Samling af Afgørelser

DOMSTOLENS DOM (Tredje Afdeling)

11. juli 2013 *

»Direktiv 84/450/EØF og 2006/114/EF — vildledende og sammenlignende reklame — begrebet »reklame« — registrering og brug af et domænenavn — anvendelse af metatags i en websides metadata«

I sag C-657/11,

angående en anmodning om præjudiciel afgørelse i henhold til artikel 267 TEUF, indgivet af Hof van cassatie (Belgien) ved afgørelse af 8. december 2011, indgået til Domstolen den 21. december 2011, i sagen:

Belgian Electronic Sorting Technology NV

mod

Bert Peelaers

Visys NV,

har

DOMSTOLEN (Tredje Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, M. Ilešič (refererende dommer), Domstolens vicepræsident, K. Lenaerts, som fungerende dommer i Tredje Afdeling, og dommerne E. Jarašiūnas, A. Ó Caoimh og C.G. Fernlund,

generaladvokat: P. Mengozzi

justitssekretær: fuldmægtig C. Strömholm,

på grundlag af den skriftlige forhandling og efter retsmødet den 24. januar 2013,efter at der er afgivet indlæg af:

— Belgian Electronic Sorting Technology NV ved advocaten P. Maeyaert, P. de Jong og J. Muyldermans

— Bert Peelaers og Visys NV ved advocaten V. Pede og S. Demuenynck

— den belgiske regering ved J.-C. Halleux og T. Materne, som befuldmægtigede

— den estiske regering ved M. Linntam, som befuldmægtiget

* Processprog: nederlandsk.

— den italienske regering ved G. Palmieri, som befuldmægtiget, bistået af avvocato dello Stato S. Fiorentino

— den polske regering ved B. Majczyna og M. Szpunar, som befuldmægtigede

— Europa-Kommissionen ved M. Owsiany-Hornung og M. van Beek, som befuldmægtigede,

og efter at generaladvokaten har fremsat forslag til afgørelse i retsmødet den 21. marts 2013,

afsagt følgende

Dom

1 Anmodningen om præjudiciel afgørelse vedrører fortolkningen af begrebet »reklame« i artikel 2 i Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om vildledende og sammenlignende reklame (EFT L 250, s. 17), som ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 (EUT L 149, s. 22, herefter »direktiv 84/450«), og artikel 2 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/114/EF af 12. december 2006 om vildledende og sammenlignende reklame (EUT L 376, s. 21).

2 Anmodningen er blevet fremsat i en sag mellem Belgian Electronic Sorting Technologie NV, også kaldet »NV BEST« (herefter »BEST«), mod Bert Peelaers og Visys NV (herefter »Visys«), hvilket selskab Bert Peelaers var med til at stifte, vedrørende Visys' registrering og brug af domænenavnet »www.bestlasersorter.com« samt selskabets brug af metatags, der henviser til BEST og dets varer.

Retsforskrifter

EU-retten

3 Ifølge artikel 1 i direktiv 84/450 var formålet med direktivet at beskytte erhvervsdrivende mod vildledende reklame og mod illoyale følger heraf og at fastlægge, under hvilke omstændigheder sammenlignende reklame er tilladt.

4 Artikel 2, stk. 1-2a), i direktiv 84/450 indeholder følgende definitioner:

»[…]

1) Reklame: enhver form for tilkendegivelse i forbindelse med udøvelse af virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøvelse af et liberalt erhverv, som har til formål at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser, herunder fast ejendom, rettigheder og forpligtelser.

2) Vildledende reklame: enhver reklame, som på nogen måde, herunder dens udformning, skaber eller er egnet til at skabe et urigtigt indtryk hos de personer, den er rettet til eller når ud til, og som på grund af sin vildledende karakter kan antages at påvirke deres økonomiske adfærd, eller som af disse grunde skader eller er egnet til at skade en konkurrent.

