pardavėjai, veikimo būdas iš esmės nesiskiria nuo kitų prekyviečių ir kad jos logotipo įtraukimas į šių trečiųjų pardavėjų skelbimus jos interneto svetainėse nereiškia, kad ji pasisavina šiuos skelbimus. *Amazon* teigimu, jos siūlomos papildomos paslaugos nesuteikia pagrindo pripažinti, kad trečiųjų asmenų pasiūlymai būtų laikomi jos pačios pranešimo neatskiriama dalimi. Ji nurodo, kad tai, jog sukuriamos techninės sąlygos, būtinos žymeniui naudoti, ir kad už šią paslaugą atlyginama, nereiškia, kad šią paslaugą teikiantis asmuo pats naudoja šį žymenį.

[22] Pagal registraciją „prekių ženklą sudaro raudona spalva (*Pantone* Nr. 18.1663TP), kuria padengtas bato padas, kaip pavaizduota (taigi bato kontūras nėra prekių ženklo dalis, bet juo siekiama parodyti prekių ženklo vietą)“.

29. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nuomone, reikia nustatyti, ar dėl konkretaus *Amazon* valdomų platformų veikimo gali būti taip, kad yra naudojamas prekių ženklui tapatus žymuo, nes trečiųjų pardavėjų reklaminiai skelbimai įtraukiami į patį šios bendrovės komercinį pranešimą.

30. Pirma, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pirmiausia nurodo Sprendimą *L'Oréal ir kt.*[23], kuriame Teisingumo Teismas konstatavo, jog tam, kad būtų galima daryti išvadą, kad trečiasis asmuo „naudoja“ savininkui priklausančiam prekių ženklui tapatų ar į jį panašų žymenį, reikia bent jau to, kad trečiasis asmuo naudotų šį žymenį savo komerciniame pranešime, ir nusprendė, kad elektroninės prekyvietės valdytojas nenaudojo šio žymens. Tačiau tas teismas teigia: kadangi tas sprendimas buvo susijęs su *eBay* platforma, kuri, kaip yra žinoma, savo naudotojų skelbimus skelbia tik kaip tarpininkė, o ne pardavėja ir platintoja, ši jurisprudencija, jo nuomone, *ipso facto* negali būti pritaikyta kitaip veikiančiai platformai.

31. Šiuo klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas laikosi nuomonės, kad reikia ne atskirai nagrinėti kiekvieną *Amazon* svetainėse pateikiamų pasiūlymų elementą, o įvertinti visą strategiją, kad būtų galima nustatyti, ar bendrovės įdiegtas prekybos modelis gali skirtis nuo pačios prekyvietės prekybos modelio, todėl atitinkamu atveju galėtų atsirasti kitokia atsakomybė.

32. Minėtas teismas teigia, kad, nepaisant gausios Teisingumo Teismo jurisprudencijos, pastarasis niekada nėra priėmęs sprendimo dėl to, ar prekių platintojas internete, kuris kartu valdo elektroninę prekyvietę, gali būti laikomas įtraukiančiu trečiųjų asmenų pasiūlymus į savo paties komercinį pranešimą. Ši jurisprudencija grindžiama prielaida, kad trečiųjų asmenų skelbimai nėra paties platformos valdytojo komercinio pranešimo dalis, o tai šioje byloje leidžia laikyti *Amazon* tik elektroninės prekyvietės valdytoja.

33. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pažymi, kad Sprendime *Coty Germany*[24] Teisingumo Teismas šį klausimą nagrinėjo išimtinai prekių sandėliavimo požiūriu, plačiau neanalizuodamas *Amazon* verslo modelio, todėl nepareiškė pozicijos dėl jam pateikto klausimo minėtoje byloje, kuri susijusi ne tik su trečiųjų asmenų parduodamų prekių sandėliavimu *Amazon*, bet ir su platesniu klausimu, t. y. ar trečiųjų asmenų pasiūlymai gali būti laikomi pasiūlymais, kuriuos *Amazon* įtraukė į savo pačios komercinį pranešimą.

34. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas priduria, jog tai, kad toks platesnis klausimas prireikus galėtų būti išspręstas remiantis Sąjungos elektroninės komercijos teisės aktais, neleidžia užtikrintai atmesti tarpininko atsakomybės prekių ženklų apsaugos srityje.

35. Antra, minėtas teismas kelia klausimą, ar, atsižvelgiant į daugiau ar mažiau aktyvų prekyvietės valdytojo vaidmenį dedant skelbimus, gali būti svarbus visuomenės suvokimas. Kalbant konkrečiau, jis siekia išsiaiškinti, ar tai, kad visuomenė suvokia trečiojo asmens skelbimą ar pasiūlymą kaip paties skaitmeninės prekybos platformos valdytojo komercinio pranešimo neatskiriamą dalį, reikštų, kad pasiūlymas iš tikrųjų yra įtrauktas į šio valdytojo komercinį pranešimą, todėl šis valdytojas yra atsakingas pagal prekių ženklų teisę.

[23] 2011 m. liepos 12 d. sprendimas (C-324/09, EU:C:2011:474) (toliau – Sprendimas *eBay*).

[24] 2020 m. balandžio 2 d. sprendimas (C-567/18, EU:C:2020:267) (toliau – Sprendimas *Coty*).

36. Galiausiai, trečia, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas klausia, ar valdytojas turi būti laikomas naudojančiu žymenį, kai siunčia ginčijamu žymeniu pažymėtas prekes. Jo nuomone, Sprendime *Coty* Teisingumo Teismas nesprendė klausimo dėl prekių išsiuntimo po sandėliavimo, nes byloje, kurioje buvo priimtas minėtas sprendimas, siuntimą vykdė išorės paslaugų teikėjas.

37. Šiomis aplinkybėmis *Tribunal d'arrondissement de Luxembourg* (Liuksemburgo apygardos teismas) nutarė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar [Reglamento 2017/1001] 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad už prekių ženklui tapataus žymens naudojimą interneto svetainėje skelbiamoje reklamoje yra atsakingas jos valdytojas arba ekonomiškai susiję subjektai, nes tokioje svetainėje nėra atskiriami paties valdytojo ar ekonomiškai susijusių subjektų pasiūlymai nuo trečiųjų pardavėjų pasiūlymų, įtraukiant tokią reklamą į valdytojo ar su juo ekonomiškai susijusių subjektų komercinį pranešimą?

   Ar apie tokį įtraukimą juo labiau galima galvoti dėl to, kad:

   – interneto svetainėje reklama pateikiama vienodai?

   – trečiųjų šalių interneto svetainėse iškylančiųjų langų forma rodomos reklamos plotuose paties valdytojo ir ekonomiškai susijusių subjektų bei trečiųjų pardavėjų reklama rodoma neišskiriant jos kilmės, bet aiškiai nurodant valdytojo arba ekonomiškai susijusių subjektų logotipą?

   – valdytojas arba ekonomiškai susiję subjektai teikia tretiesiems pardavėjams visapusišką paslaugą, įskaitant pagalbą rengiant reklamas ir nustatant pardavimo kainas, sandėliuojant prekes ir jas siunčiant?

