ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (τρίτο τμήμα)

της 11ης Ιουλίου 2013*

«Οδηγίες 84/450/ΕΟΚ και 2006/114/ΕΚ — Παραπλανητική και συγκριτική διαφήμιση — Έννοια της διαφημίσεως — Καταχώριση και χρήση ονόματος τομέα — Χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου»

Στην υπόθεση C-657/11,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, που υπέβαλε το Hof van Cassatie (Βέλγιο) με απόφαση της 8ης Δεκεμβρίου 2011, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 21 Δεκεμβρίου 2011, στο πλαίσιο της δίκης

Belgian Electronic Sorting Technology NV

κατά

Bert Peelaers,

Visys NV,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (τρίτο τμήμα),

συγκείμενο από τους M. Ilešič (εισηγητή), πρόεδρο τμήματος, K. Lenaerts, αντιπρόεδρο του Δικαστηρίου, μετέχοντα ως δικαστή στο τρίτο τμήμα, E. Jarašiūnas, A. Ó Caoimh και C.G. Fernlund, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: P. Mengozzi

γραμματέας: C. Strömholm, υπάλληλος διοικήσεως

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 24ης Ιανουαρίου 2013,λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

— η Belgian Electronic Sorting Technology NV, εκπροσωπούμενη από τους P. Maeyaert, P. de Jong και J. Muyldermans, advocaten,

— ο Bert Peelaers και η Visys NV, εκπροσωπούμενοι από τις V. Pede και S. Demuenynck, advocaten,

— η Βελγική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τους J.-C. Halleux και T. Materne,

— η Εσθονική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τη M. Linntam,

* Γλώσσα διαδικασίας: η ολλανδική.

— η Ιταλική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από την G. Palmieri, επικουρούμενη από τον S. Fiorentino, avvocato dello Stato,

— η Πολωνική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τους B. Majczyna και M. Szpunar,

— η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τη M. Owsiany-Hornung και τον M. van Beek,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 21ης Μαρτίου 2013,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως αφορά την ερμηνεία της έννοιας του όρου «διαφήμιση», κατά το άρθρο 2 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, σχετικά με την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (ΕΕ L 250, σ. 17), όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (ΕΕ L 149, σ. 22, στο εξής: οδηγία 84/450), και κατά το άρθρο 2 της οδηγίας 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (κωδικοποίηση) (ΕΕ L 376, σ. 21).

2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο της ένδικης διαφοράς μεταξύ της Belgian Electronic Sorting Technology NV, η οποία φέρει επίσης την επωνυμία NV BEST (στο εξής: BEST), αφενός, και της Visys NV (στο εξής: Visys) και ενός εκ των ιδρυτών της. του B. Peelaers, αφετέρου, σχετικά με την καταχώριση και τη χρήση από τη Visys του ονόματος τομέα «www.bestlasersorter.com», καθώς και με τη χρήση από την εταιρία αυτή μεταετικετών που παραπέμπουν στη BEST και τα προϊόντα της.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

3 Κατά το άρθρο της 1, η οδηγία 84/450 σκοπεί στην προστασία των επαγγελματιών από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της και στον καθορισμό των προϋποθέσεων υπό τις οποίες επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση.

4 Το άρθρο 2, σημεία 1 έως 2α, της οδηγίας 84/450 περιελάμβανε τους ακόλουθους ορισμούς:

«1) [ως] “διαφήμιση” [νοείται]: κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας, με στόχο την προώθηση της προμήθειας αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων, των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων.

2) [ως] “παραπλανητική διαφήμιση” [νοείται]: κάθε διαφήμιση που με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της παρουσίασής της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στων οποίων τη γνώση περιέρχεται και που, εξαιτίας του απατηλού χαρακτήρα της, είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή που, για τους λόγους αυτούς, βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει έναν ανταγωνιστή·

2α) [ως] “συγκριτική διαφήμιση” [νοείται]: κάθε διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή.»

5 Η οδηγία 84/450 καταργήθηκε από την οδηγία 2006/114, η οποία τέθηκε σε ισχύ στις 12 Δεκεμβρίου 2007. Λαμβανομένου υπόψη του χρόνου των πραγματικών περιστατικών, η διαφορά της κύριας δίκης διέπεται εν μέρει από την οδηγία 84/450 και εν μέρει από την οδηγία 2006/114.

6 Κατά τις αιτιολογικές σκέψεις 3, 4, 8, 9, 14 και 15 της οδηγίας 2006/114:

«(3) Η παραπλανητική και η μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση μπορεί να οδηγήσει σε στρεβλώσεις του ανταγωνισμού μέσα στην εσωτερική αγορά.

(4) Η διαφήμιση, είτε καταλήγει στη σύναψη σύμβασης είτε όχι, επιδρά στην οικονομική κατάσταση των καταναλωτών και των εμπορευομένων.

