HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a doua)

3 martie 2016*

„Trimitere preliminară — Mărci — Directiva 2008/95/CE — Articolul 5 alineatul (1) — Anunțuri privind un terț care pot fi accesate pe internet — Utilizare neautorizată a mărcii — Anunțuri postate online fără știrea și fără consimțământul acestui terț sau menținute online în pofida opoziției acestuia — Acțiunea titularului mărcii împotriva terțului respectiv”

În cauza C-179/15,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Fővárosi Törvényszék (Curtea din Budapesta, Ungaria), prin decizia din 3 aprilie 2015, primită de Curte la 21 aprilie 2015, în procedura

Daimler AG

împotriva

Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.,

CURTEA (Camera a doua),

compusă din domnul M. Ilešič (raportor), președinte de cameră, doamna C. Toader, domnul A. Rosas, doamna A. Prechal și domnul E. Jarašiūnas, judecători,

avocat general: domnul M. Wathelet,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

— pentru guvernul maghiar, de M. Z. Fehér, de G. Szima și de G. Koós, în calitate de agenți;

— pentru guvernul polonez, de B. Majczyna, în calitate de agent;

— pentru Comisia Europeană, de L. Havas și de J. Samnadda, în calitate de agenți,

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

pronunță prezenta

* Limba de procedură: maghiara.

Hotărâre

1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 5 alineatul (1) din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Daimler AG (denumită în continuare „Daimler”), pe de o parte, și Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft. (denumită în continuare „Együd Garage”), pe de altă parte, în legătură cu apariția pe internet a unor anunțuri în care aceasta figurează ca „service autorizat Mercedes-Benz”.

Cadrul juridic

3 Directiva 89/104 a fost abrogată prin Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 299, p. 25), care a intrat în vigoare la 28 noiembrie 2008.

4 Articolul 5 din Directiva 2008/95, intitulat „Drepturi conferite de marcă”, al cărui text îl preia fără modificări pe cel de la articolul 5 din Directiva 89/104, prevede:

„(1) Marca înregistrată conferă titularului său următoarele drepturi exclusive. Titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în cadrul comerțului:

(a) un semn identic mărcii pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care aceasta este înregistrată;

(b) un semn pentru care, din cauza identității sau a similitudinii sale cu marca și din cauza identității sau a similitudinii produselor sau a serviciilor aflate sub incidența mărcii și a semnului, există un risc de confuzie din partea publicului; riscul de confuzie include riscul de asociere între semn și marcă.

(2) Orice stat membru poate, de asemenea, să prevadă că titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în comerț, orice semn identic sau similar mărcii pentru produse sau servicii care nu sunt similare celor pentru care marca este înregistrată, atunci când marca aceasta se bucură de renume în statul membru în cauză și când prin utilizarea semnului obține foloase necuvenite din caracterul distinctiv sau renumele mărcii ori aduce atingere acestora.

(3) În temeiul alineatelor (1) și (2), poate fi interzis, printre altele:

(a) să se aplice semnul pe produse sau pe ambalajul acestora;

(b) să se ofere produsele, să fie comercializate sau să fie deținute în acest scop, sau să se ofere sau să se furnizeze servicii sub acest semn;

(c) să se importe sau să se exporte produsele sub acest semn;

(d) să se utilizeze semnul în documentele de afaceri sau în publicitate.

[…]”

5 Directiva 2008/95 este abrogată începând de la 15 ianuarie 2019 prin Directiva (UE) 2015/2436 a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2015 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 336, p. 1), care a intrat în vigoare la 12 ianuarie 2016.

Litigiul principal și întrebarea preliminară

6 Daimler, un producător de autovehicule, este titularul mărcii internaționale figurative „Mercedes-Benz” reprodusă mai jos, a cărei protecție se extinde și în Ungaria și care acoperă, în special, componente de autovehicule.

„Mercedes-Benz”

7 Együd Garage este o societate de drept maghiar, a cărei activitate constă în comerțul cu amănuntul de autovehicule și de piese de schimb pentru autovehicule, precum și în repararea și în întreținerea unor astfel de vehicule. Această societate este specializată în vânzarea produselor Daimler și în serviciile legate de acestea.