   – valdytojo ir ekonomiškai susijusių subjektų interneto svetainė veikia parduotuvių ir tokių ženklų kaip „geriausiai parduodama“, „paklausiausia“ arba „dažniausiai siūloma“ pagrindu, iš pirmo žvilgsnio aiškiai neatskiriant paties valdytojo ir ekonomiškai susijusių subjektų prekių nuo trečiųjų pardavėjų prekių?

2. Ar [Reglamento 2017/1001] 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad už prekių ženklui tapataus žymens naudojimą internetinėje parduotuvėje rodomoje reklamoje iš esmės yra atsakingas jos valdytojas arba ekonomiškai susiję subjektai, jeigu, pakankamai informuoto ir protingai pastabaus internauto suvokimu, šis valdytojas arba ekonomiškai susijęs subjektas aktyviai dalyvauja kuriant šią reklamą arba ji laikoma sudėtine paties valdytojo komercinio pranešimo dalimi?

   Ar tokiam suvokimui turės įtakos šios aplinkybės:

   – šis valdytojas ir (arba) ekonomiškai susiję subjektai yra žinomi įvairiausių prekių, įskaitant prie reklamoje giriamų prekių kategorijos priskiriamas prekes, platintojai,

   – arba tai, kad tokia reklama rodoma naudojant antraštę, kurioje rodomas šio valdytojo arba ekonomiškai susijusių subjektų paslaugos prekių ženklas, o šis prekių ženklas žinomas kaip platintojo prekių ženklas,

– arba tai, kad šis valdytojas arba ekonomiškai susiję subjektai, rodydami šią reklamą, kartu teikia paslaugas, kurias paprastai teikia prekių, priskiriamų prie tos pačios prekių kategorijos kaip ir reklamoje giriama prekė, platintojai?

3. Ar [Reglamento 2017/1001] 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad prekių ženklui tapačiu žymeniu pažymėtų prekių siuntimas galutiniam vartotojui vykdant komercinę veiklą ir neturint prekių ženklo savininko sutikimo laikomas naudojimu, už kurį yra atsakingas siuntėjas, tik tuo atveju, jeigu pastarasis iš tikrųjų žino apie tai, kad prekė yra pažymėta tokiu žymeniu?

   Ar toks siuntėjas laikomas atitinkamo žymens naudotoju, jeigu jis pats arba ekonomiškai susijęs subjektas galutiniam vartotojui nurodė esantis atsakingas už tokį siuntimą, kuris atliekamas jam pačiam arba ekonomiškai susijusiam subjektui prekę sandėliavus tokiu tikslu?

   Ar toks siuntėjas laikomas atitinkamo žymens naudotoju, jeigu jis pats arba ekonomiškai susijęs subjektas, vykdydamas komercinę veiklą, prieš tai aktyviai prisidėjo prie šiuo žymeniu pažymėtos prekės reklamos rodymo arba tokios reklamos tikslais priėmė galutinio vartotojo užsakymą?“

38. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą Teisingumo Teismas gavo 2021 m. kovo 8 d. Rašytines pastabas pateikė pagrindinės bylos šalys ir Vokietijos vyriausybė bei Europos Komisija. Tos pačios šalys, išskyrus Vokietijos vyriausybę, dalyvavo 2022 m. vasario 22 d. vykusiame teismo posėdyje.

B. Byla C-184/21

39. 2019 m. spalio 4 d. Ch. Louboutin kreipėsi į *Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles* (Briuselio komercinių bylų teismas, bylas nagrinėjantis prancūzų kalba, Belgija), prašydamas įpareigoti *Amazon* nutraukti jam priklausančio prekių ženklo naudojimą ir atlyginti dėl šio naudojimo padarytą žalą.

40. Grįsdamas ieškinį Ch. Louboutin remiasi tais pačiais argumentais, kurie buvo pateikti byloje C-148/21, visų pirma pabrėždamas, kad, pirma, ginčijama reklama yra neatskiriama *Amazon* komercinio pranešimo dalis, nes kiekvieno skelbimo antraštėje rodomas *Amazon* pusiau vaizdinis prekių ženklas, kuris yra gerai žinomo platintojo prekių ženklas, ir, antra, ši reklama pagal savo sudėtį primena įprastą didelių platintojų reklamą. Ch. Louboutin taip pat tvirtina, kad nagrinėjant klausimą, ar reklamą lemia paties konkretaus asmens komercinis pranešimas, reikia atsižvelgti į pakankamai informuoto ir protingai pastabaus vartotojo, kuriam ši reklama skirta, suvokimą. Be to, Ch. Louboutin teigia, kad prekės, pažymėtos prekių ženklui tapačiu žymeniu, išsiuntimas pirkėjui yra šio žymens naudojimo veiksmas.

41. Atsakydama į tai *Amazon* teigia, kad prekių ženklo savininko teises tariamai pažeidžiantys avalynės pasiūlymai, kuriuos tretieji pardavėjai skelbia jos prekybos svetainėse, ir šių pardavėjų parduodamos avalynės siuntimas nereiškia, kad *Amazon* naudoja prekių ženklą, ir kad pagal suformuotą jurisprudenciją ji, kaip elektroninės prekyvietės valdytoja, negali būti laikoma atsakinga už tai, kad tretieji asmenys (neleistinai) naudoja prekių ženklą. Šiuo klausimu *Amazon* remiasi neseniai priimtu *Cour d'appel de Bruxelles* (Briuselio apeliacinis teismas, Belgija) sprendimu [25], kuriame tas teismas konstatavo, kad „elektroninės prekyvietės valdytojas negali būti

[25] 2020 m. birželio 25 d. sprendimas byloje RG/2019/AR/1480.

laikomas atsakingu už prekių ženklo naudojimą trečiojo pardavėjo skelbime, kuriame siūloma pirkti prekių ženklo savininko teises pažeidžiančias prekes, net jei yra matoma šio valdytojo identifikacinė informacija, nes toks skelbimas nėra jo paties komercinio pranešimo dalis“.

42. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas mano, kad, pirma, klausimas, kokiomis aplinkybėmis elektroninės prekybos svetainės valdytojas, kuris taip pat yra platintojas, gali būti laikomas atsakingu už prekių ženklo savininko teises pažeidžiančio žymens naudojimą reklamoje, ir, antra, klausimas, ar į tai, kaip visuomenė suvokia šią reklamą, turi būti atsižvelgiama konstatuojant atsakomybę už tokį naudojimą, o jei taip, tai kokiomis aplinkybėmis, yra svarbūs sprendžiant jam pateiktą ginčą. Minėto teismo teigimu, tas pats pasakytina ir apie aplinkybes, susijusias su prekės, pažymėtos prekių ženklo savininko teises pažeidžiančiu žymeniu, siuntimu, kurios, pasak jo, yra svarbios nagrinėjamoje byloje taikant Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį.

43. Šiomis aplinkybėmis *Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles* (Briuselio komercinių bylų teismas, bylas nagrinėjantis prancūzų kalba) nutarė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar [Reglamento 2017/1001] 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad už prekių ženklui tapataus žymens naudojimą internetinėje parduotuvėje rodomoje reklamoje iš esmės yra atsakingas jos valdytojas, jeigu, pakankamai informuoto ir protingai pastabaus internauto suvokimu, šis valdytojas aktyviai dalyvauja kuriant šią reklamą arba toks internautas ją gali laikyti sudėtine paties valdytojo komercinio pranešimo dalimi?