[...]

(8) Η συγκριτική διαφήμιση, εφόσον συγκρίνει ουσιώδη, συναφή, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά στοιχεία και δεν είναι παραπλανητική, μπορεί να αποτελέσει θεμιτό μέσο ενημέρωσης των καταναλωτών προς το συμφέρον τους. Η έννοια της συγκριτικής διαφήμισης καλό είναι να είναι ευρεία, ώστε να καλύπτει όλους τους τρόπους συγκριτικής διαφήμισης.

(9) Θα πρέπει να τεθούν όροι υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση, όσον αφορά τη σύγκριση, με στόχο τον προσδιορισμό των πρακτικών συγκριτικής διαφήμισης που μπορούν να προκαλέσουν στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό ή να είναι επιζήμιες για τους ανταγωνιστές και να έχουν αρνητικές επιπτώσεις στις επιλογές των καταναλωτών. [...]

[...]

(14) Ωστόσο, μπορεί να είναι απαραίτητο, για την αποτελεσματική λειτουργία της συγκριτικής διαφήμισης, να προσδιορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες [ανταγωνιστή] με μνεία του σήματος ή της εμπορικής επωνυμίας των οποίων ο ανταγωνιστής είναι δικαιούχος.

(15) Κατά την εν λόγω χρήση του σήματος ή της εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων άλλου εφόσον πληρούνται οι όροι που θέτει η παρούσα οδηγία, δεν παραβιάζεται αυτό το αποκλειστικό δικαίωμα, δεδομένου ότι η χρήση αυτή αποβλέπει μόνο στη διάκριση μεταξύ των δύο ανταγωνιστών και, κατά συνέπεια, στην αντικειμενική ανάδειξη των διαφορών.»

7 Στο άρθρο 1 της οδηγίας 2006/114 περιγράφεται το αντικείμενο της οδηγίας αυτής κατά πανομοιότυπο τρόπο με το άρθρο 1 της οδηγίας 84/450.

8 Το άρθρο 2, στοιχεία α′ και γ′, της οδηγίας 2006/114 περιλαμβάνει ορισμούς των εννοιών της διαφημίσεως, της παραπλανητικής και της συγκριτικής διαφημίσεως, οι οποίοι είναι πανομοιότυποι αυτών που περιλαμβάνονται στην οδηγία 84/450.

9 Με την αιτιολογική σκέψη 11 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο») (ΕΕ L 178, σ. 1) διευκρινίζονται τα εξής:

«Η παρούσα οδηγία δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις. [...] Το αυτό κοινοτικό κεκτημένο, που εφαρμόζεται εξ ολοκλήρου στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, περιλαμβάνει επίσης την οδηγία [84/450].»

10 Κατά το άρθρο 1, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας 2000/31, η οδηγία αυτή σκοπεί στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, εξασφαλίζοντας την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ των κρατών μελών. Προς τούτο, η οδηγία αυτή αφορά την προσέγγιση ορισμένων εθνικών διατάξεων οι οποίες έχουν εφαρμογή στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και αφορούν την εσωτερική αγορά, την εγκατάσταση των παρεχόντων υπηρεσίες, τις εμπορικές επικοινωνίες, τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα, την ευθύνη των μεσαζόντων, τους κώδικες δεοντολογίας, τον εξώδικο διακανονισμό των διαφορών, τα ένδικα βοηθήματα και τη συνεργασία μεταξύ κρατών μελών.

11 Το άρθρο 1, παράγραφος 3, της οδηγίας αυτής ορίζει τα εξής:

«Η παρούσα οδηγία συμπληρώνει το ισχύον δίκαιο [της Ένωσης] περί υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και δεν θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε πράξεις [της Ένωσης] και στις εθνικές νομοθετικές πράξεις που εκδόθηκαν για την εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.»

12 Το άρθρο 2, στοιχείο στ', της εν λόγω οδηγίας ορίζει την έννοια της «εμπορικής επικοινωνίας» ως εξής:

«[όλες] οι μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα. Δεν συνιστούν καθ' εαυτό εμπορική επικοινωνία:

— τα στοιχεία που επιτρέπουν [καθιστούν δυνατή] την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως [δε] το όνομα του τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,

— οι επικοινωνίες [ανακοινώσεις] που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τρόπο ανεξάρτητο από τη θέλησή τους [δημιουργούνται αυτομάτως], ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα».

