SENTENZA TAL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (L-Ewwel Awla)

25 ta' Marzu 2010 *

Fil-Kawża C-278/08,

li għandha bħala suġġett talba għal deċiżjoni preliminari skont l-Artikolu 234 KE, imressqa mill-Oberster Gerichtshof (l-Awstrija), permezz ta' deċiżjoni tal-20 ta' Mejju 2008, li waslet fil-Qorti tal-Ġustizzja fis-26 ta' Ġunju 2008, fil-proċedura

Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH,

vs

Günter Guni,

trekking.at Reisen GmbH,

* Lingwa tal-kawża: il-Ġermaniż.

IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (L-Ewwel Awla),

komposta minn A. Tizzano, President tal-Awla, li qed jaġixxi bħala President tal-Ewwel Awla, E. Levits, A. Borg Barthet, M. Ilešič (Relatur) u J.-J. Kasel, Imħallfin,

Avukat Ġenerali: M. Poiares Maduro,
Reġistratur: K. Malacek, Amministratur,

wara li rat il-proċedura bil-miktub u wara s-seduta tas-7 ta' Mejju 2009,

wara li kkunsidrat l-osservazzjonijiet ippreżentati:

— għal Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH, minn W. Wetzl, avukat,

— għal M. Guni u trekking.at Reisen GmbH, minn M. Wukoschitz, avukat,

— għall-Gvern Franċiż, minn G. de Bergues u B. Cabouat, bħala aġenti,

— għall-Gvern Taljan, minn I. Bruni, bħala aġent, assistita minn F. Arena, avvocato dello Stato,

— għall-Gvern Portugiż, minn L. Inez Fernandes u R. Solnado Cruz, bħala aġenti,

— għall-Kummissjoni tal-Komunitajiet Ewropej, minn H. Krämer, bħala aġent,

wara li rat id-deċiżjoni, meħuda wara li nstema' l-Avukat Ġenerali, li l-kawża tinqata' mingħajr konklużjonijiet,

tagħti l-preżenti

Sentenza

1 It-talba għal deċiżjoni preliminari tirrigwarda l-interpretazzjoni tal-Artikolu (5)(1) tal-Ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 17, Vol. 1, p. 92).

2 Din it-talba ġiet ippreżentata fil-kuntest ta' kawża bejn, minn naħa, il-kumpannija Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH (iktar 'il quddiem "BergSpechte") u, min-naħa l-oħra, il-kumpannija trekking.at Reisen GmbH (iktar 'il quddiem "trekking.at Reisen") u, bħala amministratur ta' din tal-aħħar, M. Guni, rigward il-wiri fuq l-internet ta' links pubblikatarji fuq il-bażi ta' kliem prinċipali identiċi għal jew li jixbhu lil trade mark.

Il-kuntest ġuridiku

3 L-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104, intitolat "Drittijiet mogħtija mit-trade mark", jipprovdi, fl-ewwel paragrafu tiegħu:

"1. It-trade mark reġistrata għandha tagħti l-proprjetarju drittijiet esklussivi fuqha. Il-proprjetarju għandu jkun intitolat li jimpedixxi terzi persuni kollha li ma għandhomx il-kunsens tiegħu, milli jużaw, matul il-kummerċ:

a) kwalunkwe sinjal li hu identiku mat-trade mark fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija jew servizzi li huma identiċi għal dawk li t-trade mark hi reġistrata;

b) kwalunkwe sinjal li, minħabba l-identità ma' jew li jixbaħ it-trade mark u l-identità jew xebħ tal-merkanzija jew is-servizzi koperti mit-trade mark u s-sinjal, teżisti l-possibbiltà [probabbiltà] ta' konfużjoni da parti tal-pubbliku, li tinkludi l-possibbiltà ta' assoċjazzjoni bejn is-sinjal u t-trade mark."

4 Id-Direttiva 89/104 tħassret bid-Direttiva 2008/95/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-22 ta' Ottubru 2008, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks (Verżjoni kodifikata) (ĠU L 299, p. 25), li daħlet fis-seħħ

fit-28 ta' Novembru 2008. Madankollu, fid-dawl ta' meta seħħew il-fatti, il-kawża preżenti tibqa' rregolata bid-Direttiva 89/104.

Il-kawża prinċipali u d-domandi preliminari

Is-servizz ta' referenzar "AdWords"

5 Meta utent tal-internet jagħmel riċerka fuq il-bażi ta' kelma jew numru ta' kliem prinċipali fil-mutur ta' riċerka Google, dan juri s-siti li jidhru li jikkorrispondu l-aħjar ma' dawn il-kliem prinċipali, skont ir-rilevanza mill-iktar importanti għall-inqas importanti. Dan iwassal għal riżultati magħrufa bħala "naturali" tar-riċerka.