   Ar tokiam suvokimui turės įtakos šios aplinkybės:

   – šis valdytojas yra žinomas įvairiausių prekių, įskaitant reklamoje giriamų prekių kategorijai priskiriamas prekes, platintojas,

   – arba tai, kad tokia reklama rodoma naudojant antraštę, kurioje rodomas šio valdytojo paslaugos prekių ženklas, o šis prekių ženklas žinomas kaip platintojo prekių ženklas,

   – arba tai, kad šis valdytojas, rodydamas šią reklamą, kartu teikia paslaugas, kurias paprastai teikia prekių, priskiriamų prie tos pačios prekių kategorijos kaip ir reklamoje giriama prekė, platintojai?

2. Ar [Reglamento 2017/1001] 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad prekių ženklui tapačiu žymeniu pažymėtų prekių siuntimas galutiniam vartotojui vykdant komercinę veiklą ir neturint prekių ženklo savininko sutikimo laikomas naudojimu, už kurį yra atsakingas siuntėjas, tik tuo atveju, jeigu pastarasis iš tikrųjų žino apie tai, kad prekė yra pažymėta tokiu žymeniu?

   Ar toks siuntėjas laikomas atitinkamo žymens naudotoju, jeigu jis pats arba ekonomiškai susijęs subjektas galutiniam vartotojui nurodė esantis atsakingas už tokį siuntimą, kuris atliekamas jam pačiam arba ekonomiškai susijusiam subjektui prekę sandėliavus tokiu tikslu?

   Ar toks siuntėjas laikomas atitinkamo žymens naudotoju, jeigu jis pats arba ekonomiškai susijęs subjektas, vykdydamas komercinę veiklą, prieš tai aktyviai prisidėjo prie šiuo žymeniu pažymėtos prekės reklamos rodymo arba tokios reklamos tikslais priėmė galutinio vartotojo užsakymą?“

44. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą Teisingumo Teismas gavo 2021 m. kovo 24 d. Rašytines pastabas pateikė pagrindinės bylos šalys ir Komisija. 2022 m. vasario 22 d. vykusiame teismo posėdyje dalyvavo tos pačios šalys.

IV. Analizė

45. Pažymiu, kad visi Teisingumo Teismui bylose C-148/21 ir C-184/21 pateikti prejudiciniai klausimai yra susiję su sąvoka „naudojimas“, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį, aiškinimu ir kad šiuose klausimuose pateikta informacija iš esmės sutampa [26]. Todėl nagrinėsiu juos kartu.

46. Savo prejudiciniais klausimais prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai iš esmės siekia išsiaiškinti, ar Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį reikia aiškinti taip, kad elektroninės prekybos platformos valdytojas turi būti laikomas naudojančiu prekių ženklą trečiojo asmens šioje platformoje paskelbtame pirkimo pasiūlyme dėl to, kad, pirma, jis vienodai skelbia tiek savo, tiek trečiųjų pardavėjų pasiūlymus, neišskirdamas jų pagal kilmę, ir leidžia šiuose skelbimuose rodyti savo, kaip žinomo platintojo, logotipą, ir, antra, šis valdytojas siūlo tretiesiems pardavėjams papildomas jo platformoje internete patalpintų prekių saugojimo ir siuntimo paslaugas, informuodamas potencialius pirkėjus, kad jis bus atsakingas už šią veiklą. Prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai taip pat klausia Teisingumo Teismo, ar pakankamai informuoto ir protingai pastabaus internauto suvokimas turi kokią nors reikšmę aiškinant sąvoką „naudojimas“, kaip ji suprantama pagal minėtą nuostatą.

47. Siekdamas atsakyti į prejudicinius klausimus pirmiausia priminsiu jurisprudenciją, susijusią su prekių ženklo „naudojimo“ sąvoka, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį, tam, kad nurodyčiau priežastis, dėl kurių manau, jog ši jurisprudencija rodo, kad taikant šią sąvoką reikia atsižvelgti į aptariamos platformos naudotojo suvokimą. Toliau nagrinėsiu tokio atsižvelgimo poveikį nustatant, ar *Amazon* dėl savo veikimo modelio ypatumų, kuriuos nurodė prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai, naudoja prekių ženklą, pateikiamą jos interneto svetainėje trečiojo asmens paskelbtame pasiūlyme pirkti.

A. Analizės sistemos nustatymas

48. Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalyje, kurioje pakartota Reglamento 207/2009 9 straipsnio 1 dalies esmė, numatyta, kad Europos Sąjungos prekių ženklo savininkui suteikiama teisė uždrausti bet kuriam trečiajam asmeniui, neturinčiam jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą *naudoti* žymenį, kuris yra tapatus prekių ženklui, jei šis žymuo naudojamas prekėms ar paslaugoms, tapačioms toms, kurioms įregistruotas prekių ženklas, žymėti. Tačiau Reglamento 2017/2001 nuostatose „naudojimo“ sąvoka neapibrėžiama, todėl šios sąvokos aiškinimo principai buvo suformuluoti Teisingumo Teismo jurisprudencijoje.

[26] Žr. šios išvados 90 ir 91 punktus.

1. Nepakankamas apibrėžimas esamoje jurisprudencijoje

49. Teisingumo Teismas yra nusprendęs, kad Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies žodis „naudoti“ reiškia aktyvų trečiojo asmens, interneto tarpininko, elgesį ir tiesioginę ar netiesioginę veiksmo, kuriuo pasireiškia naudojimas, kontrolę [27].

50. Šis aktyvaus elgesio ir veiksmo, kuriuo pasireiškia naudojimas, kontrolės reikalavimas kyla, pirma, iš Reglamento 2017/1001 9 straipsnio sistemos, nes šios nuostatos 3 dalyje neišsamiai išvardijami naudojimo būdai, kuriuos prekių ženklo savininkas gali uždrausti, ir minimas tik aktyvus trečiojo asmens elgesys [28]. Antra, toks reikalavimas kyla iš šio reglamento 5 straipsnio 1 dalies tikslo suteikti savininkui teisinę priemonę uždrausti, vadinasi, ir nutraukti bet kokį jo prekių ženklo naudojimą, jeigu prekių ženklas naudojamas be jo sutikimo. Tačiau tik trečiasis asmuo, kontroliuojantis veiksmą, kuriuo pasireiškia naudojimas, faktiškai gali nutraukti tokį naudojimą [29]. Taigi šiuo reikalavimu išreiškiamas principas, pagal kurį niekas negali būti teisiškai įpareigotas padaryti tai, kas neįmanoma [30].

51. Be to, Teisingumo Teismas nuosekliai yra konstatavęs, kad internetinio tarpininko atliekamas savininko prekių ženklui tapataus ar panašus į jį žymens naudojimo veiksmas reiškia, „kad šis žymuo naudojamas bent jau jo paties komerciniame pranešime“ [31]. Mano nuomone, ši sąlyga, kuria tiesiogiai pratęsiama sąlyga, susijusi su aktyvių veiksmų atlikimu, yra „naudojimo“ sąvokos esmė, kalbant apie internete veikiantį tarpininką. Tai būtina sąlyga, kad būtų galima pripažinti žymens naudojimą, o jos nesant – naudojimo nėra.

