Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (drugo vijeće)

3. ožujka 2016.*

„Zahtjev za prethodnu odluku – Žigovi – Direktiva 2008/95/EZ – Članak 5. stavak 1. – Oglasi koji se odnose na treću stranu dostupni na internetu – Neovlaštena uporaba žiga – Oglasi objavljeni na internetu bez znanja i odobrenja te treće strane ili zadržani na internetu usprkos njezinu prigovoru – Tužba nositelja žiga protiv te treće strane“

U predmetu C-179/15,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Fővárosi Törvényszék (sud u Budimpešti, Mađarska), odlukom od 3. travnja 2015., koju je Sud zaprimio 21. travnja 2015., u postupku

Daimler AG

protiv

Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.,

SUD (drugo vijeće),

u sastavu: M. Ilešič (izvjestitelj), predsjednik vijeća, C. Toader, A. Rosas, A. Prechal, i E. Jarašiūnas, suci,

nezavisni odvjetnik: M. Wathelet,

tajnik: A. Calot Escobar,

uzimajući u obzir pisani postupak,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

— za mađarsku vladu, M. Z. Fehér, G. Szima i G. Koós, u svojstvu agenata,

— za poljsku vladu, B. Majczyna, u svojstvu agenta,

— za Europsku komisiju, L. Havas i J. Samnadda, u svojstvu agenata,

odlučivši, nakon što je saslušao nezavisnog odvjetnika, da u predmetu odluči bez njegova mišljenja,

donosi sljedeću

* Jezik postupka: mađarski

Presudu

1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 5. stavka 1. Prve direktive Vijeća 89/104/EEZ od 21. prosinca 1988. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (SL 1989., L 40, str. 1.).

2 Zahtjev je upućen u okviru spora između Daimler AG (u daljnjem tekstu: Daimler) i Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft. (u daljnjem tekstu: Együd Garage) povodom pojave oglasa na internetu u kojima se potonji navodi kao „ovlašteni Mercedes-Benz servis“.

Pravni okvir

3 Direktiva 89/104 stavljena je izvan snage Direktivom 2008/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2008. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (SL L 299, str. 25.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 2., str. 149.), koja je stupila na snagu 28. studenoga 2008.

4 Članak 5. Direktive 2008/95, naslovljen „Prava koja proizlaze iz žiga“, čiji tekst bez izmjene preuzima tekst članka 5. Direktive 89/104, propisuje:

„1. Registrirani žig nositelju daje isključiva prava koja proizlaze iz tog žiga. Nositelj žiga ima pravo spriječiti sve treće strane da bez njegova odobrenja u trgovačkom prometu koriste:

a) svaki znak koji je istovjetan njegovu žigu u odnosu na proizvode ili usluge koji su istovjetni onima za koje je žig registriran;

b) svaki znak kad, zbog istovjetnosti ili sličnosti s njegovim žigom i istovjetnosti ili sličnosti s proizvodima ili uslugama obuhvaćenim tim žigom i tim znakom, postoji vjerojatnost dovođenja javnosti u zabludu; vjerojatnost zablude uključuje vjerojatnost dovođenja u vezu tog znaka i žiga.

2. Svaka država članica može također odrediti da nositelj ima pravo spriječiti sve treće strane da bez njegova odobrenja u trgovačkom prometu koriste bilo koji znak koji je istovjetan ili sličan žigu u odnosu na proizvode ili usluge koji nisu slični onima za koje je žig registriran, ako potonji ima ugled u državi članici i ako uporaba tog znaka bez opravdanog razloga nepošteno iskorištava razlikovni karakter ili ugled žiga ili im šteti.

3. Na temelju stavaka 1. i 2. među ostalim se može zabraniti:

(a) isticanje znaka na proizvodima ili njihovim pakiranjima;

b) nuđenje proizvoda ili njihovo stavljanje na tržište ili skladištenje u te svrhe pod tim znakom ili nuđenje i pružanje usluga pod tim znakom;

c) uvoz ili izvoz proizvoda obilježenih tim znakom;

d) uporabu znaka na poslovnim dokumentima i u reklamiranju.

[…]“

5 Direktiva 2008/95 stavljena je izvan snage s učinkom od 15. siječnja 2019. Direktivom (EU) 2015/2436 Europskog parlamenta i Vijeća od 16. prosinca 2015. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (SL L 336, str. 1.) koja je stupila na snagu 12. siječnja 2016.