2a) »Sammenlignende reklame«: reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent.«

5 Direktiv 84/450 er blevet ophævet ved direktiv 2006/114, som trådte i kraft den 12. december 2007. Henset til tidspunktet for de faktiske omstændigheder er hovedsagen delvist reguleret af direktiv 84/450 og delvist af direktiv 2006/114.

6 3., 4., 8., 9., 14. og 15. betragtning til direktiv 2006/114 har følgende ordlyd:

»(3) Vildledende og ulovlig sammenlignende reklame kan medføre, at konkurrencen inden for fællesmarkedet fordrejes.

(4) Uanset om reklame fører til indgåelse af en kontrakt eller ej, påvirker den forbrugernes og de erhvervsdrivendes økonomiske situation.

[…]

(8) Sammenlignende reklame kan være et legitimt middel til oplysning af forbrugerne om deres interesse, når sammenligningen vedrører konkrete, relevante, dokumenterbare og repræsentative træk og ikke er vildledende. En bred definition af sammenlignende reklame, der kan dække alle former for sammenlignende reklamer, er ønskelig.

(9) Der bør fastsættes betingelser for, hvornår sammenlignende reklame er tilladt, for så vidt angår sammenligningen, således at det kan fastslås, hvilke former for sammenlignende reklame der vil kunne fordreje konkurrencen, skade konkurrenterne og påvirke forbrugernes valg i uheldig retning. […]

[…]

(14) For at gøre sammenlignende reklame effektiv kan det […] være nødvendigt at identificere en konkurrents produkter eller tjenesteydelser ved at henvise til hans firmanavn eller til et varemærke, som han er indehaver af.

(15) En sådan anvendelse af en andens varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn er ikke nogen krænkelse af den pågældendes eneret, hvis dette direktivs bestemmelser er overholdt, idet det eneste formål er at skelne og således sætte forskellene objektivt i relief.«

7 Artikel 1 i direktiv 2006/114 beskriver direktivets formål med samme ordlyd som artikel 1 i direktiv 84/450.

8 Artikel 2, litra a-c), i direktiv 2006/114 gengiver ordret de definitioner af reklame, vildledende reklame og sammenlignende reklame, som fremgår af direktiv 84/450.

9 11. betragtning til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked (»Direktivet om elektronisk handel«) (EFT L 178, s. 1) præciserer:

»Dette direktiv berører ikke det niveau for beskyttelse af især folkesundheden og forbrugernes interesser, som er fastlagt ved Fællesskabets retsakter; […] denne gældende fælleskabsret, som fuldt ud finder anvendelse på informationssamfundstjenester, omfatter navnlig også […] direktiv 84/450 […]«

10 Ifølge artikel 1, stk. 1 og 2, i direktiv 2000/31 har dette direktiv til formål at bidrage til et velfungerende indre marked ved at sikre fri bevægelighed for informationssamfundstjenester mellem medlemsstaterne. Med henblik herpå foretages der hermed en tilnærmelse af visse nationale bestemmelser om informationssamfundstjenester, som vedrører det indre marked, tjenesteydernes etablering, kommerciel kommunikation, elektroniske kontrakter, formidleransvar, adfærdskodekser, udenretslig bilæggelse af tvister, klageadgang og samarbejde mellem medlemsstaterne.

11 Direktivets artikel 1, stk. 3, bestemmer:

»Dette direktiv supplerer den [EU-ret], der finder anvendelse på informationssamfundstjenester, uden at det berører det niveau for beskyttelse af især folkesundheden og forbrugernes interesser, der er fastlagt ved [Unionens] retsakter og den nationale lovgivning til gennemførelse heraf, forudsat at det ikke begrænser adgangen til at levere informationssamfundstjenester.«

12 I direktivets artikel 2, litra f), defineres begrebet »kommerciel kommunikation« således:

»[A]lle former for kommunikation bestemt til direkte eller indirekte at fremme afsætningen af varer eller tjenester eller til etablering af et image for en virksomhed, en organisation eller en person, som udøver handels-, industri- eller håndværksvirksomhed eller et lovreguleret erhverv. Nedenstående udgør ikke i sig selv kommerciel kommunikation