Το βελγικό δίκαιο

13 Το άρθρο 93, σημείο 3, του νόμου της 14ης Ιουλίου 1991, περί εμπορικών πρακτικών και προστασίας του καταναλωτή (*Moniteur belge* της 29ης Αυγούστου 1991, σ. 18712), με τον οποίο μεταφέρθηκε στην εσωτερική έννομη τάξη η οδηγία 84/450, ορίζει την έννοια της διαφημίσεως ως «κάθε ανακοίνωση η οποία σκοπεί, άμεσα ή έμμεσα, στην προώθηση της πωλήσεως προϊόντων ή υπηρεσιών, ανεξαρτήτως του τόπου ή των μέσων επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται». Ο νόμος αυτός καταργήθηκε και αντικαταστάθηκε από τον νόμο της 6ης Απριλίου 2010 περί εμπορικών πρακτικών και προστασίας του καταναλωτή (*Moniteur belge* της 12ης Απριλίου 2010, σ. 20803), του οποίου το άρθρο 2, σημείο 19, περιλαμβάνει τον ίδιο ορισμό.

14 Το άρθρο 2, σημείο 7, του νόμου της 11ης Μαρτίου 2003 σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας (*Moniteur belge* της 17ης Μαρτίου 2003, σ. 12962), με τον οποίο μεταφέρθηκε στην εσωτερική έννομη τάξη η οδηγία 2000/31, ορίζει την έννοια της διαφημίσεως ως εξής:

«[κάθε] μορφή επικοινωνίας που σκοπεί να προωθήσει, άμεσα ή έμμεσα, προϊόντα, υπηρεσίες ή την εικόνα επιχειρήσεως, οργανισμού ή προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα.

Για την εφαρμογή του παρόντος νόμου, δεν συνιστούν αφεαυτών διαφήμιση:

a) τα στοιχεία που καθιστούν δυνατή την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της επιχειρήσεως, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως δε το όνομα τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου·

b) οι ανακοινώσεις οι οποίες δημιουργούνται αυτομάτως, ιδίως δε χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα».

15 Βάσει του άρθρου 2, σημείο 1, του νόμου της 26ης Ιουνίου 2003, περί καταχρηστικής καταχωρίσεως ονομάτων τομέα (*Moniteur belge* της 9ης Σεπτεμβρίου 2003, σ. 45225), ως ονομασία τομέα νοείται η «αλφαριθμητική απεικόνιση ψηφιακής διευθύνσεως IP (Internet Protocol) που καθιστά δυνατή την ταυτοποίηση υπολογιστή συνδεδεμένου με το διαδίκτυο [...]».

Η διαφορά της κύριας δίκης και το προδικαστικό ερώτημα

16 Η BEST και η Visys σχεδιάζουν, κατασκευάζουν και διαθέτουν στο εμπόριο συστήματα και δίκτυα διαλογής με τεχνολογία λέιζερ.

17 Η BEST συστάθηκε στις 11 Απριλίου 1996. Οι τύποι συστημάτων διαλογής που διαθέτει στο εμπόριο η εταιρία αυτή φέρουν τις ονομασίες Helius, Genius, LS9000 και Argus.

18 Η Visys συστάθηκε στις 7 Οκτωβρίου 2004, μεταξύ άλλων από τον B. Peelaers, πρώην υπάλληλο της BEST.

19 Στις 3 Ιανουαρίου 2007 ο B. Peelaers προέβη, για λογαριασμό της Visys, στην καταχώριση του ονόματος τομέα «www.bestlasersorter.com». Το περιεχόμενο του ιστοτόπου στον οποίο αντιστοιχεί αυτό το όνομα τομέα είναι πανομοιότυπο με εκείνο ιστοτόπων που είχαν ήδη χρησιμοποιηθεί από τη Visys με τα ονόματα τομέα «www.visys.be» και «www.visysglobal.be».

20 Στις 4 Απριλίου 2008, η BEST κατέθεσε το εικονιστικό σήμα Μπενελούξ «BEST» για προϊόντα και υπηρεσίες που εμπίπτουν στις κλάσεις 7, 9, 40 και 42 κατά την έννοια του Διακανονισμού της Νίκαιας, για τη διεθνή ταξινόμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών με σκοπό την καταχώριση των σημάτων, της 15ης Ιουνίου 1957, όπως έχει αναθεωρηθεί και έχει τροποποιηθεί.

21 Στις 23 Απριλίου 2008 βεβαιώθηκε από δικαστικό επιμελητή ότι η εισαγωγή των όρων «Best Laser Sorter» στη μηχανή αναζητήσεως του ιστοτόπου «www.google.be» εμφάνιζε ως δεύτερο κατά σειρά αποτέλεσμα, αμέσως μετά τον ιστότοπο της BEST, διαδικτυακό σύνδεσμο προς τον ιστότοπο της Visys και ότι η δεύτερη αυτή εταιρία χρησιμοποιούσε ως μεταετικέτες στους ιστοτόπους της τους εξής όρους: «Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, [...] Best nv».