6 Barra minn hekk, permezz ta' għażla ta' kelma jew numru ta' kliem prinċipali, is-servizz ta' referenzar bi ħlas ta' Google, "AdWords", jippermetti lil kwalunkwe operatur ekonomiku juri, fil-każ ta' korrelazzjoni bejn din jew dawn il-kliem, u bejn dik jew dawk il-kliem li jinsabu fit-talba magħmula minn utent tal-mutur ta' riċerka, link pubbliċitarja għas-sit tiegħu. Din il-link pubbliċitarja tidher fil-kategorija "links sponsorjati", li tidher jew fil-parti tal-lemin tal-iskrin, fuq il-lemin tar-riżultati, jew fil-parti ta' fuq tal-iskrin, 'il fuq mill-imsemmija riżultati.

7 Din il-link pubbliċitarja jkollha magħha messaġġ kummerċjali qasir. Dan il-link u l-messaġġ flimkien jikkostitwixxu reklam li jidher fl-imsemmija kategorija.

L-użu ta' kliem prinċipali fil-kawża prinċipali

8 BergSpechte hija l-proprjetarja tat-trade mark figurattiva u verbali Awstrijaka rrappreżentata kif ġej:



9 Din it-trade mark kienet irreġistrata għall-klassijiet 25, dwar, b'mod partikolari, l-ilbies, 39, dwar, b'mod partikolari, l-arranġamenti għall-ivvjaġġjar, u 41 (Edukazzjoni; formazzjoni; divertiment; attivitajiet sportivi u kulturali) skont il-Ftehim ta' Nice dwar il-klassifikazzjoni internazzjonali ta' prodotti u servizzi għall-finijiet tar-registrazzjoni ta' trade marks, tal-15 ta' Ġunju 1957, kif irrivedut u emendat.

10 trekking.at Reisen torganizza, bħal BergSpechte, vjaġġi magħrufa bħala "outdoor" (trekking, vjaġġi ta' avventura, spedizzjonijiet fil-muntanji).

11 Fis-17 ta' Awwissu u fil-25 ta' Settembru 2007, fil-każ li utent tal-internet uża l-kliem "Edi Koblmüller" bħala kliem ta' riċerka fil-mutur ta' riċerka Google, kien jidher

reklam ta' trekking.at Reisen fil-kategorija "links sponsorjati", taħt it-titlu "Trekking- und Naturreisen" (trekking u vjaġġar fin-natura).

12 Fid-29 ta' Awwissu u fil-25 ta' Settembru 2007, fil-każ li utent tal-internet uża l-kelma "Bergspechte" bħala kelma ta' riċerka fl-imsemmi mutur ta' riċerka, kien jidher reklam ta' trekking.at Reisen fil-kategorija "links sponsorjati", taħt it-titlu "Äthiopien mit dem Bike" ("fl-Etjopja bir-rota").

13 Permezz ta' digriet għal miżuri provviżorji tal-Landesgericht Wels, tad-19 ta' Ottubru 2007, ġew imposti miżuri kawtelatorji fuq trekking.at Reisen, li jipprojbixxuha milli tindirizza l-utenti fil-paġna internet ewlenija tagħha stess permezz ta' link li tidher fuq il paġni internet bil-listi ta' riżultati miksuba bl-użu ta' mutur ta' riċerka fuq l-internet meta jintużaw il-kliem ta' riċerka "Edi Koblmüller" u/jew "Bergspechte".

14 Fis-7 ta' Diċembru 2007, l-Oberlandesgericht Linz emendat parzjalment l-imsemmi digriet għal miżuri provviżorji. BergSpechte, trekking.at Reisen u M. Guni ppreżentaw rikors quddiem l-Oberster Gerichtshof għal "reviżjoni" kontra din id-deċiżjoni.

15 F'dawn il-kundizzjonijiet, l-Oberster Gerichtshof iddeċidiet li tissospendi l-proċedimenti quddiemha u li tressaq quddiem il-Qorti tal-Ġustizzja d-domandi preliminari li ġejjin:

"1) L-Artikolu 5(1) [tad-Direttiva 89/104] għandu jiġi interpretat fis-sens li trade mark tintuża b'mod riżervat għall-proprjetarju tat-trade mark meta din it-trade

mark jew sinjal li jixbaha (per eżempju l-element verbali ta' trade mark figurattiva u verbali) jintużaw bħala kelma prinċipali f'mutur ta' riċerka u, konsegwentement, meta l-imsemmija trade mark jew l-imsemmi sinjali li jixbaha jintużaw bħala kelma ta' riċerka fil-mutur ta' riċerka in kwistjoni, jidher fuq l-iskrin reklam għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu?