52. Pažymėtina, kad dėl sąlygos, jog interneto tarpininkas naudotų žymenį savo komerciniame pranešime, iki šiol visada būdavo galima atmesti šio tarpininko atliekamą naudojimą. Sprendime *Google* Teisingumo Teismas konstatavo, kad nuorodų paslaugos teikėjas nenaudoja žymens savo komerciniame pranešime, jis tik leidžia savo klientams patiems naudoti prekių ženklui tapačius žymenis, todėl sudaro žymeniui naudoti būtinas technines sąlygas [32]. Panašiai Teisingumo Teismas konstatavo Sprendime *eBay* [33], t. y. kad prekyvietės valdytojas nenaudoja aptariamo žymens savo komerciniame pranešime, teikdamas paslaugą, kurią sudaro klientams suteikiama galimybė rodyti šį žymenį jiems vykdant komercinę veiklą, ir Sprendime *Coty* [34] – kad prekių, pažymėtų atitinkamu žymeniu, sandėliavimas nėra šio žymens naudojimas trečiojo asmens komerciniame pranešime, jei tas trečiasis asmuo pats nesiūlo pirkti atitinkamų prekių ir neišleidžia jų į rinką.

53. Vis dėlto atkreipiu dėmesį, kad minėta sąlyga niekada nebuvo išsamiau apibrėžta Teisingumo Teismo jurisprudencijoje ir kad šis klausimas nebuvo išsamiau nagrinėtas doktrinoje [35], todėl nėra aišku, ką apima sąvoka „tarpininko atliekamas žymens naudojimas savo paties komerciniame

[27] 2016 m. kovo 3 d. Sprendimas *Daimler* (C-179/15, EU:C:2016:134, 41 punktas) ir 2020 m. liepos 2 d. Sprendimas *mk advokaten* (C-684/19, EU:C:2020:519, 23 punktas).

[28] 2016 m. kovo 3 d. Sprendimas *Daimler* (C-179/15, EU:C:2016:134, 40 punktas).

[29] 2016 m. kovo 3 d. Sprendimas *Daimler* (C-179/15, EU:C:2016:134, 41 punktas).

[30] Žr. Kur, A. ir Senftleben, M, *op. cit.*, p. 276.

[31] 2010 m. kovo 23 d. Sprendimas *Google France ir Google* (C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159, 56 punktas; toliau – Sprendimas *Google*); Sprendimas *eBay* (102 punktas) ir Sprendimas *Coty* (39 punktas).

[32] Sprendimas *Google* (56 ir 57 punktai).

[33] To sprendimo 102 punktas.

[34] To sprendimo 47 punktas. Dėl išvados, kad žymuo nenaudojamas dėl to, kad tarpininkas jo nenaudoja savo paties komerciniame pranešime, išskyrus atvejus, susijusius su interneto tarpininkais, taip pat žr. 2011 m. gruodžio 15 d. Sprendimą *Frisdranken Industrie Winters* (C-119/10, EU:C:2011:837) ir 2015 m. liepos 16 d. Sprendimą *TOP Logistics ir kt.* (C-379/14, EU:C:2015:497).

[35] Tai pažymi kai kurie autoriai. Žr. Marsoof, A., *op. cit.*, p. 37 ir Ullrich, C., *op. cit.*, p. 358.

pranešime“ [36]. Šį neaiškumą labai padidina išimtinai negatyvus šios sąlygos naudojimas, kuris tik padėjo įrodyti, kad žymuo nėra naudojamas net ir tuo atveju, kai buvo sudarytos sąlygos jį pastebėti.

54. Taigi, nors iš pirmo žvilgsnio, aiškinant Teisingumo Teismo jurisprudenciją, nėra lengva nustatyti, ką pozityviai reiškia sąvoka „tarpininko atliekamas žymens naudojimas savo paties komerciniame pranešime“ ir kaip galima nustatyti, kad ši sąlyga yra įvykdyta, vis dėlto atidesnė šios sąvokos analizė leidžia nubrėžti jos ribas.

2. „Tarpininko atliekamas žymens naudojimas savo paties komerciniame pranešime“: sąvoka, neabejotinai apimanti platformos naudotojo požiūrį

55. Įmonės komercinis pranešimas paprastai reiškia bet kokios formos pranešimą, kuriuo siekiama reklamuoti savo veiklą, prekes ar paslaugas arba nurodyti, kad tokia veikla vykdoma. Jis skirtas tretiesiems asmenims, siekiant viešinti šios įmonės veiklą arba informuoti apie ją. Todėl tokio pranešimo tikslas yra tik išorinis, o sąvoka „pranešimas“ paprastai apibrėžiama kaip veiksmas, kai kas nors kam nors pranešama arba duodama žinia [37].

56. Taigi apie pranešimą kalbama tik žymenį naudojančios įmonės santykių su trečiaisiais asmenimis kontekste, todėl žymens naudojimas, kurį atlieka interneto tarpininkas savo komerciniame pranešime, reiškia, kad atitinkamas žymuo šios įmonės išorėje rodomas kaip neatskiriama šio pranešimo dalis. Kitaip tariant, tarpininkas pasisavina žymenį tiek, kad šis žymuo atrodo kaip jo veiklos dalis.

57. Ši idėja nėra nauja. Teisingumo Teismas yra nusprendęs, kad žymuo naudojamas, jeigu trečiasis asmuo „naudoja tokį žymenį taip, kad atsiranda ryšys tarp minėto žymens ir trečiojo asmens parduodamų prekių ar teikiamų paslaugų“ [38]. Nors sąlyga, susijusi su tokio ryšio buvimu, nuo to laiko nebuvo aiškiai nurodoma kalbant apie interneto tarpininkus ir ji buvo pakeista sąlyga, susijusia su žymens naudojimu paties tarpininko komerciniame pranešime, taip yra todėl, kad pastaroji sąlyga grindžiama tokia pačia logika.

58. Sąlyga, susijusi su žymens naudojimu komerciniame pranešime, reiškia, kad interneto tarpininkas naudoja žymenį taip, kad šio pranešimo adresatas sukuria tam tikrą ryšį tarp tarpininko ir atitinkamo žymens [39], atsirandantį tarpininkui pasisavinus šį žymenį.

59. Taigi tokia sąlyga turi būti analizuojama tik iš prekyvietės naudotojo, kuris yra šios prekyvietės valdytojo komercinio pranešimo adresatas, pozicijos, kad būtų galima nustatyti, ar nagrinėjamą žymenį naudotojas suvokia kaip įtrauktą į šio valdytojo komercinį pranešimą, nes interneto tarpininkas šį žymenį pasisavino.

[36] Dėl sąvokos „naudojimas“ neapibrėžtumo žr. Kur, A. ir Senftleben, M., *op. cit.*, p. 275.