— information, som gør det muligt at få direkte adgang til denne virksomheds, organisations eller persons aktiviteter, herunder et domænenavn eller en e-postadresse

— kommunikation vedrørende en virksomheds, organisations eller persons varer, tjenester eller image udarbejdet uafhængigt af denne, især uden finansiel modydelse.«

Belgisk ret

13 Artikel 93, stk. 3, i lov af 14. juli 1991 om markedsføring samt om oplysning og beskyttelse af forbrugeren (*Belgisch Staatsblad* af 29.8.1991, s. 18712), som gennemførte direktiv 84/450, definerer begrebet reklame som »enhver meddelelse, der direkte eller indirekte har salg af varer eller tjenesteydelser til formål[, uanset] stedet eller de anvendte kommunikationsmidler«. Denne lov er blevet ophævet og erstattet af lov af 6. april 2010 om markedspraksis og forbrugerbeskyttelse (*Belgisch Staatsblad* af 12.4.2010, s. 20803), som i artikel 2, stk. 19, gengiver samme definition.

14 Artikel 2, nr. 7, i lov af 11. marts 2003 om visse juridiske aspekter af informationssamfundets tjenesteydelser (*Belgisch Staatsblad* af 17.3.2003, s. 12962), som gennemfører direktiv 2000/31, definerer begrebet reklame som følger:

»[…] enhver form for kommunikation, der har til formål direkte eller indirekte at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser eller et image for en virksomhed, organisation eller person, der udøver handels-, industri- eller håndværksvirksomhed eller et lovreguleret erhverv.

I denne lov udgør følgende ikke i sig selv reklame:

a) oplysninger, der muliggør direkte adgang til virksomhedens, organisationens eller personens virksomhed, herunder navnlig et domænenavn eller en e-mail-adresse

b) kommunikation, der er udarbejdet uafhængigt af virksomheden, navnlig uden finansiel modydelse.«

15 I henhold til artikel 2, stk. 1, i lov af 26. juni 2003 om misbrug af registrering af domænenavne (*Belgisch Staatsblad* af 9.9.2003, s. 45225) er et domænenavn »en alfanumerisk gengivelse af et numerisk adresseformat IP (internetprotokol), som gør det muligt at identificere en computer tilsluttet internettet […].«

Tvisten i hovedsagen og det præjudicielle spørgsmål

16 BEST og Visys er designere, producenter og sælgere af sorteringsmaskiner/linjer med laserteknologi.

17 BEST blev stiftet den 11. april 1996. Dets sorteringsmaskiner har navnene »Helius«, »Genius«, »LS9000« og »Argus«.

18 Visys blev stiftet den 7. oktober 2004 af bl.a. Bert Peelaers, en tidligere ansat i BEST.

19 Den 3. januar 2007 registrerede Bert Peelaers domænenavnet »www.bestlasersorter.com« for Visys' regning. Indholdet af den webside, som er knyttet til dette domænenavn, er identisk med indholdet af Visys' gængse websider med domænenavnene »www.visys.be« og »www.visysglobal.be«.

20 Den 4. april 2008 indgav BEST en ansøgning vedrørende figurmærket Benelux BEST for varer og tjenesteydelser under klasse 7, 9, 40 og 42 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret.

21 Den 23. april 2008 konstaterede en retsfuldmægtig, at ved indtastning af søgeordene »Best Laser Sorter« i søgemaskinen »www.google.be« henviste sidstnævnte til Visys' webside som andet søgeresultat lige efter BEST's webside, og at Visys på sine websider anvendte følgende metatags: »Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv«.

22 Eftersom BEST var af den opfattelse, at registreringen og brugen af domænenavnet »www.bestlasersorter.com« samt anvendelsen af disse metatags krænkede selskabets varemærke og firmanavn og var i strid med bestemmelserne om vildledende og sammenlignende reklame samt om ulovlig registrering af domænenavne, anlagde selskabet den 30. april 2008 sag mod Bert Peelaers og Visys med påstand om udstedelse af et påbud om ophør af de påståede overtrædelser og krænkelser. Som svar på dette sagsanlæg fremsatte Bert Peelaers og Visys modkrav om ophævelse af figurmærket Benelux BEST.