22 Φρονώντας ότι η καταχώριση και η χρήση του ονόματος τομέα «www.bestlasersorter.com», καθώς και η χρήση των εν λόγω μεταδεδομένων, συνιστούσαν προσβολή του σήματός της και της εμπορικής επωνυμίας τους και ότι αντέβαιναν στη νομοθεσία περί παραπλανητικής και συγκριτικής διαφημίσεως, καθώς και της νομοθεσίας περί αθέμιτης καταχωρίσεως ονομάτων τομέα, η BEST άσκησε, στις 30 Απριλίου 2008, αγωγή κατά του B. Peelaers και της Visys, με αίτημα την παύση των εν λόγω προσβολών και παραβάσεων. Σε αντίκρουση της αγωγής αυτής, ο B. Peelaers και η Visys άσκησαν ανταγωγή με αίτημα την κήρυξη της ακυρότητας του εικονιστικού σήματος Μπενελούξ «BEST».

23 Με απόφαση της 16ης Σεπτεμβρίου 2008, το voorzitter van de rechtbank van koophandel te Antwerpen (Βέλγιο) έκρινε αβάσιμα τα αιτήματα της Best, πλην του αιτήματος που αντλείται από παράβαση, λόγω της χρήσεως των επίμαχων μεταετικετών, των διατάξεων της νομοθεσίας περί συγκριτικής και παραπλανητικής διαφημίσεως. Το δικαστήριο αυτό απέρριψε εξάλλου την ανταγωγή που είχαν ασκήσει ο B. Peelaers και η Visys.

24 Επιληφθέν της υποθέσεως κατόπιν εφέσεως που άσκησε η Best, καθώς και αντεφέσεως ασκηθείσας από τον B. Peelaers και τη Visys, το hof van beroep te Antwerpen απέρριψε, με απόφαση της 21ης Δεκεμβρίου 2009, το σύνολο των αιτημάτων της BEST, περιλαμβανομένου και του αιτήματος που αντλείται από παράβαση των διατάξεων περί συγκριτικής και παραπλανητικής διαφημίσεως και κήρυξε την ακυρότητα του εικονιστικού σήματος Μπενελούξ «BEST» για τον λόγο ότι στερείται διακριτικού χαρακτήρα.

25 Η BEST άσκησε αναίρεση κατά της αποφάσεως αυτής ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου. Με απόφαση της 8ης Δεκεμβρίου 2011, το αιτούν δικαστήριο απέρριψε τους λόγους αναιρέσεως που προέβαλε η BEST, πλην αυτού που αντλείται από παράβαση των διατάξεων της νομοθεσίας περί συγκριτικής και παραπλανητικής διαφημίσεως.

26 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Hof van Cassatie αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο το ακόλουθο προδικαστικό ερώτημα:

«Πρέπει το σημασιολογικό περιεχόμενο του όρου “διαφήμιση”, κατά το άρθρο 2 της οδηγίας [84/450] και το άρθρο 2 της οδηγίας [2006/114] να ερμηνευθεί ως περιλαμβάνον, αφενός, την καταχώριση και τη χρησιμοποίηση ονόματος τομέα και, αφετέρου, τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ενός ιστότοπου;»

Επί του προδικαστικού ερωτήματος

27 Πρέπει να επισημανθεί καταρχάς ότι η BEST ζητεί από το Δικαστήριο να αποφανθεί αυτεπαγγέλτως, αφενός, επί του ζητήματος αν το άρθρο 3, παράγραφος 2, στοιχεία β′ και γ′, της πρώτης οδηγίας 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (ΕΕ 1989, L 40, σ. 1), απαγορεύει την καταχώριση σήματος το οποίο κρίνεται ότι έχει προωθητικό ή υποδηλωτικό χαρακτήρα. Αφετέρου, η BEST καλεί το Δικαστήριο να δώσει απάντηση στο ζήτημα αν η προστασία που παρέχεται σε εμπορική επωνυμία βάσει του άρθρου 8 της Συμβάσεως των Παρισίων για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας η οποία υπογράφηκε στο Παρίσι στις 20 Μαρτίου 1883, αναθεωρήθηκε εσχάτως στη Στοκχόλμη στις 14 Ιουλίου 1967 και τροποποιήθηκε στις 28 Σεπτεμβρίου 1979 (*Recueil des traités des Nations unies*, τόμος 828, αριθ. 11851, σ. 305), σε συνδυασμό με τα άρθρα 1 και 2 της Συμφωνίας για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου, η οποία περιλαμβάνεται στο παράρτημα 1 Γ της Συμφωνίας για την ίδρυση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, που υπογράφηκε στο Μαρακές στις 15 Απριλίου 1994 και εγκρίθηκε με την απόφαση 94/800/ΕΚ του Συμβουλίου, της 22ας Δεκεμβρίου 1994, σχετικά με την εξ ονόματος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σύναψη των συμφωνιών που απέρρευσαν από τις πολυμερείς διαπραγματεύσεις του Γύρου της Ουρουγουάης (1986-1994), καθ’ όσον αφορά τα θέματα που εμπίπτουν στις αρμοδιότητές της (ΕΕ L 336, σ. 1), εξαρτάται από την προϋπόθεση αν μπορεί να διαπιστωθεί ότι αυτή η εμπορική επωνυμία έχει διακριτικό χαρακτήρα.