2) Jekk ir-risposta għad-domanda 1 hija fl-affermattiv:

a) Id-dritt ta' esklużività tal-proprejtaru tat-trade mark jinkiser meta kelma ta' riċerka identika għat-trade mark tintuża għal reklam għal prodotti jew servizzi identiċi, indipendentement mill-kwistjoni jekk ir-reklam jidhirx fil-lista ta' riżultati jew f'reklam separat minnha jew jekk dan jinsabx taħt it-titolu 'links sponsorjati'?

b) Meta sinjal identiku għat-trade mark in kwistjoni jintuża għal prodotti jew servizzi li jixxiebhu jew meta sinjal li jixbah lit-trade mark jintuża għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu, għandha tiġi eskluża l-probabbiltà ta' konfużjoni jekk ir-reklam jinsab taħt it-titolu 'links sponsorjati' u/jew ma jidhirx fil-lista tar-riżultati iżda f'riklam separat minnha?"

Fuq l-ewwel domanda preliminari

16 Il-kawża prinċipali tikkonċerna l-użu, bħala kliem prinċipali fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, ta' sinjali li huma identiċi għal jew li jixbhu lil trade mark, mingħajr ma l-proprjetarju ta' din it-trade mark ikun ta l-kunsens tiegħu.

17 Permezz tal-ewwel domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju qiegħda essenzjalment tistaqsi jekk l-Artikolu 5(1) tad-Direttiva 89/104 għandux jiġi interpretat fis-sens li l-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat li jipprojbixxi terzi milli juru, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal jew li tixbah lil din it-trade mark li dawn il-persuni jkunu għażlu mingħajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi jew li jixxiebhu ma' dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata.

18 Kif il-Qorti tal-Ġustizzja kkonstatat fil-punti 51 u 52 tas-sentenza tagħha tat-23 ta' Marzu 2010, Google France u Google (C-236/08 sa C-238/08, Ġabra p. I-2417), is-sinjal magħżul minn dak li jirreklama bħala kelma prinċipali fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet huwa l-mezz użat minnu sabiex jagħti bidu għall-wiri tar-reklam tiegħu, u għalhekk jintuża "matul il-kummerċ" fis-sens tal-Artikolu 5(1) tad-Direttiva 89/104.

19 Barra minn hekk, dan huwa użu fir-rigward ta' prodotti jew servizzi ta' min jirreklama, anki meta s-sinjal magħżul bħala kelma prinċipali ma jidhirx fir-reklam stess (sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punti 65 sa 73).

20 Madankollu, il-proprjetarju tat-trade mark ma jistax jipprojbixxi l-imsemmi użu tas-sinjal identiku għal jew li jixbah lit-trade mark tiegħu jekk ma jissodisfax il-kundizzjonijiet kollha previsti għal dan il-għan permezz tal-Artikolu 5 tad-Direttiva 89/104, u tal-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja dwar dan l-artikolu.

21 Fis-sitwazzjoni msemmija fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104, fejn terzi jagħmlu użu minn sinjal identiku għal trade mark fir-rigward ta' prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom din it-trade mark hija rreġistrata, il-proprjetarju tat-trade

mark huwa intitolat li jipprojbixxi dan l-użu jekk dan jista' jippreġudika waħda mill-funzjonijiet tat-trade mark (sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punt 79).

22 Fis-sitwazzjoni l-oħra msemmija fl-Artikolu 5(1)(b) ta' din id-direttiva, fejn terzi jagħmlu użu minn sinjal identiku għal jew li jixbah lil trade mark fir-rigward ta' prodotti jew servizzi identiċi għal jew li jixbhu lil dawk li għalihom it-trade mark hija rreġistrata, il-proprjetarju tat-trade mark ma jistax jipprojbixxi l-użu tal-imsemmi sinjal ħlief meta teżisti probabbiltà ta' konfużjoni (sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punt 78 u l-ġurisprudenza ċċitata).

23 Fil-kawża prinċipali, is-sinjali "Edi Koblmüller" u "Bergspecht" intużaw għal servizzi identiċi għal dawk li għalihom it-trade mark ta' BergSpechte hija rreġistrata, jiġifieri servizzi ta' arranġamenti għall-ivvjaġġjar.