8 Începând din anul 2007, între Mercedes-Benz Hungaria Kft. (denumită în continuare „Mercedes Benz Hungaria”), filială a Daimler care nu este parte în litigiul principal, și Együd Garage a fost încheiată o convenție de prestări servicii post-vânzare, care a încetat la 31 martie 2012.

9 În temeiul acestei convenții, pe lângă dreptul de a utiliza marca amintită, Együd Garage avea dreptul de a utiliza mențiunea „felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz” („service autorizat Mercedes-Benz”) în propriile anunțuri.

10 În timp ce convenția de prestări servicii post-vânzare era în vigoare, Együd Garage a comandat Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság (denumită în continuare „MTT”), care oferă un serviciu de anunțuri online care poate fi accesat pe site-ul internet www.telefonkonyv.hu, publicarea, pentru perioada care cuprindea anii 2011 și 2012, a unui anunț care prezintă această societate ca service autorizat Mercedes-Benz.

11 În urma rezilierii convenției menționate, Együd Garage a încercat să elimine toate ocurențele utilizării mărcii în cauză care puteau determina publicul să considere că ea încă avea un raport contractual cu Daimler.

12 În special, Együd Garage a solicitat MTT modificarea anunțului, astfel încât acesta să nu o mai menționeze ca service autorizat Mercedes-Benz.

13 În plus, Együd Garage a solicitat administratorilor mai multor alte site-uri internet, prin scrisoare, eliminarea anunțurilor online care fuseseră publicate fără consimțământul său, mai precis fără ca Együd Garage să le fi comandat, și care prezentau această societate ca service autorizat Mercedes-Benz.

14 În pofida demersurilor amintite, pe internet au continuat să fie difuzate anunțuri online care conțineau o astfel de mențiune. În plus, introducerea cuvintelor-cheie „együd” și „garage” în motorul de căutare Google conducea la o listă de rezultate în care apăreau asemenea anunțuri, în care primul rând de text, care funcționează ca link, califica Együd Garage drept „service autorizat Mercedes-Benz”.

15 În aceste condiții, Daimler a formulat o acțiune la instanța de trimitere, având ca obiect, pe de o parte, în principal, constatarea contrafacerii mărcii Mercedes-Benz de către Együd Garage prin intermediul anunțurilor menționate și, pe de altă parte, obligarea acesteia din urmă să elimine anunțurile în cauză, să se abțină de la săvârșirea oricărei noi încălcări și să publice o rectificare în cotidiene naționale și regionale.

16 În apărare, Együd Garage a subliniat că, cu excepția anunțului apărut pe site-ul www.telefonkonyv.hu, nu a publicat niciun alt anunț pe internet și că anunțurile în cauză au apărut și continuă să apară independent de voința sa, fără ca ea să poată avea vreo influență asupra conținutului, a apariției sau a eliminării acestora.

17 În acest context, Együd Garage a recurs la un expert privat pentru a demonstra că a fost victima unei practici comerciale foarte răspândite care constă, în esență, în preluarea de către anumiți prestatori de servicii de publicitate pe internet a anunțurilor publicate pe alte site-uri de anunțuri, fără știrea și fără consimțământul persoanei care își face publicitate, cu scopul de a-și constitui propria bază de date din informații disponibile gratuit sau în schimbul unei contraprestații.

18 În aceste condiții, Fővárosi Törvényszék (Curtea din Budapesta, Ungaria) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarea întrebare preliminară:

„Articolul 5 alineatul (1) litera (b) din [Directiva 89/104] trebuie interpretat în sensul că titularul mărcii este îndreptățit să interzică unui terț menționat în cadrul unui anunț publicat pe internet să utilizeze, pentru servicii ale acestui terț identice cu serviciile sau cu produsele pentru care este înregistrată marca, un semn pentru care există un risc de confuzie cu marca, care figurează în acest anunț într-o asemenea manieră încât poate crea în percepția publicului impresia greșită că între întreprinderea respectivului terț și titularul mărcii există un raport comercial oficial, chiar dacă anunțul nu a fost publicat pe internet de persoana menționată în cuprinsul acestuia sau în numele său ori respectivul anunț se găsește pe internet, în pofida faptului că persoana menționată în anunțul amintit a făcut tot posibilul pentru eliminarea acestui anunț de pe internet, însă fără succes?”