28 Πρέπει να υπομνησθεί συναφώς ότι απόκειται αποκλειστικά στο αιτούν δικαστήριο να οριοθετήσει το αντικείμενο των ερωτημάτων που προτίθεται να υποβάλει στο Δικαστήριο. Συγκεκριμένα, απόκειται αποκλειστικά στα εθνικά δικαστήρια που έχουν επιληφθεί της διαφοράς και οφείλουν να αναλάβουν την ευθύνη εκδόσεως της σχετικής δικαστικής αποφάσεως να εκτιμήσουν, λαμβανομένων υπόψη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών γνωρισμάτων κάθε υποθέσεως, τόσο το αν απαιτείται προδικαστική απόφαση για την έκδοση της δικής τους αποφάσεως όσο και το αν είναι λυσιτελή τα ερωτήματα που υποβάλλουν στο Δικαστήριο (βλ. αποφάσεις της 16ης Μαρτίου 1999, C-159/97, Castelletti, Συλλογή 1999, σ. I-1597, σκέψη 14, της 6ης Ιουλίου 2006, C-154/05, Kersbergen-Lap και Dams-Schipper, Συλλογή 2006, σ. I-6249, σκέψη 21, και της 25ης Ιανουαρίου 2007, C-321/03, Dyson, Συλλογή 2007, σ. I-687, σκέψη 23).

29 Το Δικαστήριο έχει βεβαίως κρίνει κατ' επανάληψη ότι, ακόμη και σε περίπτωση κατά την οποία το αιτούν δικαστήριο έχει οριοθετήσει το αίτημά του στην ερμηνεία ορισμένων διατάξεων του δικαίου της Ένωσης, το γεγονός αυτό δεν εμποδίζει το Δικαστήριο να παράσχει στο αιτούν δικαστήριο όλα τα στοιχεία ερμηνείας του δικαίου αυτού τα οποία μπορεί να αποδειχθούν χρήσιμα για την εκδίκαση της υποθέσεως της οποίας έχει επιληφθεί, ανεξαρτήτως αν το εν λόγω εθνικό δικαστήριο μνημονεύει ή όχι τα στοιχεία αυτά στο ερώτημά του (βλ., μεταξύ άλλων, προμνημονευθείσα απόφαση Dyson, σκέψη 24, απόφαση της 26ης Απριλίου 2007, C-392/05, Αλεβίζος, Συλλογή 2008, σ. I-3505, σκέψη 64, και της 29ης Ιανουαρίου 2008, C-275/06, Promusicae, Συλλογή 2008, σ. I-271, σκέψη 42).

30 Εντούτοις, καθόσον το αιτούν δικαστήριο έχει ήδη απορρίψει οριστικά τους λόγους αναιρέσεως που προέβαλε η BEST, τους οποίους αφορούν τα ζητήματα που εκτέθηκαν στη σκέψη 27 της παρούσας αποφάσεως, η απάντηση σε αυτά δεν μπορεί πλέον να θεωρηθεί χρήσιμη για την εκδίκαση της διαφοράς της οποίας έχει επιληφθεί το δικαστήριο αυτό.

31 Υπό τις συνθήκες αυτές, παρέλκει η εξέταση των ζητημάτων αυτών τα οποία υπερβαίνουν το πλαίσιο του ερωτήματος που υπέβαλε το αιτούν δικαστήριο.

32 Με το ερώτημά του, το αιτούν δικαστήριο ερωτά αν το σημασιολογικό περιεχόμενο της έννοιας του όρου «διαφήμιση» κατά το άρθρο 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450 και το άρθρο 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114 πρέπει να γίνει δεκτό ότι περιλαμβάνει, σε περίπτωση όπως η επίμαχη της κύριας δίκης, πρώτον, την καταχώριση ονόματος τομέα, δεύτερον, τη χρήση τέτοιου ονόματος και, τρίτον, τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου.

33 Εκτός της BEST και της Ιταλικής Κυβερνήσεως, οι λοιποί μετέχοντες στην ενώπιον του Δικαστηρίου διαδικασία, συγκεκριμένα δε ο B. Peelaers και η Visys, η Βελγική, η Εσθονική και η Πολωνική Κυβέρνηση, καθώς και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή φρονούν ότι η καταχώριση ονόματος τομέα δεν μπορεί να χαρακτηρισθεί ως διαφήμιση. Όσον αφορά, αντιθέτως, τη χρήση τέτοιου ονόματος, μόνον ο B. Peelaers και Visys, καθώς και η Επιτροπή διατείνονται ότι η χρήση αυτή δεν μπορεί, εξ ορισμού, να συνιστά διαφήμιση. Όσον αφορά τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου, η BEST και η Βελγική και η Ιταλική Κυβέρνηση φρονούν ότι η έννοια της διαφημίσεως περιλαμβάνει, ιδίως σε περιστάσεις όπως οι επίμαχες στην υπόθεση της κύριας δίκης, τη χρήση αυτή, ενώ ο B. Peelaers και η Visys, η Πολωνική Κυβέρνηση και η Επιτροπή υποστηρίζουν το αντίθετο. Η Εσθονική Κυβέρνηση δεν έλαβε θέση επί του τελευταίου αυτού ζητήματος.