24 Għaldaqstant, sabiex ikun magħruf jekk għandhiex tiġi applikata r-regola msemmija fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104, jew dik imsemmija fl-Artikolu 5(1)(b) ta' din id-direttiva, għandu jiġi ddeterminat jekk is-sinjali "Edi Koblmüller" u "Bergspechte" humiex identiċi għal jew jixbhux lit-trade mark ta' BergSpechte.

25 F'dan ir-rigward, għandu jiġi kkonstatat li s-sinjal "Edi Koblmüller", li jirriproduċi biss parti żgħira mit-trade mark ta' BergSpechte, ma jistax jitqies li huwa identiku għall-imsemmija trade mark. Fil-fatt, sinjal ikun identiku għal trade mark biss meta jirriproduċi, mingħajr ebda modifika jew żieda, l-elementi kollha li jikkostitwixxu t-trade mark jew meta, meqjus fit-totalità tiegħu, jikkontjeni differenzi tant

insinjifikattivi li jistgħu jiġu injorati minn għajnejn il-konsumatur medju (sentenza tal-20 ta' Marzu 2003, LTJ Diffusion, C-291/00, Ġabra p. I-2799, punt 54).

26 Madankollu, hija l-qorti nazzjonali li għandha tevalwa jekk is-sinjal "Edi Koblmüller" jixbahx lit-trade mark ta' BergSpechte.

27 Fir-rigward tas-sinjal "Bergspechte", huwa paċifiku li dan is-sinjal lanqas ma jirriproduċi l-elementi kollha li jikkostitwixxu t-trade mark. Madankollu, jista' jitqies li jikkontjeni differenzi tant insinjifikattivi li jistgħu jiġu injorati minn għajnejn il-konsumatur medju, fis-sens tal-ġurisprudenza ċċitata fil-punt 25 ta' din is-sentenza. Hija l-qorti nazzjonali li, fid-dawl tal-elementi kollha disponibbli għaliha, għandha tevalwa jekk l-imsemmi sinjal għandux jiġi kkwalifikat b'dan il-mod.

28 Fil-każ li l-imsemmija qorti tikkonkludi favur in-nuqqas ta' identiċità bejn is-sinjal "Bergspechte" u t-trade mark ta' Bergspechte, huwa xieraq li jiġi konkluż li l-imsemmi sinjal jixbah lill-imsemmija trade mark, bil-kundizzjoni li dan jiġi vverifikat mill-qorti nazzjonali.

Fuq il-preġudizzju jew il-probabbiltà ta' preġudizzju għal waħda mill-funzjonijiet tat-trade mark [Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104]

29 Id-dritt esklużiv stabbilit fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 ngħata sabiex il-proprjetarju tat-trade mark ikun jista' jipproteġi l-interessi speċifiċi tiegħu bħala proprjetarju ta' din it-trade mark, jiġifieri sabiex jiżgura li din tal-aħħar tkun tista'

taqdi l-funzjonijiet proprji tagħha. Għaldaqstant, l-eżerċizzju ta' dan id-dritt għandu jkun riżervat għall-każijiet fejn l-użu tas-sinjal minn terzi jippreġudika jew ikun jista' jippreġudika l-funzjonijiet tat-trade mark (ara, b'mod partikolari, is-sentenzi tat-12 ta' Novembru 2002, Arsenal Football Club, C-206/01, Ġabra p. I-10273, punt 51; tat-18 ta' Ġunju 2009, L'Oreal *et*, C-487/07, Ġabra p. I-5185, punt 58, kif ukoll Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punt 75).

30 Minn din il-ġurisprudenza jirriżulta li l-proprjetarju tat-trade mark ma jistax jipprojbixxi l-użu ta' sinjal identiku għat-trade mark jekk dan l-użu ma jkun jista' jippreġudika ebda waħda mill-funzjonijiet tagħha (sentenzi ċċitati iktar 'il fuq L'Oreal *et* punt 60, kif ukoll Google France u Google, punt 76).

31 Fost dawn il-funzjonijiet hemm mhux biss il-funzjoni essenzjali tat-trade mark li tiggarantixxi lill-konsumaturi l-oriġini tal-prodott jew tas-servizz (iktar 'il quddiem il-"funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini"), iżda wkoll il-funzjonijiet l-oħra tagħha, bħal, b'mod partikolari, dik li tiggarantixxi l-kwalità ta' dan il-prodott jew servizz, jew dawk tal-komunikazzjoni, tal-investiment jew tar-reklamar (sentenzi iċċitati iktar 'il fuq L'Oreal *et*, punt 58, kif ukoll Google France u Google, punt 77).