Cu privire la întrebarea preliminară

19 Cu titlu introductiv, trebuie arătat că litigiul principal își are originea în faptul că, chiar și după rezilierea convenției de prestări servicii post-vânzare care a fost încheiată între Mercedes Benz Hungaria și Együd Garage și care îi permitea acesteia din urmă, printre altele, să utilizeze marca Mercedes-Benz, precum și mențiunea „service autorizat Mercedes-Benz” în propriile anunțuri publicitare, pe internet au continuat să fie difuzate anunțuri care conțineau această mențiune în raport cu numele și cu adresa Együd Garage. Întrucât această convenție a încetat la 31 martie 2012, mai precis după abrogarea Directivei 89/104 prin Directiva 2008/95, este necesar să se constate că acest litigiu este guvernat de această din urmă directivă și, prin urmare, trebuie să se considere că întrebarea preliminară privește interpretarea sa.

20 În plus, deși această întrebare se referă la articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 89/104, al cărui text a fost preluat de Directiva 2008/95 și care acoperă ipoteza potrivit căreia semnele în discuție și/sau produsele sau serviciile pentru care sunt utilizate aceste semne sunt doar similare, la prima vedere, se pare că, după cum susține Comisia Europeană, cauza principală se încadrează mai curând în ipoteza vizată la articolul 5 alineatul (1) litera (a) din aceste directive, mai precis cea așa-numită a „dublei identități”, potrivit căreia un terț utilizează un semn identic mărcii pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care aceasta este înregistrată.

21 Astfel, pe de o parte, rezultă că anunțurile care conțin mențiunea „service autorizat Mercedes-Benz” utilizează un semn care este, în esență, identic mărcii figurative Mercedes-Benz.

22 Pe de altă parte, formularea întrebării preliminare pare să sugereze că instanța de trimitere pleacă de la premisa potrivit căreia produsele și serviciile propuse de Együd Garage sunt identice cu cele pentru care este înregistrată această marcă. În această privință, reiese din jurisprudența Curții că utilizarea în anunțuri a unei mărci de automobil pentru a informa publicul că un terț prestează serviciul de reparație și de întreținere a automobilelor autentice care poartă această marcă se analizează, în

principiu, din perspectiva articolului 5 alineatul (1) litera (a) menționat, chiar în situația în care marca respectivă nu a fost înregistrată pentru acest serviciu (a se vedea în acest sens Hotărârea BMW, C-63/97, EU:C:1999:82, punctele 33, 34 și 37-39).

23 Cu toate acestea, întrucât din cererea de decizie preliminară reiese că instanța de trimitere urmărește să obțină clarificări cu privire la noțiunea „să utilizeze” menționată în același articol 5 alineatul (1) din Directivele 89/104 și 2008/95 și care se raportează fără deosebire la ipotezele vizate la respectivul alineat (1) literele (a) și (b), nu este necesar, pentru a oferi un răspuns util, să se determine, în definitiv, care dintre aceste două ipoteze se aplică în speță.

24 Prin urmare, trebuie să se considere că, prin intermediul întrebării formulate, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă articolul 5 alineatul (1) literele (a) și (b) din Directiva 2008/95 trebuie interpretat în sensul că un terț menționat într-un anunț publicat pe un site internet, care conține un semn identic sau similar unei mărci astfel încât creează impresia că există un raport comercial între acesta și titularul mărcii, utilizează acest semn într-un mod care poate fi interzis de titularul respectiv în temeiul dispoziției amintite, chiar dacă anunțul în cauză nu a fost publicat de terțul respectiv sau în numele său ori dacă acesta a făcut tot posibilul pentru eliminarea lui de pe internet, însă fără succes.