Glavni postupak i prethodno pitanje

6 Daimler, proizvođač automobila, nositelj je niže prikazanog međunarodnog figurativnog žiga Mercedes-Benz, koji je zaštićen i u Mađarskoj i koji prvenstveno obuhvaća automobilske dijelove.



7 Együd Garage je društvo osnovano u skladu s mađarskim pravom čija se djelatnost sastoji od maloprodaje automobila i automobilskih dijelova, kao i od popravka i održavanja tih automobila. To je društvo specijalizirano u prodaji Daimler proizvoda i s time povezanih usluga.

8 Od 2007. godine, Mercedes Benz Hungaria Kft. (u daljnjem tekstu: Mercedes Benz Hungaria), društvo kći Daimlera koje nije stranka u glavnom postupku, i Együd Garage bili su vezani sporazumom o poslijeprodajnim uslugama, koji je istekao 31. ožujka 2012.

9 Na temelju tog sporazuma, Együd Garage je, osim prava korištenja gore navedenog žiga, imao pravo navoditi izraz „felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz“ („ovlašteni Mercedes-Benz servis“) u svojim oglasima.

10 Dok je sporazum o poslijeprodajnim uslugama bio na snazi, Együd Garage je kod Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság (u daljnjem tekstu: MTT), koji nudi usluge internetskih oglasa dostupnih na internetskoj stranici „www.telefonkonyv.hu“, naručio objavu, za razdoblje od 2011. do 2012., oglasa u kojem se to društvo navodi kao ovlašteni Mercedes-Benz servis.

11 Nakon raskida tog sporazuma, Együd Garage pokušao je prekinuti svako korištenje predmetnog žiga na temelju kojeg bi javnost mogla smatrati da je on još uvijek u ugovornom odnosu s Daimlerom.

12 Konkretno, Együd Garage je od MTT-a zatražio izmjenu oglasa kako se on u njemu više ne bi navodio kao ovlašteni Mercedes-Benz servis.

13 Povrh toga, Együd Garage je od operatera mnogih drugih internetskih stranica pisanim putem zatražio micanje internetskih oglasa koji su objavljeni bez njegova odobrenja, a osobito tako da ih Együd Garage nije naručio, i u kojima je to društvo predstavljeno kao ovlašteni Mercedes-Benz servis.

14 Usprkos tim postupcima, internetski oglasi koji su sadržavali takav navod i dalje su bili objavljeni na internetu. Osim toga, unošenjem ključnih riječi „együd“ i „garage“ u pretraživač Google nastao bi popis rezultata koji prikazuje takve oglase u čijoj bi se prvoj rečenici teksta, koja je služila kao poveznica, Együd Garage navodio kao „ovlašteni Mercedes-Benz servis“.

15 U tim je okolnostima Daimler podnio tužbu sudu koji je uputio zahtjev tražeći, s jedne strane, da se utvrdi da je Együd Garage povrijedio žig Mercedes-Benz putem navedenih oglasa i, s druge strane, da se Együd Garage naloži uklanjanje predmetnih oglasa, suzdržavanje od svake daljnje povrede i objavljivanje ispravka u nacionalnom i regionalnom tisku.

16 Együd Garage je u svoju obranu istaknuo da, uz iznimku oglasa objavljenog na stranici „www.telefonkonyv.hu“, nije postavio niti jedan drugi oglas na internet te da su predmetni oglasi objavljeni i nastavljaju biti objavljeni neovisno o njegovoj volji, na način da on ne može nikako utjecati na njihov sadržaj, objavu ili ukidanje.

17 U tom kontekstu, Együd Garage je angažirao privatnog vještaka kako bi dokazao da je bio žrtva vrlo raširene trgovačke prakse koja se u biti sastoji od toga da određeni pružatelji usluga internetskog oglašavanja preuzimaju oglase objavljene na drugim oglasnim stranicama, bez znanja i odobrenja oglašivača, s ciljem stvaranja njihove vlastite baze podataka dostupne besplatno ili uz naknadu.