23 Ved dom af 16. september 2008 forkastede voorzitter for Rechtbank van koophandel te Antwerpen BEST's påstande som ubegrundede med undtagelse af påstanden om, at der ved anvendelsen af de omhandlede metatags var sket en tilsidesættelse af reglerne om sammenlignende og vildledende reklame. Voorzitter forkastede ligeledes Bert Peelaers og Visys' modkrav.

24 BEST iværksatte appel, og Bert Peelaers og Visys iværksatte kontraappel til Hof van Beroep te Antwerpen, som ved dom afsagt den 21. december 2009 forkastede samtlige de af BEST fremsatte påstande, herunder påstandene om en tilsidesættelse af reglerne om sammenlignende og vildledende reklame, og annullerede figurmærket Benelux BEST, da det savnede fornødent særpræg.

25 BEST iværksatte kassationsanke til prøvelse af denne dom ved den forelæggende ret. Ved dom af 8. december 2011 forkastede retten de af BEST fremførte anbringender med undtagelse af anbringendet om en tilsidesættelse af reglerne om sammenlignende og vildledende reklame.

26 Hof van Cassatie har på den baggrund besluttet at udsætte sagen og forelægge Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»Skal begrebet »reklame« i […] artikel 2 i direktiv [84/450] og i artikel 2 i direktiv [2006/114] fortolkes således, at det omfatter dels registrering og brug af et domænenavn, dels brug af metatags i en websides metadata?«

Om det præjudicielle spørgsmål

27 Det skal indledningsvis bemærkes, at BEST anmoder Domstolen om ex officio at udtale sig om, dels hvorvidt artikel 3, stk. 1, litra b) og c), i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1) er til hinder for registreringen af et varemærke, som opfattes som salgsfremmende eller suggestivt. Derudover har BEST anmodet Domstolen om at afgøre, om den beskyttelse, der gives firmanavnet i henhold til artikel 8 i Pariserkonventionen til beskyttelse af industriel ejendomsret, der blev undertegnet i Paris den 20. marts 1883, og som senest blev revideret i Stockholm den 14. juli 1967 og ændret den 28. september 1979 (*United Nations Treaty Series*, vol. 828, nr. 11851, s. 305), sammenholdt med artikel 1 og 2 i aftalen om handelsrelaterede intellektuelle ejendomsrettigheder, som er indeholdt i bilag I C til overenskomsten om oprettelse af Verdenshandelsorganisationen, underskrevet i Marrakesh den 15. april 1994 og godkendt ved Rådets afgørelse 94/800/EF af 22. december 1994 om indgåelse på Det Europæiske Fællesskabs vegne af de aftaler, der er resultatet af de multilaterale forhandlinger i Uruguay-rundens regi (1986-1994), for så vidt angår de områder, der hører under Fællesskabets kompetence (EFT L 336, s. 1), er underlagt betingelsen om, at det skal kunne konstateres, at dette firmanavn har fornødent særpræg.

28 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at det udelukkende påhviler den forelæggende ret at fastlægge indholdet af de spørgsmål, den vil forelægge. Det tilkommer nemlig udelukkende de nationale retter, for hvilke tvisten er indbragt, og som har ansvaret for den retsafgørelse, der skal træffes, på grundlag af omstændighederne i den konkrete sag at vurdere, såvel om en præjudiciel afgørelse er nødvendig for, at de kan afsige dom, som relevansen af de spørgsmål, de forelægger Domstolen (jf. dom af 16.3.1999, sag C-159/97, Castelletti, Sml. I, s. 1597, præmis 14, af 6.7.2006, sag C-154/05, Kersbergen-Lap og Dams-Schipper, Sml. I, s. 6249, præmis 21, og af 25.1.2007, sag C-321/03, Dyson, Sml. I, s. 687, præmis 23).