25 Guvernele maghiar și polonez, precum și Comisia consideră că răspunsul la această întrebare trebuie să fie negativ.

26 În aplicarea articolului 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2008/95, titularul mărcii este îndreptățit să interzică utilizarea de către un terț, fără consimțământul său, a unui semn identic mărcii respective, atunci când această utilizare are loc în cadrul comerțului, este efectuată pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care marca este înregistrată și aduce atingere sau este susceptibilă să aducă atingere funcțiilor mărcii, printre care se numără nu doar funcția esențială a mărcii, care este aceea de a garanta consumatorilor proveniența produsului sau a serviciului (denumită în continuare „funcția de indicare a originii”), ci și celelalte funcții ale acesteia, cum ar fi în special cea care constă în garantarea calității acestui produs sau a acestui serviciu ori cele de comunicare, de investiție sau de publicitate (a se vedea în acest sens Hotărârea L’Oréal și alții, C-487/07, EU:C:2009:378, punctul 58, Hotărârea Google France și Google, C-236/08-C-238/08, EU:C:2010:159, punctele 49, 77 și 79, precum și Hotărârea Interflora și Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punctul 38).

27 În schimb, atunci când semnele în discuție și/sau produsele ori serviciile pentru care sunt utilizate aceste semne sunt doar similare, titularul mărcii poate interzice o asemenea utilizare a semnului, în temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95, numai dacă, din cauza existenței unui risc de confuzie în percepția publicului, aceasta aduce atingere sau este susceptibilă să aducă atingere funcției de indicare a originii (a se vedea în special Hotărârea Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, punctul 25 și jurisprudența citată).

28 Trebuie amintit că Curtea a avut deja ocazia să constate că utilizarea unei mărci de către un terț fără acordul titularului, în scopul de a anunța publicul că terțul respectiv efectuează reparația și întreținerea produselor care poartă această marcă sau că este specializat ori specialist în astfel de produse constituie, în anumite împrejurări, o utilizare a mărcii în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2008/95 care poate fi interzisă de titularul mărcii, cu excepția cazului în care își găsește aplicarea articolul 6 din această directivă, referitor la limitarea efectelor mărcii, sau articolul 7 din directiva menționată, referitor la epuizarea drepturilor conferite de aceasta (a se vedea Hotărârea BMW, C-63/97, EU:C:1999:82, punctele 42 și 45).

29 În ceea ce privește anunțurile în discuție în litigiul principal, care prezintă Együd Garage ca „service autorizat Mercedes-Benz”, este necesar să se constate că, atunci când a comandat la MTT un anunț cu acest conținut, care să fie postat online pe site-ul internet www.telefonkonyv.hu în perioada care cuprindea anii 2011 și 2012, Együd Garage a utilizat marca în sensul articolului 5 alineatul (1) din Directiva 2008/95.

30 Astfel, prin comandarea unui asemenea anunț publicitar în contextul activităților sale comerciale, persoana care își face publicitate „utiliz[ează]” marca „în cadrul comerțului” și „pentru produse și servicii” pe care le oferă clienților săi, o astfel de utilizare în scop publicitar fiind, de altfel, menționată expres la articolul 5 alineatul (3) litera (d) din Directiva 2008/95. O asemenea utilizare, atunci când are loc fără acordul titularului mărcii, poate aduce atingere funcției de indicare a originii mărcii, din moment ce anunțul sugerează existența unei legături economice între această persoană care își face publicitate și titular (a se vedea în acest sens Hotărârea Interflora și Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punctul 45 și jurisprudența citată).

31 Cu toate acestea, întrucât convenția de prestări servicii post-vânzare încheiată între Mercedes Benz Hungaria și Együd Garage permitea în mod expres o astfel de utilizare, trebuie să se considere că aceasta a avut loc cu acordul titularului mărcii și că, prin urmare, în aplicarea articolului 5 alineatul (1) din Directiva 2008/95, acest titular nu era îndreptățit să interzică, atât timp cât această convenție era în vigoare, apariția anunțului respectiv pe site-ul internet www.telefonkonyv.hu.