18 U tim je okolnostima Fővárosi Törvényszék (sud u Budimpešti) odlučio prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeće prethodno pitanje:

„Treba li članak 5. stavak 1. točku (b) [Direktive 89/104] tumačiti na način da nositelj žiga može zabraniti trećoj strani navedenoj u internetskom oglasu da upotrebljava na njemu vidljiv znak za koji postoji opasnost dovođenja u zabludu s registriranim žigom, a koji se odnosi na usluge treće strane istovjetne uslugama ili proizvodima za koje je žig registriran, tako da se u javnosti može stvoriti pogrešan dojam o postojanju službenog poslovnog odnosa između poduzeća te treće strane i nositelja žiga, čak i kad internetski oglas nije objavila osoba koja je u njemu navedena niti je to učinjeno za njezin račun, ili kad se internetskom oglasu može pristupiti unatoč tomu što je osoba koja je u njemu naznačena bezuspješno pokušala učiniti sve što se od nje moglo očekivati kako bi oglas uklonila s interneta?“

O prethodnom pitanju

19 Najprije valja istaknuti da se glavni spor temelji na činjenici da su, čak i nakon raskida sporazuma o poslijeprodajnim uslugama kojim su bili vezani Mercedes Benz Hungaria i Együd Garage i koji je među ostalim omogućavao potonjem korištenje žiga Mercedes-Benz kao i navoda „ovlašteni Mercedes-Benz servis“ u vlastitim reklamnim oglasima, oglasi koji su sadržavali taj navod u odnosu na ime i adresu Együd Garage i dalje bili dostupni na internetu. Budući da je taj sporazum prestao važiti 31. ožujka 2012., odnosno nakon ukidanja Direktive 89/104 Direktivom 2008/95, valja utvrditi da se na taj spor odnosi zadnje navedena direktiva i da prethodno pitanje valja shvatiti na način da se odnosi na njezino tumačenje.

20 Nadalje, iako se to pitanje odnosi na članak 5. stavak 1. točku (b) Direktive 89/104, čiji je tekst preuzet Direktivom 2008/95, i koji obuhvaća slučaj u kojem su predmetni znakovi i/ili proizvodi ili usluge za koje se ti znakovi koriste samo slični, u prvi mah se čini, kao što ističe Europska komisija, da se glavni postupak odnosi na slučaj obuhvaćen člankom 5. stavkom 1. točkom (a) tih direktiva odnosno na tzv. slučaj „dvostrukog identiteta“ u kojem treća strana koristi znak istovjetan žigu za proizvode ili usluge jednake onima za koje je registriran žig.

21 Naime, s jedne strane, čini se da oglasi koji sadrže navod „ovlašteni Mercedes-Benz servis“ koriste znak koji je u biti istovjetan figurativnom žigu Mercedes-Benz.

22 S druge strane, čini se da formulacija prethodnog pitanja upućuje na činjenicu da sud koji je uputio zahtjev polazi od pretpostavke u skladu s kojom su proizvodi i usluge koje nudi Együd Garage jednaki onima za koje je registriran taj žig. U tom smislu, iz sudske prakse Suda proizlazi da se korištenje u oglasima žiga vozila radi informiranja javnosti da treća strana obavlja uslugu popravka i održavanja autentičnih vozila zaštićenih tim žigom načelno analizira s obzirom na navedeni članak 5. stavak 1. točku (a), čak i ako taj žig nije registriran za tu uslugu (vidjeti u tom smislu presudu BMW, C-63/97, EU:C:1999:82, t. 33., 34. i 37. do 39.).

23 Međutim, s obzirom na to da iz odluke kojom se upućuje prethodno pitanje proizlazi da sud koji je uputio zahtjev želi da se pojasni pojam „korištenje“ iz tog istog članka 5. stavka 1. direktiva 89/104 i 2008/95, a koji se na jednak način odnosi na slučajeve iz stavka 1. točaka (a) i (b), za davanje korisnog odgovora nije nužno definitivno utvrditi koji je od tih dvaju slučajeva mjerodavan u ovom predmetu.