29 Domstolen har ganske vist gentagne gange fastslået, at selv om en forelæggende ret formelt har begrænset sin anmodning om fortolkning til bestemte EU-retlige bestemmelser, hindrer en sådan omstændighed ikke Domstolen i at forsyne denne ret med alle de elementer til fortolkning af EU-retten, som kan være til nytte ved pådømmelsen af den for retten verserende sag, uanset om retten har henvist hertil ved affattelsen af sit spørgsmål (jf. bl.a. Dyson-dommen, præmis 24, samt dom af 26.4.2007, sag C-392/05, Alevizos, Sml. I, s. 3505, præmis 64, og af 29.1.2008, sag C-275/06, Promusicae, Sml. I, s. 271, præmis 42).

30 For så vidt som den forelæggende ret allerede definitivt har afvist de af BEST påberåbte anbringender, der er henvist til i denne doms præmis 27, vil en besvarelse heraf imidlertid ikke længere være til nytte for pådømmelsen af den for denne retsinstans indbragte sag.

31 Under disses omstændigheder er det ufornødent at tage stilling til disse spørgsmål, som falder uden for rammerne af den forelæggende rets spørgsmål.

32 Med sit spørgsmål ønsker den forelæggende ret oplyst, om artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114 skal fortolkes således, at begrebet »reklame«, som defineret i henhold til disse bestemmelser, i en situation som den, der foreligger i hovedsagen, omfatter registreringen af et domænenavn, brugen af et sådant navn og anvendelsen af metatags i en websides metadata.

33 Med undtagelse af BEST og den italienske regering er alle de øvrige deltagere i sagen for Domstolen, nemlig Bert Peelaers og Visys, den belgiske, den estiske og den polske regering samt Europa-Kommissionen af den opfattelse, at registreringen af et domænenavn ikke kan kvalificeres som reklame. Hvad derimod angår brugen af et sådant navn er det kun Bert Peelaers, Visys og Kommissionen som mener, at dette i princippet ikke kan udgøre reklame. Hvad angår anvendelsen af metatags i en websides metadata er BEST samt den belgiske og den italienske regering af den

opfattelse, at begrebet reklame, navnlig under omstændigheder som de i hovedsagen foreliggende, omfatter en sådan anvendelse, hvorimod Bert Peelaers, Visys, den polske regering og Kommissionen gør det modsatte standpunkt gældende. Den estiske regering har ikke taget stilling til dette spørgsmål.

34 Artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114 definerer begrebet reklame som enhver form for tilkendegivelse i forbindelse med udøvelse af virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøvelse af et liberalt erhverv, som har til formål at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser.

35 Domstolen har allerede fastslået, at henset til denne særligt vide definition kan reklame foreligge i særdeles varierede former (jf. bl.a. dom af 25.10.2001, sag C-112/99, Toshiba Europe, Sml. I, s. 7945, præmis 28), og den er derfor på ingen måde begrænset til de klassiske former for reklame.

36 Med henblik på at afgøre, om en særlig praksis udgør en form for reklame, der er omfattet af disse bestemmelser, bør der tages hensyn til formålet med direktiv 84/450 og 2006/114, der, som det fremgår af direktivernes artikel 1, er at beskytte erhvervsdrivende mod vildledende reklame og de urimelige følger heraf og at fastlægge, under hvilke omstændigheder sammenlignende reklame er tilladt.

37 Disse betingelser har, som fastslået af Domstolen med hensyn til direktiv 84/450 og som det fremgår af 8., 9. og 15. betragtning til direktiv 2006/114 til formål at afveje de forskellige interesser, der kan berøres ved en tilladelse til sammenlignende reklame, ved at give konkurrenterne mulighed for objektivt at klarlægge fortrinnene ved de forskellige sammenlignelige produkter og ved samtidig at forbyde fremgangsmåder, der vil kunne fordreje konkurrencen, skade konkurrenterne og påvirke forbrugernes valg i uheldig retning (jf. i denne retning dom af 18.6.2009, sag C-487/07, L'Oréal m.fl., Sml. I, s. 5185, præmis 68, og af 18.11.2010, sag C-159/09, Lidl, Sml. I, s. 11761, præmis 20).