32 Cu toate acestea, este cert că, chiar și după rezilierea acestei convenții, au continuat să apară anunțuri care prezentau Együd Garage drept „service autorizat Mercedes-Benz”, atât pe site-ul internet www.telefonkonyv.hu, cât și pe alte site-uri internet de referențiere de societăți și că acestea sunt cele care fac obiectul litigiului principal.

33 În ceea ce privește, pe de o parte, apariția acestui anunț pe site-ul internet www.telefonkonyv.hu după rezilierea convenției respective, instanța de trimitere a stabilit că Együd Garage a solicitat MTT modificarea anunțului comandat inițial, astfel încât să nu mai fie menționată ca „service autorizat Mercedes-Benz”, însă, în pofida acestei cereri, anunțul care cuprindea această mențiune a continuat să apară pentru un anumit timp pe site-ul internet amintit.

34 Or, deși publicarea online pe un site internet de referențiere a unui anunț publicitar care menționează o marcă a altuia este imputabilă persoanei care își face publicitate, care a comandat acest anunț și la instrucțiunile căreia a acționat administratorul acestui site, ca prestator de servicii (a se vedea prin analogie Hotărârea Google France și Google, C-236/08-C-238/08, EU:C:2010:159, punctele 51 și 52, precum și Hotărârea Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, punctul 36), nu îi pot fi imputate acestei persoane care își face publicitate acte sau omisiuni ale unui astfel de prestator care, în mod deliberat sau din neglijență, ignoră instrucțiunile exprese date de respectiva persoană care își face publicitate, care urmăresc în mod explicit să evite această utilizare a mărcii. Astfel, întrucât prestatorul menționat nu dă curs cererii persoanei care își face publicitate de a elimina anunțul în cauză sau menționarea mărcii care figurează în acesta, apariția mențiunii respective pe site-ul internet de referențiere nu mai poate fi interpretată ca o utilizare a mărcii de către persoana care își face publicitate.

35 În ceea ce privește, pe de altă parte, apariția anunțului în discuție pe alte site-uri internet de referențiere de societăți, instanța de trimitere arată că acest fapt poate fi explicat prin practica anumitor administratori ai unor asemenea site-uri, care constă în preluarea anunțurilor publicate pe alte site-uri internet – fără știrea și fără consimțământul persoanei care își face publicitate – pentru a promova utilizarea site-ului lor internet, în scopul de a da impresia unor potențiali utilizatori contra cost că sunt în prezența unui site internet popular, care dispune de o bază solidă.

36 În această privință, trebuie să se constate că unei persoane care își face publicitate nu îi pot fi imputate acte autonome ale altor operatori economici, precum cele ale acestor administratori de site-uri internet de referențiere, cu care persoana care își face publicitate nu are niciun raport direct sau indirect și care nu acționează la ordinul și pe seama acestei persoane, ci din proprie inițiativă și în nume propriu.

37 Reiese din cuprinsul punctelor 34 și 36 din prezenta hotărâre că, în cele două ipoteze care sunt vizate în aceasta, titularul mărcii nu este îndreptățit, în temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (a) sau (b) din Directiva 2008/95, să acționeze împotriva persoanei care își face publicitate pentru a-i interzice publicarea online a anunțului în care este menționată marca sa.

38 Această concluzie se coroborează cu modul de redactare, cu economia și cu finalitatea articolului 5 din Directiva 2008/95.

39 În ceea ce privește, mai întâi, modul de redactare a acestui articol 5 alineatul (1), este necesar să se arate cu titlu de exemplu că, în sens obișnuit, expresia „zu benutzen”, „using”, „faire usage”, „usare”, „het gebruik”, „használ”, folosită în versiunile în limba germană, engleză, franceză, italiană, neerlandeză și, respectiv, maghiară ale acestei dispoziții, implică un comportament activ și un control, direct sau indirect, asupra actului care constituie utilizarea. Or, această situație nu se regăsește dacă acest act este efectuat de un operator independent fără consimțământul persoanei care își face publicitate și chiar împotriva voinței exprese a acesteia.