24 Stoga, valja utvrditi da sud koji je uputio zahtjev svojim pitanjem u biti pita treba li članak 5. stavak 1. točke (a) i (b) Direktive 2008/95 tumačiti na način da treća strana navedena u oglasu objavljenom na internetskoj stranici, koji sadrži znak istovjetan ili sličan žigu, na temelju čega se može stvoriti dojam da postoji poslovni odnos između te treće strane i nositelja žiga, koristi taj znak što može spriječiti taj nositelj na temelju te odredbe, čak i kad taj oglas nije objavila ta treća strana niti je to učinjeno za njezin račun ili kad je ona bezuspješno pokušala učiniti sve što se od nje moglo očekivati kako bi taj oglas uklonila.

25 Mađarska i poljska vlada te Komisija smatraju da na to pitanje valja odgovoriti negativno.

26 Na temelju članka 5. stavka 1. točke (a) Direktive 2008/95, nositelj žiga ima pravo spriječiti treću stranu da bez njegova odobrenja koristi znak istovjetan tom žigu, ako se on koristi u trgovačkom prometu, ako se koristi u odnosu na proizvode ili usluge koji su istovjetni onima za koje je žig registriran, i ako to korištenje negativno utječe ili može negativno utjecati na funkcije žiga, među kojima se ne nalazi samo glavna funkcija žiga, a to je jamstvo podrijetla proizvoda ili usluge potrošačima (u daljnjem tekstu: funkcija označavanja podrijetla), nego i njegove druge funkcije, poput jamstva kvalitete tog proizvoda ili te usluge te funkcije komunikacije, ulaganja ili oglašavanja (vidjeti u tom smislu presude L'Oréal i dr., C-487/07, EU:C:2009:378, t. 58.; Google France i Google, C-236/08 do C-238/08, EU:C:2010:159, t. 49., 77. i 79., kao i Interflora i Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, t. 38.).

27 Naprotiv, ako su predmetni znakovi i/ili proizvodi ili usluge u odnosu na koje se ti znakovi koriste samo slični, nositelj žiga može na temelju članka 5. stavka 1. točke (b) Direktive 2008/95 spriječiti takvo korištenje znaka samo ako se njime, zbog postojanja vjerojatnosti dovođenja javnosti u zabludu, negativno utječe ili može negativno utjecati na funkciju označavanja podrijetla (vidjeti osobito presudu Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, t. 25. i navedenu sudsku praksu).

28 Valja podsjetiti da je Sud već imao priliku utvrditi da korištenje žiga treće strane bez odobrenja njegova nositelja radi javnog oglašavanja da ta treća strana obavlja popravke i održavanje proizvoda zaštićenih tim žigom ili da je specijalizirana za te proizvode, predstavlja, pod određenim okolnostima, korištenje žiga u smislu članka 5. stavka 1. točke (a) Direktive 2008/95, što može spriječiti nositelj žiga, osim ako se primjenjuju članak 6. te direktive, koji se odnosi na ograničenje učinka žiga, ili članak 7. te direktive, koji se odnosi na iscrpljenje prava koja iz njega proizlaze (vidjeti presudu BMW, C-63/97, EU:C:1999:82, t. 42. i 45.).

29 Kad je riječ o oglasima iz predmeta u glavnom postupku u kojima se Együd Garage navodi kao „ovlašteni Mercedes-Benz servis", valja utvrditi da je, naručivši od MTT-a oglas takvog sadržaja radi njegove objave na internetskoj stranici „www.telefonkonyv.hu" za razdoblje koje obuhvaća 2011. i 2012. godinu, Együd Garage koristio žig u smislu članka 5. stavka 1. Direktive 2008/95.

30 Naime, naručivši takav reklamni oglas u okviru svoje poslovne djelatnosti, oglašivač je „koristio" žig „u trgovačkom prometu" i „u odnosu na proizvode ili usluge" koje nudi svojim klijentima, pri čemu je uostalom takvo korištenje u svrhe oglašavanja izričito propisano u članku 5. stavku 3. točki (d) Direktive 2008/95. Takvo korištenje, u slučaju da do njega dođe bez odobrenja nositelja žiga, može negativno utjecati na funkciju označavanja podrijetla žiga, s obzirom na to da oglas stvara dojam da postoji poslovni odnos između tog oglašivača i nositelja žiga (vidjeti u tom smislu presudu Interflora i Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, t. 45. i navedenu sudsku praksu).