34 Βάσει του άρθρου 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450 και του άρθρου 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114, η έννοια της διαφημίσεως ορίζεται ως κάθε ανακοίνωση που γίνεται στο πλαίσιο εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με σκοπό την προώθηση της διαθέσεως προϊόντων ή υπηρεσιών.

35 Το Δικαστήριο έχει επισημάνει, όσον αφορά αυτόν τον ιδιαιτέρως ευρύ ορισμό, ότι η διαφήμιση μπορεί να λάβει ποικίλες μορφές (βλ., μεταξύ άλλων, απόφαση της 25ης Οκτωβρίου 2001, C-112/99, Toshiba Europe, Συλλογή 2001, σ. I-7945, σκέψη 28) και, ως εκ τούτου, ουδόλως περιορίζεται στις παραδοσιακές μορφές διαφημίσεως.

36 Για να καθορισθεί αν ορισμένη πρακτική αποτελεί μορφή διαφημίσεως κατά την έννοια των εν λόγω διατάξεων πρέπει να ληφθεί υπόψη ο σκοπός των οδηγιών 84/450 και 2006/114, ο οποίος έγκειται, όπως προκύπτει από το αντίστοιχο άρθρο 1 εκάστης οδηγίας, στην προστασία των επαγγελματιών από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της και στον καθορισμό των προϋποθέσεων υπό τις οποίες επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση.

37 Όπως έχει διαπιστώσει το Δικαστήριο, όσον αφορά την οδηγία 84/450, και όπως προκύπτει, όσον αφορά την οδηγία 2006/114, από τις αιτιολογικές σκέψεις της 8, 9 και 15, οι προϋποθέσεις αυτές σκοπούν σε στάθμιση των διαφόρων συμφερόντων που ενδέχεται να θιγούν σε περίπτωση κατά την οποία επιτραπεί η συγκριτική διαφήμιση, καθιστώντας δυνατό στους ανταγωνιστές να καταδείξουν με

αντικειμενικό τρόπο τα πλεονεκτήματα των διαφόρων παρεμφερών προϊόντων, προκειμένου να ενθαρρυνθεί ο ανταγωνισμός προς το συμφέρον των καταναλωτών, και απαγορεύοντας, ταυτόχρονα, τις πρακτικές που ενδεχομένως συνεπάγονται στρέβλωση του ανταγωνισμού, ζημιώνουν τους ανταγωνιστές και επηρεάζουν αρνητικά την επιλογή των καταναλωτών (βλ., σχετικώς, αποφάσεις της 18ης Ιουνίου 2009, C-487/07, L'Oréal κ.λπ., Συλλογή 2009, σ. I-5185, σκέψη 68, και της 18ης Νοεμβρίου 2010, C-159/09, Lidl, Συλλογή 2010, σ. I-11761, σκέψη 20).

38 Επιπλέον, από τις αιτιολογικές σκέψεις 3, 4 και 8, δεύτερη περίοδος, της οδηγίας 2006/114, καθώς και από τους επίσης ευρείς ορισμούς των εννοιών της «παραπλανητικής διαφημίσεως» και της «συγκριτικής διαφημίσεως», κατά το άρθρο 2, σημεία 2 και 2α, της οδηγίας 84/450 και κατά το άρθρο 2, στοιχεία β' και γ', της οδηγίας 2006/114 προκύπτει ότι ο νομοθέτης της Ένωσης είχε την πρόθεση να θεσπίσει, με τις οδηγίες αυτές, πλήρες νομοθετικό πλαίσιο για κάθε μορφή διαφημιστικής εκδηλώσεως, ανεξαρτήτως αν καταλήγει στη σύναψη συμβάσεως ή όχι, για να αποτραπεί το ενδεχόμενο η διαφήμιση αυτή να ζημιώνει τόσο τους καταναλωτές όσο και τους επαγγελματίες και να συνεπάγεται στρέβλωση του ανταγωνισμού εντός της εσωτερικής αγοράς.

39 Ως εκ τούτου, η έννοια του όρου «διαφήμιση», κατά τις οδηγίες 84/450 και 2006/114, δεν πρέπει να ερμηνεύεται και να εφαρμόζεται κατά τρόπον που οι ενέργειες επαγγελματία με σκοπό την προώθηση και τη διάθεση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του, οι οποίες ενδέχεται να επηρεάσουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών και, επομένως, να θίξουν τους ανταγωνιστές του επαγγελματία αυτού, να εκφεύγουν του πεδίου εφαρμογής των κανόνων περί θεμιτού ανταγωνισμού που επιβάλλουν οι ως άνω οδηγίες.