32 Fir-rigward tal-użu ta' sinjali identiċi għal trade marks bħala kliem prinċipali fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar, il-Qorti tal-Ġustizzja, fil-punt 81 tas-sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, iddeċidiet li l-funzjonijiet rilevanti li għandhom jiġu eżaminati huma dik ta' indikazzjoni ta' oriġini u dik ta' reklamar.

33 Fir-rigward tal-funzjoni ta' reklamar, fl-imsemmija sentenza l-Qorti tal-Ġustizzja kkonstatat li l-użu ta' sinjal identiku għal trade mark ta' ħaddieħor fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar bħala "AdWords" ma jistax jippreġudika din il-funzjoni tat-trade mark (sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punt 98).

34 Din il-konklużjoni tapplika wkoll f'dan il-każ partikolari peress li l-kawża prinċipali tikkonċerna l-għażla ta' kliem prinċipali u l-wiri ta' reklami fil-kuntest tal-istess servizz ta' referenzar "AdWords".

35 Fir-rigward tal-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini, il-Qorti tal-Ġustizzja qieset li l-kwistjoni jekk din il-funzjoni tkunx ippreġudikata meta, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal trade mark, jintwera lill-utenti tal-internet reklam ta' terzi, tiddependi, b'mod partikolari, mill-mod kif dan ir-reklam jiġi ppreżentat. Il-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini tat-trade mark tkun ippreġudikata meta r-reklam ma jħallix, jew iħalli b'mod diffiċli biss, lill-utent tal-internet, li huwa normalment informat u raġonevolment attent, li jsir jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija mir-reklam joriġinawx mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża li għandha rabta ekonomika miegħu jew, għall-kuntrarju, minn terzi (sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punti 83 u 84).

36 F'dan ir-rigward, il-Qorti tal-Ġustizzja ppreċiżat ukoll li, meta r-reklam ta' terzi jissuġġerixxi l-eżistenza ta' rabta kummerċjali bejn din it-terzi u l-proprjetarju tat-trade mark, ikun hemm lok li jiġi konkluż li l-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini kienet ippreġudikata. Bl-istess mod, għandu jiġi konkluż li l-imsemmija funzjoni tat-trade mark kienet ippreġudikata meta reklam, filwaqt li ma jissuġġerixxix l-eżistenza ta' rabta kummerċjali, jibqa' tant vag dwar l-oriġini ta' prodotti jew ta' servizzi inkwistjoni li utent tal-internet, li huwa normalment informat u raġonevolment attent, ma jkunx f'pożizzjoni li jsir jaf, fuq il-bażi tal-link pubbliċitarja u tal-messaġġ kummerċjali marbut ma' din il-link, jekk min jirreklama huwiex terzi meta mqabbel mal-proprjetarju tat-trade mark jew, għall-kuntrarju, huwiex marbut b'mod kummerċjali mal-proprjetarju (ara s-sentenza Google France u Google, iċċitata iktar 'il fuq, punti 89 u 90).

37 Huwa fid-dawl ta' dawn l-elementi li l-qorti nazzjonali għandha tevalwa jekk, fil-każ li r-regola msemmija fl-Artikolu 5(1)(a) tad-Direttiva 89/104 hija applikabbli, il-fatti tal-kawża prinċipali humiex ikkaratterizzati minn preġudizzju, jew probabbiltà ta' preġudizzjoni, għall-funzjoni ta' indikazzjoni ta' oriġini.

Fuq il-probabbiltà ta' konfużjoni [Artikolu 5(1)(b) tad-Direttiva 89/104]

38 Ikun hemm probabbiltà ta' konfużjoni meta jkun hemm riskju li l-pubbliku jista' jaħseb li l-prodotti jew is-servizzi inkwistjoni joriġinaw mill-istess impriża jew, skont il-każ, minn impriżi li għandhom rabta ekonomika bejniethom (ara, b'mod partikolari, is-sentenzi tat-22 ta' Ġunju 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Ġabra p. I-3819, punt 17; tas-6 ta' Ottubru 2005, Medion, C-120/04, Ġabra p. I-8551, punt 26, kif ukoll tal-10 ta' April 2008, adidas u adidas Benelux, C-102/07, Ġabra p. I-2439, punt 28).