[37] Sąvoka „pranešimas“ primena intelektinės nuosavybės srityje vartojamą „viešo paskelbimo“ sąvoką, kaip ji suprantama pagal 2019 m. balandžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2019/790 dėl autorių teisių ir gretutinių teisių bendrojoje skaitmeninėje rinkoje, kuria iš dalies keičiamos direktyvos 96/9/EB ir 2001/29/EB (OL L 130, 2019, p. 92), 3 straipsnio 1 dalį. Tačiau nesiremsiu jurisprudencija, susijusia su šios sąvokos aiškinimu, kad apibrėžčiau tokią „komercinio pranešimo“ sąvoką, kokia kyla iš Teisingumo Teismo jurisprudencijos dėl žymens naudojimo. Sąvoka „viešas paskelbimas“ iš tiesų yra savarankiška Sąjungos teisės sąvoka, vartojama kitomis aplinkybėmis, kai pats prieigos prie kūrinio suteikimas visada gali pažeisti intelektinės nuosavybės teises, o naudojimas gali būti pripažįstamas tik vykdant komercinę veiklą ir reikalauja išsamesnės analizės.

[38] 2009 m. vasario 19 d. Nutartis *UDV North America* (C-62/08, EU:C:2009:111, 47 punktas).

[39] Kaip generalinė advokatė J. Kokott jau pažymėjo savo išvadoje byloje *Frisdranken Industrie Winters* (C-119/10, EU:C:2011:258, 28 punktas).

60. Atkreipiu dėmesį, kad būtinybę atsižvelgti į šio naudotojo požiūrį jau yra pabrėžęs generalinis advokatas M. Campos Sánchez Bordona savo išvadoje byloje *Coty Germany*[40]; jis nurodė, kad „dėmesį sutelk[s] į galutinį vartotoją“, ir pažymėjo, jog tam, kad „pirkėjas galėtų suprasti, kad [prekes] parduoda [prekyvietės valdytojas]“, turėtų būti pripažinta, „kad prekių ženklu naudojamasi“.

61. Taigi man atrodo, kad sąlygai, kai tarpininkas naudoja žymenį savo komerciniame pranešime, būdinga tai, kad šis pranešimas turėtų būti vertinamas iš jo adresatų, t. y. internauto, kuris yra atitinkamos platformos naudotojas, pozicijos.

62. Šioje vietoje taip pat turiu paaiškinti, į kokį prekyvietės naudotoją reikia atsižvelgti siekiant nustatyti, ar, jo nuomone, valdytojas įtraukė aptariamą žymenį į savo komercinį pranešimą. Prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai siūlo laikytis „pakankamai informuoto ir protingai pastabaus internauto“ pozicijos.

63. Ši formuluotė primena standartą, taikomą nustatant, ar trečiasis asmuo, naudodamas žymenį, nepažeidžia vienos iš esminių ženklo funkcijų. Tai aiškindamasis Teisingumo Teismas tikrina, ar „pakankamai informuotas, protingai pastabus interneto vartotojas negali ar sunkiai gali suprasti, ar [prekių ženklu pažymėtos] prekės arba paslaugos yra kilusios iš prekių ženklo savininko, ar <…> iš trečiojo asmens“[41].

64. Tiesa, kaip nurodo Komisija ir *Amazon*, kad klausimas, ar prekyvietės valdytojas naudoja prekių ženklą, ir klausimas, ar toks naudojimas gali pažeisti vieną iš prekių ženklo funkcijų, yra du skirtingi klausimai.

65. Analizuojant antrąjį klausimą koncentruojamasi į aptariamu žymeniu pažymėtą prekę ar paslaugą, siekiant nustatyti, ar pakankamai informuotas ir protingai pastabus vartotojas galėtų klaidingai manyti, kad šis žymuo yra prekių ženklo savininko. O analizuojant pirmąjį klausimą reikia nagrinėti ne aptariamu žymeniu pažymėtą prekę ar paslaugą, bet tik valdytojo komercinį pranešimą, siekiant nustatyti, ar platformos naudotojai aptariamą žymenį suvokia taip, kad šis valdytojas tiesiogiai jį naudoja, vykdydamas savo veiklą.

66. Be to, šios dvi analizės grindžiamos skirtinga logika. Vienos iš prekių ženklo funkcijų, visų pirma jo kilmės nurodymo funkcijos, pažeidimo klausimas apima apsauginį aspektą, susijusį ne tik su prekių ženklo savininko teisėmis, bet ir su vartotojų interesais[42]. O klausimas dėl prekių ženklo naudojimo nustatymo susijęs tik su santykiais tarp aptariamo prekių ženklo savininko ir nurodomo pažeidėjo, nes siekiama nustatyti, ar šis trečiasis asmuo savo veiksmais naudojasi išimtine prekių ženklo savininko prerogatyva.

67. Vis dėlto šie veiksniai negali būti pagrindas neatsižvelgti į pakankamai informuoto ir protingai pastabaus internauto suvokimą nustatant, ar atitinkamas žymuo yra įtrauktas į elektroninės prekybos platformos valdytojo komercinį pranešimą. Atvirkščiai, manau, kad toks internautas, kaip platformos valdytojo komercinio pranešimo adresatas, neabejotinai yra atskaitos taškas nustatant, ar tarpininkas pasisavino žymenį, naudodamas jį savo komerciniame pranešime.

40 C-567/18, EU:C:2019:1031, 53 punktas.

41 Sprendimas *Google* (84 punktas).

42 Dėl naudojimo sąvokos neapibrėžtumo žr. Kur, A. ir Senftleben, M., *op. cit.* p. 6.

68. *Amazon* ir Komisijos argumentai, kad Teisingumo Teismas nėra aiškiai nurodęs būtinybės atsižvelgti į internautų suvokimą šiuo aspektu, neleidžia suabejoti tarpininko atliekamo žymens naudojimo savo paties komerciniame pranešime, taigi, ir interneto tarpininkų atliekamo žymens „naudojimo“ sąvokos analizės sistemos buvimu.

69. Pirma, kaip nurodžiau šios išvados 52 ir 53 punktuose, žymens sąvoka „tarpininko atliekamas žymens naudojimas savo komerciniame pranešime“ buvo vartojama tik negatyviai bylose, kuriose Teisingumo Teismas nusprendė, kad tarpininkas nenaudojo atitinkamo žymens. Todėl tokios išvados negalima daryti remiantis tuo, kad internauto suvokimu nebuvo remiamasi siekiant įrodyti, kad nagrinėjamas žymuo buvo neatskiriama tarpininko komercinio pranešimo dalis tais atvejais, kai taip nebuvo, nes internauto suvokimo analizė turi prasmę tik tuo atveju, jei kyla abejonių dėl tarpininko atliekamo žymens naudojimo savo paties komerciniame pranešime.