40 Στην υπόθεση της κύριας δίκης δεν αμφισβητείται ότι η εκ μέρους του B. Peelaers καταχώριση του ονόματος τομέα «www.bestlasersorter.com» για λογαριασμό της Visys και η εκ μέρους της δεύτερης χρήση του εν λόγω ονόματος τομέα και των μεταετικετών «Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, [...] Best nv» εντάσσονται στο πλαίσιο της εμπορικής δραστηριότητας της εταιρίας αυτής.

41 Επομένως, οι μετέχοντες στη διαδικασία ενώπιον του Δικαστηρίου διαφωνούν αποκλειστικώς ως προς το αν οι ως άνω ενέργειες του B. Peelaers και της Visys μπορούν να χαρακτηρισθούν ως «μορφή ανακοινώσεως» η οποία έχει ως «σκοπό την προώθηση της [διαθέσεως προϊόντων] ή υπηρεσιών», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450 και του άρθρου 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114.

42 Όσον αφορά, καταρχάς, την καταχώριση ονόματος τομέα, διαπιστώνεται ότι η καταχώριση αυτή, όπως επισήμανε ο γενικός εισαγγελέας στα σημεία 48 και 49 των προτάσεών του, αποτελεί διαδικαστική πράξη διά της οποίας ζητείται από οργανισμό αρμόδιο για τη διαχείριση των ονομάτων τομέα να καταχωρισθεί έναντι αντιτίμου το εν λόγω όνομα τομέα στη βάση δεδομένων του και να είναι δυνατή η σύνδεση των χρηστών του Διαδικτύου που πληκτρολογούν το όνομα αυτό αποκλειστικώς με τη διεύθυνση IP που έχει υποδείξει ο δικαιούχος του εν λόγω ονόματος τομέα. Απλώς η καταχώριση ονόματος τομέα δεν συνεπάγεται, πάντως, ότι το όνομα αυτό θα χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια για τη δημιουργία ιστοτόπου και ότι θα είναι δυνατό οι χρήστες του Διαδικτύου να λάβουν γνώση του οικείου ονόματος τομέα.

43 Λαμβανομένου, όμως, υπόψη του σκοπού των οδηγιών 84/450 και 2006/114, ο οποίος υπομνήσθηκε στις σκέψεις 36 έως 38 της παρούσας αποφάσεως, δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι αυτή η αμιγώς διαδικαστική πράξη η οποία, αφεαυτής, δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη τη δυνατότητα των δυνητικών καταναλωτών να λάβουν γνώση του ονόματος τομέα και η οποία, επομένως, δεν μπορεί να επηρεάσει την επιλογή τους, αποτελεί μορφή ανακοινώσεως με σκοπό την προώθηση της διαθέσεως προϊόντων ή υπηρεσιών του δικαιούχου του ονόματος τομέα, κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450 και του άρθρου 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114.

44 Βεβαίως, όπως διατείνεται η BEST, η καταχώριση ονόματος τομέα έχει ως συνέπεια να στερεί από τους ανταγωνιστές τη δυνατότητα καταχωρίσεως και χρήσεως αυτού του ονόματος τομέα για τους ιστοτόπους τους. Ωστόσο, η καταχώριση απλώς αυτού του ονόματος τομέα δεν περιέχει αφεαυτής καμία διαφημιστική ανακοίνωση, αλλά απλώς αποτελεί, κατά το μέγιστο, περιορισμό των δυνατοτήτων ανακοινώσεως του ανταγωνιστή αυτού, που μπορεί, ενδεχομένως, να αντιμετωπισθεί βάσει άλλων διατάξεων του νόμου.

45 Όσον αφορά, εν συνεχεία, τη χρήση ονόματος τομέα, δεν αμφισβητείται ότι, στην υπόθεση της κύριας δίκης, το επίμαχο ζήτημα έγκειται στο ότι η Visys χρησιμοποιεί το όνομα τομέα «www.bestlasersorter.com» για τη λειτουργία ιστοτόπου του οποίου το περιεχόμενο είναι πανομοιότυπο αυτού των συνήθων ιστοτόπων της Visys, στους οποίους η πρόσβαση είναι δυνατή μέσω των ονομάτων τομέα «www.visys.be» και «www.visysglobal.be».

46 Η χρήση αυτή σκοπεί προδήλως στην προώθηση της διαθέσεως των προϊόντων ή των υπηρεσιών του δικαιούχου του ονόματος τομέα.