40 În ceea ce privește, în continuare, economia articolului 5 din Directiva 2008/95, trebuie să se constate că acest articol 5 alineatul (3), care enumeră în mod neexhaustiv tipurile de utilizare pe care titularul mărcii le poate interzice (a se vedea Hotărârea Google France și Google, C-236/08-C-238/08, EU:C:2010:159, punctul 65, precum și jurisprudența citată), menționează exclusiv comportamente active din partea terților cum sunt cel de „[a] aplic[a]” semnul pe produse și pe ambalajul acestora sau de „[a-l] utiliz[a]” în documentele de afaceri și în publicitate, de „[a] ofer[i]” produsele, de „[a le] comercializ[a]”, de „[a le] dețin[e]” în acest scop, de „[a le] import[a]” sau de „[a le] export[a]” ori de „[a] ofer[i]” sau de „[a] furniz[a]” servicii sub acest semn.

41 În sfârșit, în ceea ce privește finalitatea articolului 5 alineatul (1) din Directiva 2008/95, reiese cu claritate din această dispoziție că scopul său este de a furniza titularului un instrument juridic care să îi permită să interzică și, astfel, să pună capăt oricărei utilizări a mărcii sale de către un terț fără consimțământul său. Cu toate acestea, numai un terț care are controlul, direct sau indirect, asupra actului care constituie utilizarea este efectiv în măsură să înceteze această utilizare și, prin urmare, să se conformeze interdicției respective.

42 În aceste condiții, trebuie să se constate că o interpretare a articolului 5 alineatul (1) din Directiva 2008/95 care îi permite titularului mărcii, într-o situație precum cea în discuție în litigiul principal, să interzică utilizarea în litigiu persoanei care își face publicitate, pentru simplul motiv că această utilizare i-ar putea eventual procura acestei persoane un avantaj economic, ar încălca finalitatea dispoziției amintite, precum și principiul *impossibilium nulla obligatio est*.

43 Această constatare nu afectează posibilitatea titularului de a solicita persoanei care își face publicitate, dacă este cazul, restituirea unui astfel de avantaj economic în temeiul dreptului național, nici pe cea de a acționa împotriva administratorilor site-urilor internet de referențiere în discuție.

44 Având în vedere considerațiile care precedă, trebuie să se răspundă la întrebarea adresată că articolul 5 alineatul (1) literele (a) și (b) din Directiva 2008/95 trebuie interpretat în sensul că un terț menționat într-un anunț publicat pe un site internet, care conține un semn identic sau similar unei mărci astfel încât creează impresia că există un raport comercial între acesta și titularul mărcii, nu utilizează acest semn într-un mod care poate fi interzis de titularul respectiv în temeiul dispoziției amintite atunci când acest anunț nu a fost publicat de terțul respectiv sau în numele său ori, în ipoteza în care acest

anunț a fost publicat de terțul menționat sau în numele său, cu consimțământul titularului, atunci când terțul în cauză i-a solicitat în mod expres administratorului site-ului internet respectiv și căruia îi comandase anunțul să elimine acest anunț sau menționarea mărcii din cuprinsul său.

Cu privire la cheltuielile de judecată

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

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

Articolul 5 alineatul (1) literele (a) și (b) din Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci trebuie interpretat în sensul că un terț menționat într-un anunț publicat pe un site internet, care conține un semn identic sau similar unei mărci astfel încât creează impresia că există un raport comercial între acesta și titularul mărcii, nu utilizează acest semn într-un mod care poate fi interzis de titularul respectiv în temeiul dispoziției amintite atunci când acest anunț nu a fost publicat de terțul respectiv sau în numele său ori, în ipoteza în care acest anunț a fost publicat de terțul menționat sau în numele său, cu consimțământul titularului, atunci când terțul în cauză i-a solicitat în mod expres administratorului site-ului internet respectiv și căruia îi comandase anunțul să elimine acest anunț sau menționarea mărcii din cuprinsul său.

Semnături