31 Međutim, budući da je sporazum o poslijeprodajnim uslugama koji su sklopili Mercedes Benz Hungaria i Együd Garage izričito omogućavao takvo korištenje, valja smatrati da je do njega došlo uz odobrenje nositelja žiga i da, na temelju članka 5. stavka 1. Direktive 2008/95, taj nositelj nije imao pravo spriječiti, za vrijeme trajanja tog sporazuma, objavu predmetnog oglasa na internetskoj stranici „www.telefonkonyv.hu".

32 Ipak, nesporno je da su, čak i nakon raskida tog sporazuma, oglasi u kojima je Együd Garage naveden kao „ovlašteni Mercedes-Benz servis“ i dalje bili dostupni i na internetskoj stranici „www.telefonkonyv.hu“ i na drugim internetskim stranicama te da su ti oglasi predmet glavnog postupka.

33 Što se tiče, s jedne strane, objave tog oglasa na internetskoj stranici „www.telefonkonyv.hu“ nakon raskida navedenog sporazuma, sud koji je uputio zahtjev utvrdio je da je Együd Garage zatražio od MTT-a izmjenu prvotno naručenog oglasa kako se tamo više ne bi navodilo da je „ovlašteni Mercedes-Benz servis“, ali da je, usprkos tom zahtjevu, oglas s tim navodom još neko vrijeme ostao dostupan na navedenoj internetskoj stranici.

34 Iako se objava na internetskoj stranici reklamnog oglasa u kojem se navodi žig druge osobe, može pripisati oglašivaču koji je naručio taj oglas i u skladu s čijim je nalogom operater te stranice kao pružatelj usluge postupio (vidjeti analogne presude Google France i Google, C-236/08 do C-238/08, EU:C:2010:159, t. 51. i 52., kao i Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, t. 36.), tom se oglašivaču međutim ne mogu pripisati postupci ili propusti takvog pružatelja usluga koji, namjerno ili iz nehaja, prekorači izričite upute tog oglašivača kojima se konkretno nastoji izbjeći korištenje žiga. Stoga, kada taj pružatelj usluga propusti postupiti sukladno zahtjevu oglašivača da ukloni predmetni oglas ili navođenje žiga u tom oglasu, objava tog navoda na internetskoj stranici ne može se više smatrati korištenjem žiga od strane oglašivača.

35 Kad je riječ, s druge strane, o objavi predmetnog oglasa na drugim internetskim stranicama, sud koji je uputio zahtjev ističe da se ta činjenica može objasniti praksom određenih operatera takvih stranica koja se sastoji od preuzimanja oglasa objavljenih na drugim internetskim stranicama – bez znanja i odobrenja oglašivača – radi poticanja korištenja njihove internetske stranice, kako bi se potencijalne korisnike platce navelo da misle da surađuju s popularnom internetskom stranicom koja ima solidnu bazu.

36 U tom smislu, valja utvrditi da se oglašivaču ne mogu pripisati samostalni postupci drugih ekonomskih operatera, poput postupaka tih operatera internetskih stranica, s kojima oglašivač nema nikakve izravne ili neizravne veze i koji ne djeluju sukladno nalogu i za račun tog oglašivača, nego samoinicijativno i za vlastiti račun.

37 Iz točaka 34. i 36. ove presude proizlazi da, u dva slučaja koji se tamo spominju, nositelj žiga nema pravo, na temelju članka 5. stavka 1. točaka (a) i (b) Direktive 2008/95, pokrenuti postupak protiv oglašivača kako bi ga spriječio da na internetu objavi oglas u kojem se navodi njegov žig.

38 Taj je zaključak potkrijepljen tekstom, strukturom i svrhom članka 5. Direktive 2008/95.

39 Na prvom mjestu, u odnosu na tekst tog članka 5. stavka 1., kao primjer valja istaknuti da, sukladno svom uobičajenom smislu, izraz „zu benutzen“, „using“, „faire usage“, „usare“, „het gebruik“, „használ“, upotrijebljen u verzijama na njemačkom, engleskom, francuskom, talijanskom, nizozemskom i mađarskom jeziku te odredbe, podrazumijeva aktivno postupanje i izravnu ili neizravnu kontrolu nad aktom koji predstavlja korištenje. Međutim, to nije slučaj ako taj akt izvrši neovisni operater bez odobrenja oglašivača, odnosno protiv njegove izričite volje.