38 Det fremgår desuden af tredje og fjerde samt ottende betragtning, andet punktum, til direktiv 2006/114 og af de ligeledes brede definitioner af begreberne »vildledende reklame« og »sammenlignende reklame« i artikel 2, stk. 2 og 2a, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra b) og c), i direktiv 2006/114, at EU-lovgiver med disse direktiver har haft til hensigt at indføre et samlet regelsæt for alle former for reklame, uanset om det fører til indgåelse af en kontrakt eller ej, med henblik på at undgå, at sådanne former for reklame skader forbrugerne og de erhvervsdrivende og skaber en konkurrenceforvridning i det indre marked.

39 Begrebet »reklame« i direktiv 84/450 og 2006/114 skal dermed ikke fortolkes eller anvendes således, at de foranstaltninger en erhvervsdrivende iværksætter med henblik på at fremme salget af den pågældendes varer eller tjenesteydelser, og som kan påvirke forbrugernes økonomiske adfærd og dermed berøre denne erhvervsdrivendes konkurrenter, ikke skulle være omfattet af bestemmelserne om loyal konkurrence i disse direktiver.

40 Det er i hovedsagen ubestridt, at Bert Peelaers registrering af domænenavnet »www.bestlasersorter.com« for Visys' regning, og sidstnævntes brug af dette domænenavn og af metatagsene »Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv« er sket som led i dette selskabs erhvervsvirksomhed.

41 Parterne i sagen for Domstolen er således udelukkende uenige om, hvorvidt Bert Peelaers og Visys handlinger kan kvalificeres som en »form for tilkendegivelse«, som har »til formål at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser« som omhandlet i artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114.

42 Hvad for det første angår registreringen af et domænenavn skal det bemærkes, at dette, således som generaladvokaten har anført i punkt 48 og 49 i forslaget til afgørelse, kun er en formel handling, hvormed den organisation, der er udpeget til at forvalte domænenavne, mod betaling anmodes om at

registrere domænenavnet i sin database og til at forbinde internetbrugere, der indtaster dette domænenavn, til kun den IP-adresse, som domænenavnets indehaver har oplyst. Den omstændighed alene, at et domænenavn registreres, indebærer imidlertid ikke, at det efterfølgende også anvendes til at oprette en webside, og at det derfor bagefter er muligt for internetbrugerne at få kendskab til dette domænenavn.

43 Hvad angår formålene med direktiv 84/450 og 2006/114, der er henvist til i denne doms præmis 36-38, udgør en sådan rent formel handling, der i sig selv ikke giver potentielle forbrugere mulighed for at få kendskab til domænenavnet, og som dermed ikke kan påvirke disses valg, ikke en form for tilkendegivelse, som har til formål at fremme afsætningen af indehaveren af et domænenavns varer eller tjenesteydelser som omhandlet i artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114.

44 Som BEST har gjort gældende, bevirker registreringen af domænenavnet ganske vist, at konkurrenterne fratages muligheden for at registrere og bruge dette domænenavn på deres egne websider. Registreringen af et sådant domænenavn udgør imidlertid ikke i sig selv reklame, men derimod en begrænsning i konkurrentens muligheder for tilkendegivelser, som i givet fald kan straffes i henhold til andre lovbestemmelser.

45 Hvad dernæst angår brugen af domænenavnet er det i hovedsagen ubestridt, at der er sat spørgsmålstegn ved Visys' brug af domænenavnet »www.bestlasersorter.com« som vært for en webside, hvis indhold er identisk med Visys' sædvanlige websider, der er tilgængelige under domænenavnene »www.visys.be« og »www.visysglobal.be«.