70. Antra, juo labiau taip yra todėl, kad minėtuose sprendimuose Teisingumo Teismo išreikštą poziciją bet kuriuo atveju galima pateisinti tuo, kad pakankamai informuotas ir protingai pastabus internautas nagrinėjamo žymens nesuvokė taip, kad valdytojai jį naudojo savo komerciniame pranešime. Teisingumo Teismas Sprendime *Google*[43] nurodė, kad kai nuorodų paslaugos teikėjas tam tikrų klientų vardu saugo prekių ženklams tapačius žymenis kaip raktinius žodžius ir pasinaudodamas jais organizuoja skelbimų rodymą, jis užsiima tik įprasta savo veikla, todėl pakankamai informuotam ir protingai pastabiam internautui neatrodo, kad jis pats naudoja šiuos žymenis savo komerciniame pranešime. Panašiai Sprendime *eBay*[44] Teisingumo Teismas nusprendė, kad, jei prekyvietės valdytojas teikia klientams paslaugą, t. y. leidžia jiems vykdant komercinę veiklą, pavyzdžiui, teikiant pasiūlymus pirkti, savo svetainėje rodyti prekių ženklams tapačius žymenis, pakankamai informuoto ir protingai pastabaus vartotojo požiūriu, šis valdytojas neišeina už savo, kaip tarpininko, vaidmens ribų ir pats nenaudoja šių žymenų savo komerciniame pranešime.

71. Trečia, Sprendime *eBay*[45] Teisingumo Teismas pripažino, kad nors ir nepaminėdamas sąlygos, susijusios su elektroninės prekyvietės valdytojo atliekamu žymens naudojimu jo paties komerciniame pranešime, toks valdytojas naudoja prekių ženklą, pas paieškos sistemos operatorių *Google* atrinkdamas raktinius žodžius, atitinkančius prekių ženklą, siekdamas parodyti *reklaminę* nuorodą kartu su pranešimu apie galimybę nusipirkti jo svetainėje ieškomu prekių ženklu pažymėtų prekių. Tačiau tokioje situacijoje būtent dėl to, kad *eBay* rodomi pranešimai ir nuorodos taip pat yra pačios tokios prekyvietės reklama, taigi dėl to, kad pakankamai informuotas ir protingai pastabus internautas aptariamą prekių ženklą suvokia kaip pačios *eBay* komercinio pranešimo dalį, Teisingumo Teismas nusprendė, kad *eBay* naudojo minėtą prekių ženklą.

72. Manau, kad pakankamai informuoto ir protingai pastabaus elektroninės prekybos platformos naudotojo suvokimas yra svarbus aspektas nustatant žymens naudojimą tos platformos valdytojo komerciniame pranešime. Toks reikalavimas, kad internautas būtų pakankamai informuotas ir protingai pastabus, man atrodo dar labiau pagrįstas todėl, kad daliai elektroninės prekybos platformų naudotojų nėra svarbu, kas yra pardavėjas, ir vienintelis pirkimo kriterijus yra produktas ir jo kaina. Todėl tokie naudotojai negali būti laikomi kriterijumi nustatant, ar jie suvokia žymenį ne tik kaip trečiojo pardavėjo naudojamą žymenį, bet kaip neatskiriamą tos platformos valdytojo komercinio pranešimo dalį. Todėl man atrodo, kad reikia remtis vidutinio naudotojo, kuriam tokia informacija yra svarbi, kriterijumi.

[43] To sprendimo 53 punktas.

[44] To sprendimo 102 punktas.

[45] To sprendimo 84 ir 85 punktai.

73. Galiausiai taip pat turiu pažymėti, kad pripažinimas, jog prekės pardavėjas per elektroninės prekybos platformą naudoja žymenį, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį, teoriškai netrukdo pripažinti, kad šią platformą valdantis tarpininkas taip pat gali naudoti šį žymenį, jeigu jis naudoja aptariamą žymenį savo komerciniame pranešime.

74. Taigi, remdamasis šiais argumentais, toliau analizuosiu elektroninės prekybos platformos valdytojo, kaip antai *Amazon*, veiklą, kaip ją apibūdino prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai, siekdamas nustatyti, ar šis valdytojas gali būti laikomas naudojančiu nagrinėjamą prekių ženklą, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį, nes jis naudoja šį prekių ženklą savo komerciniame pranešime.

B. Dėl Amazon veikimo būdo įtakos prekių ženklo „naudojimo“ pripažinimui pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį

75. Pirmuoju ir trečiuoju klausimais byloje C-148/21 ir antruoju klausimu byloje C-184/21 prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės siekia išsiaiškinti, ar Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį reikia aiškinti taip, kad elektroninės prekybos platformos valdytojas turi būti laikomas naudojančiu prekių ženklą trečiojo asmens šioje platformoje paskelbtame pasiūlyme pirkti dėl to, kad, pirma, jis vienodai skelbia tiek savo, tiek trečiųjų asmenų pasiūlymus, neišskirdamas jų pagal kilmę ir leisdamas rodyti savo, kaip žinomo platintojo, logotipą šiuose skelbimuose tiek savo interneto svetainėje, tiek trečiųjų asmenų interneto svetainių skelbimų skiltyse, ir, antra, šis valdytojas siūlo tretiesiems pardavėjams papildomas pagalbos, jo platformoje talpinamų prekių sandėliavimo ir siuntimo paslaugas, informuodamas potencialius pirkėjus, kad jis bus atsakingas už šių paslaugų teikimą.

1. Prejudicinių klausimų ribų nustatymas

76. Iš pradžių, mano nuomone, svarbu pažymėti, kad ankstesniame punkte minėti klausimai susiję tik su elektroninės prekybos platformos valdytojo tiesioginės atsakomybės atveju, nes jis tariamai naudojo prekių ženklui tapatų žymenį, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnį. Kaip jau nurodžiau šios išvados 8 ir 10 punktuose, šis klausimas skiriasi nuo interneto tarpininkų netiesioginės atsakomybės dėl trečiųjų asmenų veiksmų naudojantis jų paslaugomis klausimo.

77. Taigi mano siūloma analizė neturi poveikio prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikusių teismų galimybei nagrinėti kitų teisės normų nei Reglamento 2017/1001 9 straipsnis poveikį, jei ekonominės veiklos vykdytojas sudarė sąlygas kitam veiklos vykdytojui naudoti prekių ženklą.

78. Tai, kad žymuo nėra įtrauktas į elektroninės prekybos platformos valdytojo komercinį pranešimą, vis dėlto nereiškia, kad šis valdytojas niekada nebus laikomas atsakingu už prekių ženklo savininko teisių pažeidimą; tai reiškia tik tai, kad ši atsakomybė, kaip antrinė atsakomybė, turi būti nustatoma remiantis nacionaline teise.

79. Taigi tokiu atveju prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai, remdamiesi nacionaline teise, turi nustatyti, ar interneto tarpininkas gali būti laikomas netiesiogiai atsakingas, suprantant, kad tokia atsakomybė taip pat turi būti suderinta su Elektroninės komercijos direktyvoje nustatytomis atsakomybės išimtimis.

80. Be to, prekių ženklo savininko teisių apsaugos priemonių, kurių galima imtis prieš interneto tarpininką, leidusį trečiajam asmeniui naudoti žymenį naudojantis jo paslaugomis, spektras neapsiriboja šio tarpininko tiesiogine ar netiesiogine atsakomybe. Direktyvos 2004/48 11 straipsnio trečiame sakinyje numatyta, kad tarpininkams, kurių paslaugomis trečiasis asmuo naudojasi pažeisdamas intelektinės nuosavybės teises, gali būti taikomas įpareigojimas nutraukti pažeidimą.

81. Tai paaiškinęs, dabar išdėstysiu priežastis, dėl kurių manau, kad interneto platformos, kaip antai *Amazon*, valdytojas, vykdydamas savo veiklą, kaip ją apibūdino prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikę teismai, nenaudoja žymens, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnį.