40 Kad je nadalje riječ o strukturi članka 5. Direktive 2008/95, valja utvrditi da taj članak 5. stavak 3. koji na način koji nije taksativan navodi vrste korištenja koje nositelj žiga može spriječiti (vidjeti presudu Google France i Google, C-236/08 do C-238/08, EU:C:2010:159, t. 65. i navedenu sudsku praksu), isključivo navodi aktivne postupke treće strane, poput „isticanja“ znaka na proizvodima ili njihovim pakiranjima ili „uporabe“ na poslovnim dokumentima i u reklamiranju, „nuđenja“ proizvoda, njihova „stavljanja na tržište“, „skladištenja“ u te svrhe, njihova „uvoza“ ili „izvoza“ ili „nuđenja“ i „pružanja“ usluga pod tim znakom.

41 Konačno, što se tiče svrhe članka 5. stavka 1. Direktive 2008/95, iz te odredbe jasno proizlazi da joj je cilj staviti na raspolaganje nositelju pravni instrument koji mu omogućava da spriječi, i na taj način zaustavi, svako korištenje svoga žiga od strane treće osobe bez njegova odobrenja. Međutim, samo ona treća strana koja ima izravnu ili neizravnu kontrolu nad aktom koji predstavlja korištenje zapravo može zaustaviti to korištenje i na taj način postupiti sukladno toj zabrani.

42 U tim okolnostima, valja utvrditi da bi tumačenje članka 5. stavka 1. Direktive 2008/95, koje bi u situaciji kao što je ona u glavnom postupku omogućavalo nositelju žiga da spriječi sporno korištenje oglašivača samo zbog toga što bi to korištenje oglašivaču eventualno moglo pribaviti ekonomsku korist, bilo protivno cilju te odredbe kao i načelu *impossibilium nulla obligatio est*.

43 To utvrđenje ne utječe na mogućnost nositelja da ovisno o slučaju zahtijeva od oglašivača naknadu takve ekonomske koristi na temelju nacionalnog prava, ni na mogućnost pokretanja postupka protiv operatera predmetnih internetskih stranica.

44 S obzirom na sve prethodno navedeno, na postavljeno pitanje valja odgovoriti tako da članak 5. stavak 1. točke (a) i (b) Direktive 2008/95 treba tumačiti na način da treća strana navedena u oglasu objavljenom na internetskoj stranici, koji sadrži znak istovjetan ili sličan žigu, na temelju čega se može stvoriti dojam da postoji poslovni odnos između te treće strane i nositelja žiga, ne koristi taj znak, a čije korištenje može spriječiti taj nositelj na temelju te odredbe, ako taj oglas nije objavila ta treća strana niti je to učinjeno za njezin račun ili, u slučaju da je taj oglas objavila ta treća strana ili da je to učinjeno za njezin račun uz odobrenje nositelja, ako je ta treća strana izričito zahtijevala od operatera te internetske stranice od kojeg je naručila oglas da ukloni oglas ili navođenje žiga u tom oglasu.

Troškovi

45 Budući da ovaj postupak ima značaj prethodnog pitanja za stranke glavnog postupka pred sudom koji je uputio zahtjev, na tom je sudu da odluči o troškovima postupka. Troškovi podnošenja očitovanja Sudu, koji nisu troškovi spomenutih stranaka, ne nadoknađuju se.

Slijedom navedenoga, Sud (drugo vijeće) odlučuje:

Članak 5. stavak 1. točke (a) i (b) Direktive 2008/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2008. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima treba tumačiti na način da treća strana navedena u oglasu objavljenom na internetskoj stranici, koji sadrži znak istovjetan ili sličan žigu, na temelju čega se može stvoriti dojam da postoji poslovni odnos između te treće strane i nositelja žiga, ne koristi taj znak, a čije korištenje može spriječiti taj nositelj na temelju te odredbe, ako taj oglas nije objavila ta treća strana niti je to učinjeno za njezin račun ili, u slučaju da je taj oglas objavila ta treća strana ili da je to učinjeno za njezin račun uz odobrenje nositelja, ako je ta treća strana izričito zahtijevala od operatera te internetske stranice od kojeg je naručila oglas da ukloni oglas ili navođenje žiga u tom oglasu.

Potpisi