46 En sådan brug tilsigter åbenlyst at fremme afsætningen af indehaveren af domænenavnets varer eller tjenesteydelser.

47 I modsætning til det, som Bert Peelaers og Visys har gjort gældende, er det ikke alene via internetsiden med dette domænenavn, at indehaveren har til hensigt at fremme sine varer eller tjenesteydelser, men derimod ligeledes gennem brugen af et med omhu udvalgt domænenavn, som tilsigter at få så mange internetbrugere som muligt til at besøge websiden og til at interessere sig for den pågældendes tilbud.

48 En sådan brug af et domænenavn, der henviser til visse produkter eller visse tjenesteydelser eller til en virksomheds firmanavn, udgør desuden en form for tilkendegivelse, som henvender sig til potentielle forbrugere, og som over for disse giver udtrykt for, at de under dette navn finder en webside med disse produkter eller tjenesteydelser eller med dette selskab. Et domænenavn kan derudover være delvist eller helt sammensat af lovprisende udtryk eller som sådan opfattes som reklame for den vare eller tjenesteydelse, det henviser til.

49 Denne konklusion ændres ikke af den af Bert Peelaers, Visys og Kommissionen påberåbte omstændighed, hvorefter artikel 2, litra f), i direktiv 2000/31 definerer begrebet kommerciel kommunikation ved bl.a. at præcisere, at »information, som gør det muligt at få direkte adgang til denne virksomheds, organisations eller persons aktiviteter, herunder et domænenavn eller en e-postadresse« »[…] ikke i sig selv [udgør] kommerciel kommunikation«.

50 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at den omstændighed, at visse former for information og tilkendegivelser i henhold til artikel 2, litra f), i direktiv 2000/31 ikke er omfattet af begrebet kommerciel kommunikation, på ingen måde indebærer, at disse informationer eller tilkendegivelser heller ikke er omfattet af begrebet »reklame« i artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114, eftersom sidstnævnte begreb er defineret således, at det udtrykkeligt omfatter alle former for tilkendegivelser.

51 Dette underbygges desuden ikke blot af den omstændighed, at direktiv 84/450 og 2006/114 på den ene side og direktiv 2000/31 på den anden side, sådan som det fremgår af artikel 1 heri, forfølger forskellige formål, men i særdeleshed af den omstændighed, at det tydeligt fremgår af 11. betragtning til direktiv 2000/31 og artikel 1, stk. 3, heri, at dette direktiv finder anvendelse, uden at det berører det nuværende niveau for beskyttelse af forbrugerne, og at direktiv 84/450 og dermed direktiv 2006/114 ligeledes finder fuldt ud anvendelse på de tjenesteydelser, som leveres i informationssamfundet.

52 Hvad endelig angår brugen af metatags i en websides metadata er det ubestridt, at hovedsagen vedrører den omstændighed, at Visys i de nævnte metadata og dermed i sin websides programkode har angivet metatagsene »Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv«, som svarer til betegnelser på visse varer og forkortelsen af BEST's firmanavn.

53 Sådanne metatags bestående af nøgleord (»keyword metatags«), som læses af søgemaskinerne, når de gennemsøger internettet med henblik på at opstille lister med søgeresultatet over de mange websider, der findes på nettet, udgør et af de elementer, som gør det muligt for disse søgemaskiner at klassificere websiderne ud fra deres relevans i forhold til de søgeord, som internetbrugeren indtaster.

54 Brugen af sådanne metatags, som svarer til betegnelsen på en konkurrents varer og den pågældendes firmanavn, bevirker som hovedregel, at når en internetbruger, der søger efter en konkurrents varer, indtaster en eller flere af disse betegnelser eller firmanavnet i søgemaskinen, vil det navn, som naturligt fremvises af søgemaskingen, være ændret til fordel for brugeren af disse metatags, og linket til vedkommendes webside vil være omfattet af listen med disse søgeresultater, i givet fald direkte efter det link, der henviser til konkurrentens webside.