2. Dėl „Amazon“ modelio specifikos

82. Pirmasis byloje C-148/21 pateiktas prejudicinis klausimas iš esmės susijęs su prekyvietės valdytojo veikla, kai jis savo interneto svetainėje skelbia trečiųjų pardavėjų pasiūlymus pirkti ir kai šiuose pirkimo pasiūlymuose rodomas prekių ženklui tapatus žymuo. Kaip jau nurodžiau šios išvados 52 punkte ir kaip pažymėjo *Amazon*, Teisingumo Teismas jau yra pripažinęs, kad ši veikla nereiškia šio žymens naudojimo, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį [46].

83. Vis dėlto, kaip nurodo prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas byloje C-148/21, tokios elektroninės prekybos platformos, kaip *Amazon*, valdytojo veikla skiriasi nuo prekyvietės valdytojo, dėl kurio buvo priimtas Sprendimas *eBay*, veiklos. Minėtas teismas pabrėžia, kad dėl pasiūlymų rodymo trečiųjų pardavėjų pasiūlymus negalima atskirti nuo *Amazon* pasiūlymų. Be to, jis atkreipia dėmesį, kad žinomos platintojos *Amazon* logotipas nuolat rodomas visuose pirkimo pasiūlymuose tiek prekyvietėje, tiek trečiųjų asmenų interneto svetainėse pateikiamuose reklamos skelbimuose. Galiausiai minėtas teismas pažymi, kad *Amazon* pati įtraukia šiuos pirkimo pasiūlymus į kai kurias savo interneto svetainės parduotuves arba prekių sąrašus.

84. Vis dėlto man atrodo, kad nė vienas iš šių aspektų nesuteikia pagrindo abejoti Sprendime *eBay* Teisingumo Teismo padaryta išvada. Manau, kad dėl šių aspektų trečiųjų pardavėjų skelbimuose esančių žymenų pakankamai informuoti ir protingai pastabūs internautai nesuvokia kaip neatskiriamos elektroninės prekybos platformos valdytojo komercinio pranešimo dalies.

85. Kalbant apie trečiųjų pardavėjų pasiūlymų ir *Amazon* pasiūlymų neatskyrimą, pažymėtina, kad šie pasiūlymai tikrai pateikiami vienodai ir ant visų jų yra žinomos platintojos *Amazon* logotipas. Tačiau, kaip matyti iš prašyme priimti prejudicinį sprendimą byloje C-148/21 pateiktų pasiūlymų pavyzdžių, taip pat atkreipiu dėmesį, kad skelbimuose visada nurodoma, ar prekes parduoda tretieji pardavėjai, ar tiesiogiai *Amazon*.

86. Be to, nors *Amazon* yra labai gerai žinoma platintoja, ši bendrovė taip pat gerai žinoma ir dėl savo prekyvietės veiklos. Taigi platformos naudotojams žinoma, kad internete skelbiami ir tiesiogiai *Amazon* parduodamų prekių skelbimai, ir trečiųjų pardavėjų talpinami skelbimai. Todėl paprastas *Amazon* logotipo buvimas gali rodyti vartotojui ir tai, kad jis mato trečiojo pardavėjo paskelbtą reklamą. Tokiomis aplinkybėmis vien tai, kad *Amazon* ir trečiųjų pardavėjų skelbimai

[46] Žr. Sprendimą *eBay*.

egzistuoja kartu, negali reikšti, kad pakankamai informuotas ir protingai pastabus internautas galėtų suvokti trečiųjų pardavėjų skelbimuose rodomus žymenis kaip *Amazon* komercinio pranešimo dalį.

87. Tokie patys argumentai taikomi trečiųjų asmenų interneto svetainėse skelbiamiems reklamos skelbimams, į kuriuos įtrauktas *Amazon* logotipas ir pateikiamos nuorodos į šios bendrovės svetainėje skelbiamus trečiųjų pardavėjų pasiūlymus pirkti.

88. Tas pats pasakytina ir apie *Amazon* atliekamą trečiųjų pardavėjų skelbimų įtraukimą į savo platformos parduotuves arba geriausiai parduodamų ar dažniausiai siūlomų prekių sąrašus. Kaip pažymi Komisija, šis įtraukimas iš tikrųjų yra šios bendrovės platformos organizavimo klausimas. *Amazon* per teismo posėdį taip pat nurodė, kad toks organizavimas atliekamas automatiškai, grupuojant panašių prekių skelbimus ir remiantis paklausiausiomis arba geriausiai parduodamomis prekėmis. Todėl tas organizavimas neatsiejamas nuo tokio interneto tarpininko, kaip *Amazon*, kaip prekyvietės valdytojo vaidmens, todėl pakankamai informuoti ir protingai pastabūs internautai tai suvokia tik kaip priemonę, susijusią su šio valdytojo platformos pateikimu ir išdėstymu.

89. Pirmuoju prejudiciniu klausimu byloje C-148/21 prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas taip pat prašo Teisingumo Teismo išaiškinti, ar tai, kad *Amazon* siūlo „visapusišką“ paslaugą, apimančią pagalbą rengiant skelbimus ir tam tikrų prekių sandėliavimą bei siuntimą, turi įtakos šiuose skelbimuose rodomo žymens kaip naudojamo *Amazon* kvalifikavimui.

90. Šis klausimas iš esmės nesiskiria nuo trečiojo prejudicinio klausimo byloje C-148/21 ir antrojo prejudicinio klausimo byloje C-184/21, kuriais siekiama nustatyti, ar prekių, pažymėtų prekių ženklui tapačiu žymeniu, kurių atveju *Amazon* taip pat aktyviai prisidėjo rengiant ir skelbiant pasiūlymus pirkti, sandėliavimas ir siuntimas yra prekių ženklo naudojimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį.

91. Taigi norint atsakyti į šiuos klausimus reikia, kaip nurodo Vokietijos vyriausybė, išanalizuoti visą *Amazon* veiklą bendrai, siekiant nustatyti, ar šios bendrovės dalyvavimas nuo skelbimo su ginčijamu žymeniu paskelbimo iki aptariamos prekės išsiuntimo gali būti laikomas šio žymens naudojimu. Manau, kad taip nėra.

92. Reikia pripažinti, kad toks dalyvavimas, būdingas *Amazon* veiklai, bent iš esmės gali leisti šiai bendrovei vykdyti didesnę prekių ženklo savininko teises pažeidžiančios prekės pardavimo kontrolę. Tačiau, mano nuomone, šio dalyvavimo – nuo skelbimo su ginčijamu žymeniu paskelbimo iki aptariamos prekės išsiuntimo, kuris yra naudingas vartotojui, nes juo iš tiesų siekiama užtikrinti vartotojui greitą ir garantuotą pristatymą įsigijus prekę ir kartu sustiprinti elektroninės prekybos platformos reputaciją, – vis dėlto nepakanka įrodyti nagrinėjamo žymens naudojimo pačios *Amazon* komerciniame pranešime.