39 B'hekk jirriżulta li, fil-każ li r-regola msemmija mill-Artikolu 5(1)(b) tad-Direttiva 89/104 hija applikabbli fil-kawża prinċipali, hija l-qorti nazzjonali li għandha tikkonkludi jekk kienx hemm probabbiltà ta' konfużjoni meta ntwera lill-utenti tal-internet, fuq il-bażi ta' kliem prinċipali li jixbah lil trade mark, reklam ta' terzi li ma jħallix, jew iħalli b'mod diffiċli biss, lill-utent tal-internet, li huwa normalment informat u raġonevolment attent, li jsir jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija mir-reklam joriġinawx mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża li għandha rabta ekonomika miegħu jew, għall-kuntrarju, minn terzi.

40 Il-preċiżazzjonijiet magħmula fil-punt 36 ta' din is-sentenza huma, b'analoġija, applikabbli.

41 Fid-dawl ta' dak li ntqal iktar 'il fuq, ir-risposta għall-ewwel domanda għandha tkun li l-Artikolu 5(1) tad-Direttiva 89/104 għandu jiġi interpretat fis-sens li l-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat jipprojbixxi lil min jirreklama milli jagħmel, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal jew li tixbah lill-imsemmija trade mark, li min jirreklama jkun għażel mingħajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata, meta l-imsemmi reklam ma jħallix, jew iħalli b'mod diffiċli biss, lill-utent tal-internet medju li jsir jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija mir-reklam joriġinawx mill-proprjetarju tat-trade mark jew minn impriża li għandha rabta ekonomika miegħu jew, għall-kuntrarju, minn terzi.

Fuq it-tieni domanda preliminari

42 Permezz tat-tieni domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju qiegħda essenzjalment tistaqsi jekk il-protezzjoni mogħtija minn trade mark lill-proprjetarju tagħha jistax ikollha portata differenti skont jekk ir-reklam ta' terzi muri fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal jew li tixbah lill-imsemmija trade mark jidhirx fil-kategorija "links sponsorjati" jew f'post ieħor.

43 Huwa paċifiku li kwistjoni fil-kawża prinċipali tikkonċerna biss l-użu ta' sinjali identiċi għal jew li jixbhu lil trade mark fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, li jirriżulta mill-wiri ta' reklami fil-kategorija "links sponsorjati" tal-mutur ta' riċerka li jopera l-fornitur tal-imsemmi servizz. F'dawn il-kundizzjonijiet, evalwazzjoni tal-protezzjoni mogħtija mit-trade mark lill-proprjetarju tagħha fil-każ ta' wiri ta' reklami ta' terzi li ma jaqgħux taħt il-kategorija "links sponsorjati", ma tkun ta' ebda utilità għas-soluzzjoni ta' din il-kawża.

44 B'hekk jirriżulta li ma hemmx lok li tingħata risposta għat-tieni domanda.

Fuq l-ispejjeż

45 Peress li l-proċedura għandha, fir-rigward tal-partijiet fil-kawża prinċipali, in-natura ta' kwistjoni mqajma quddiem il-qorti tar-rinviju, hija din il-qorti li tiddeċiedi fuq l-ispejjeż. L-ispejjeż sostnuti għas-sottomissjoni tal-osservazzjonijiet lill-Qorti tal-Ġustizzja, barra dawk tal-imsemmija partijiet, ma jistgħux jitħallsu lura.

Għal dawn il-motivi, Il-Qorti tal-Ġustizzja (L-Ewwel Awla) taqta' u tiddeċiedi:

L-Artikolu (5)(1) tal-ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks, għandu jiġi interpretat fis-sens li l-proprjetarju ta' trade mark huwa intitolat jipprojbixxi lil min jirreklama milli jagħmel, fuq il-bażi ta' kelma prinċipali identika għal jew li tixbah lill-imsemmija trade mark, li min jirreklama jkun għażel mingħajr il-kunsens tal-imsemmi proprjetarju fil-kuntest ta' servizz ta' referenzar fuq l-internet, reklam għal prodotti jew servizzi identiċi għal dawk li għalihom l-imsemmija trade mark hija rreġistrata, meta l-imsemmi reklam ma jħallix, jew iħalli b'mod diffiċli biss, lill-utent tal-internet medju li jsir jaf jekk il-prodotti jew is-servizzi msemmija mir-reklam joriġinawx mill-proprjetarju

tat-trade mark jew minn impriża li għandha rabta ekonomika miegħu jew, għall-kuntrarju, minn terzi.

Firem