55 Hvad nærmere bestemt angår brugen af de i hovedsagen omhandlede metatags er det fastslået, at når en internetbruger indtaster ordene »Best Laser Sorter« i søgemaskinen »www.google.be«, henviser sidstnævnte som andet søgeresultat, efter BEST's webside, til Visys' webside.

56 En internetbruger indtaster i de fleste tilfælde en varebetegnelse eller et firmanavn som søgeord med henblik på at finde oplysninger om eller tilbud på denne specifikke vare eller dette særlige selskab og dets udvalg af varer. Når der i listen over naturlige søgeresultater fremgår links til sider, der tilbyder varer fra en konkurrent til dette selskab, kan internetbrugeren opfatte disse links som alternativer til dette selskabs produkter eller tro, at disse henviser til sider, som udbyder sidstnævntes varer (jf. analogt dom af 23.3.2010, forenede sager C-236/08 - C-238/08, Google France og Google, Sml. I, s. 2417, præmis 68). Dette er så meget desto mere tilfældet, når disse links til en webside, der ejes af en konkurrent til dette selskab, er blandt de første søgeresultater og dukker op ved siden af linksene til dette selskabs webside, eller når konkurrenten benytter et domænenavn, som henviser til dennes firmanavn eller til betegnelsen på en af den pågældendes varer.

57 For så vidt som brugen af metatags svarer til betegnelserne på en konkurrents varer eller dennes firmanavn i en websides programkode, bevirker dette dermed, at den internetbruger, som indtaster en af disse betegnelser eller dette navn som søgeord, tilskyndes til at tro, at denne side er forbundet med vedkommendes søgning, skal en sådan brug anses for en form for tilkendegivelse som omhandlet i artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114.

58 I modsætning til hvad Bert Peelaers og Visys har gjort gældende, er den omstændighed, at internetbrugeren ikke kan se disse metatags, og at den direkte modtager heraf ikke er internetbrugeren, men derimod søgemotoren, ikke relevant i denne henseende. Det er i denne henseende tilstrækkeligt at konstatere, at begrebet reklame ifølge disse bestemmelser udtrykkeligt omfatter alle former for tilkendegivelser, herunder således også indirekte tilkendegivelser, så meget desto mere når de kan påvirke forbrugernes økonomiske adfærd og dermed påvirke konkurrenten, hvis navn og varer disse metatags henviser til.

59 Der er desuden ikke tvivl om, at en sådan brug af metatags udgør en salgsstrategi, for så vidt som den har til formål at tilskynde internetbrugeren til at besøge brugerens webside og til at vise interesse for denne brugers varer og tjenesteydelser.

60 På denne baggrund skal det forelagte spørgsmål besvares med, at artikel 2, stk. 1, i direktiv 84/450 og artikel 2, litra a), i direktiv 2006/114 fortolkes således, at begrebet »reklame«, som defineret i disse bestemmelser, i en situation som den, der foreligger i hovedsagen, omfatter såvel brugen af et domænenavn som anvendelsen af metatags i en websides metadata. Registreringen af selve domænenavnet som sådan er derimod ikke omfattet af dette begreb.

Sagens omkostninger

61 Da sagens behandling i forhold til hovedsagens parter udgør et led i den sag, der verserer for den nationale ret, tilkommer det denne at træffe afgørelse om sagens omkostninger. Bortset fra nævnte parters udgifter kan de udgifter, som er afholdt i forbindelse med afgivelse af indlæg for Domstolen, ikke erstattes.

På grundlag af disse præmisser kender Domstolen (Tredje Afdeling) for ret:

Artikel 2, stk. 1, i Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om vildledende og sammenlignende reklame, som ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005, og artikel 2, litra a), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/114/EF af 12. december 2006 om vildledende og sammenlignende reklame skal fortolkes således, at begrebet »reklame«, som defineret i disse bestemmelser, i en situation som den, der foreligger i hovedsagen, omfatter såvel brugen af et domænenavn som anvendelsen af metatags i en websides metadata. Registreringen af selve domænenavnet som sådan er derimod ikke omfattet af dette begreb.

Underskrifter