93. Sprendime *Coty*[47] Teisingumo Teismas jau yra konstatavęs, kad žymuo negali būti laikomas naudojamu paties prekyvietės valdytojo komerciniame pranešime, kai jis trečiojo pardavėjo vardu sandėliuoja prekes, pažymėtas žymeniu, tačiau pats nesiekia siūlyti šių prekių ar pateikti jų rinkai. Nesuprantu, kodėl reikėtų daryti kitokią išvadą, kai šis valdytojas siunčia tokias prekes trečiosios šalies vardu. Tokioje situacijoje pakankamai informuotiems ir protingai pastabiems internautams išlieka aišku, kad tai tik trečiasis pardavėjas ketina siūlyti prekes ir pateikti jas rinkai[48].

[47] To sprendimo 45–47 punktai.

[48] Sprendimas *Coty* (47 punktas).

94. Tokios išvados nepaneigia tai, kad aptariamus skelbimus skelbia pati *Amazon*. Kaip jau nurodžiau, manau, kad šių skelbimų paskelbimas nėra naudojimo veiksmas, kaip jis suprantamas pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalį[49]. Mano nuomone, du veiksmai, nereiškiantys naudojimo, kaip jis suprantamas pagal šią nuostatą, negali būti vertinami skirtingai vien todėl, kad dėl jų atliekama bendra visos veiklos analizė.

95. Šiomis aplinkybėmis manau, kad į prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikusių teismų bylose C-148/21 ir C-184/21 užduotus prejudicinius klausimus reikia atsakyti, kad Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad elektroninės prekybos platformos valdytojas negali būti laikomas naudojančiu prekių ženklą trečiojo asmens šioje platformoje paskelbtame pasiūlyme pirkti dėl to, kad, pirma, jis vienodai skelbia tiek savo, tiek trečiųjų asmenų pasiūlymus, neišskirdamas šių pasiūlymų kilmės pagal jų pateikimo būdą ir leisdamas šiuose skelbimuose rodyti savo, kaip žinomo platintojo, logotipą, ir, antra, jis siūlo tretiesiems pardavėjams papildomas pagalbos, jo platformoje internetu parduodamų prekių saugojimo ir siuntimo paslaugas, informuodamas potencialius pirkėjus, kad bus atsakingas už šių paslaugų teikimą, su sąlyga, kad dėl šių aplinkybių pakankamai informuotas ir protingai pastabus internautas nesuvoks atitinkamo prekių ženklo taip, kad jis yra sudedamoji valdytojo komercinio pranešimo dalis.

3. Prekių ženklų teisės specifika

96. Toks sprendimas reiškia, kad tokio elektroninės prekybos platformos valdytojo, kaip *Amazon*, kuris integravo visas paslaugas nuo pasiūlymų pirkti paskelbimo iki atitinkamų prekių išsiuntimo, veiklos modelio specifika neturi įtakos „naudojimo“ sąvokai, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/2011 9 straipsnį.

97. Vis dėlto šis požiūris taikomas aiškinant tik šią sąvoką ir negali būti išplėstas į kitas sritis. Kitaip tariant, nors tai, kad elektroninės prekybos platformos valdytojas integruoja įvairias paslaugas, savaime nereiškia, kad šis valdytojas gali būti laikomas naudojančiu žymenį, net jei toks integravimas ir gali lemti aktyvesnį vaidmenį; vis dėlto tai nereiškia ir to, kad toks integravimas neturi jokio poveikio šio valdytojo teikiamų paslaugų kvalifikavimui kitose teisės srityse.

98. Visų pirma remiuosi pozicija, kurios Teisingumo Teismas laikėsi bylose, kuriose priimti sprendimai *Asociación Profesional Elite Taxi*[50] ir *Uber France*[51]. Iš tų sprendimų matyti, kad įmonės teikiamų kelių paslaugų integravimas, leidžiantis jai kontroliuoti visus svarbius miesto transporto paslaugos aspektus, reiškia, kad tokia paslauga turi būti laikoma ne paprasta tarpininkavimo paslauga, skirta keleiviams susisiekti su vairuotojais, bet viena paslauga, už kurią atsakinga ši įmonė. Kitaip tariant, tai, kad įmonė labiau kontroliuoja visus paslaugos aspektus, turi neabejotiną poveikį šios įmonės, kaip tarpininkės, vaidmeniui, visų pirma Sąjungos teisės normų, susijusių su elektronine prekyba, požiūriu.

[49] Žr. šios išvados 84 ir paskesnius punktus.

[50] 2017 m. gruodžio 20 d. sprendimas (C-434/15, EU:C:2017:981).

[51] 2018 m. balandžio 10 d. sprendimas (C-320/16, EU:C:2018:221).

99. Vis dėlto šio argumento negalima tiesiog pritaikyti sąvokos „naudojimas“, kuri nagrinėjama šioje byloje, aiškinimui. Aiškinant šią sąvoką reikia ne kvalifikuoti elektroninės prekybos platformos valdytojo teikiamą paslaugą, o nustatyti, ar jo veikla gali sudaryti įspūdį, kad jis naudoja žymenį savo komerciniame pranešime. Todėl į šiuos du klausimus būtinai reikia atsakyti pateikiant skirtingus argumentus.

100. Be to, skiriasi šių klausimų logika. Paslaugų teikėjo internete teikiamos paslaugos kvalifikavimas gali turėti įtakos jo atsakomybei jo valdomos platformos naudotojo atžvilgiu. Nesunku suprasti, kad kuo labiau šis paslaugų teikėjas kontroliuoja teikiamą paslaugą, tuo didesnė atsakomybė jam tenka. Taip nėra kalbant apie klausimą, ar minėtas paslaugų teikėjas naudoja prekių ženklą, kaip tai suprantama pagal Reglamentą 2017/1001, nes toks klausimas susijęs tik su atitinkamo prekių ženklo savininko teisių apsauga.

V. Išvada

101. Atsižvelgdamas į tai, kas išdėstyta, siūlau Teisingumo Teismui į byloje C-148/21 *Tribunal d'arrondissement de Luxembourg* (Liuksemburgo apygardos teismas, Liuksemburgas) pateiktus prejudicinius klausimus ir byloje C-184/21 *Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles* (Briuselio komercinių bylų teismas, bylas nagrinėjantis prancūzų kalba, Belgija) pateiktus prejudicinius klausimus atsakyti, kad 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo 9 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad elektroninės prekybos platformos valdytojas negali būti laikomas naudojančiu prekių ženklą trečiojo asmens šioje platformoje paskelbtame pasiūlyme pirkti dėl to, kad, pirma, jis vienodai skelbia tiek savo, tiek trečiųjų asmenų pasiūlymus, neišskirdamas šių pasiūlymų kilmės pagal jų pateikimo būdą ir leisdamas šiuose skelbimuose rodyti savo, kaip žinomo platintojo, logotipą, ir, antra, jis siūlo tretiesiems pardavėjams papildomas pagalbos, jo platformoje internetu parduodamų prekių saugojimo ir siuntimo paslaugas, informuodamas potencialius pirkėjus, kad bus atsakingas už šių paslaugų teikimą, su sąlyga, kad dėl šių aplinkybių pakankamai informuotas ir protingai pastabus internautas nesuvoks atitinkamo prekių ženklo taip, kad jis yra sudedamoji valdytojo komercinio pranešimo dalis.