47 Συγκεκριμένα, αντιθέτως προς ό,τι διατείνονται ο B. Peelaers και η Visys, ο δικαιούχος ονόματος τομέα δεν προτίθεται να προωθήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του μόνο μέσω ιστοτόπου που λειτουργεί υπό το όνομα αυτό, αλλά και μέσω αφεαυτής της χρήσεως ονόματος τομέα που έχει επιλεγεί με προσοχή και διά της οποίας επιδιώκει να παρακινήσει τον μεγαλύτερο δυνατό αριθμό χρηστών του Διαδικτύου να επισκεφθούν τον ιστότοπο αυτό και να ενδιαφερθούν για όσα προσφέρει.

48 Εξάλλου, η χρήση αυτή ονόματος τομέα το οποίο παραπέμπει σε ορισμένα προϊόντα ή σε ορισμένες υπηρεσίες ή ακόμη στην εμπορική επωνυμία εταιρίας, αποτελεί μορφή ανακοινώσεως, η οποία απευθύνεται στους δυνητικούς καταναλωτές και υποδηλώνει σε αυτούς ότι υπό το οικείο όνομα θα ανακαλύψουν ιστότοπο σχετικό με τα εν λόγω προϊόντα και υπηρεσίες ή ακόμη και με την εν λόγω εταιρία. Ένα όνομα τομέα μπορεί, επίσης, να περιλαμβάνει ή να εκλαμβάνεται ως μορφή εγκωμιασμού.

49 Η κρίση αυτή δεν αναιρείται από το ότι, όπως υποστήριξαν ο B. Peelaers και η Visys, καθώς και η Επιτροπή, με το άρθρο 2, στοιχείο στ', της οδηγίας 2000/31 η έννοια της εμπορικής επικοινωνίας ορίζεται διευκρινιζομένου ότι «δεν συνιστούν καθ' εαυτό εμπορική επικοινωνία [...] τα στοιχεία που [καθιστούν δυνατή] την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της επιχειρήσεως, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως [δε] το όνομα τομέα ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου».

50 Διαπιστώνεται συναφώς ότι η, προβλεπόμενη από το άρθρο 2, στοιχείο στ', της οδηγίας 2000/31, εξαίρεση ορισμένων στοιχείων και μορφών επικοινωνίας από την έννοια της εμπορικής επικοινωνίας ουδόλως σημαίνει ότι τα στοιχεία αυτά ή οι μορφές αυτές επικοινωνίας εξαιρούνται και από το πεδίο της έννοιας «διαφήμιση», κατά το άρθρο 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450, και του άρθρου 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114, δεδομένου ότι η έννοια αυτή ορίζεται ρητώς ως περιλαμβάνουσα κάθε ανακοίνωση.

51 Υπέρ της διαπιστώσεως αυτής συνηγορεί όχι μόνο το γεγονός ότι με την οδηγία 84/450, αφενός, και την οδηγία 2006/114, αφετέρου, επιδιώκεται, όπως προκύπτει από το αντίστοιχο άρθρο 1 εκάστης οδηγίας, η επίτευξη διαφορετικών σκοπών, αλλά πρωτίστως το ότι από την αιτιολογική σκέψη 11 και από το άρθρο 1, παράγραφος 3, της οδηγίας 2000/31 συνάγεται σαφώς ότι η οδηγία αυτή τυγχάνει εφαρμογής χωρίς να θίγεται το υφιστάμενο επίπεδο προστασίας όσον αφορά τα συμφέροντα των καταναλωτών και ότι η οδηγία 84/450 και, ως εκ τούτου, η οδηγία 2006/114 εξακολουθούν να έχουν εφαρμογή στις υπηρεσίες που παρέχονται στο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας.

52 Τέλος, όσον αφορά τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου, δεν αμφισβητείται ότι, στην υπόθεση της κύριας δίκης, το επίμαχο ζήτημα έγκειται στο ότι η Visys εισήγαγε στα μεταδεδομένα και, ως εκ τούτου, στον κώδικα προγραμματισμού των ιστοτόπων της τις μεταετικέτες «Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, [...] Best nv», οι οποίες αντιστοιχούν στην ονομασία ορισμένων προϊόντων και στο ακρωνύμιο της εμπορικής επωνυμίας της BEST.

53 Οι μεταετικέτες αυτού του είδους, που αποτελούνται από λέξεις κλειδιά («keyword metatags»), τις οποίες αναγνωρίζουν οι μηχανές αναζητήσεως οσάκις σαρώνουν το διαδίκτυο για να προβούν σε καταγραφή των πολυάριθμων διαδικτυακών ιστοτόπων, αποτελούν έναν από τους παράγοντες που καθιστούν δυνατή σε αυτές τις μηχανές αναζητήσεως την κατάταξη των ιστοτόπων αναλόγως της συνάφειάς τους προς τη λέξη αναζητήσεως που εισήγαγε ο χρήστης του Διαδικτύου.

54 Επομένως, η χρήση αυτών των μεταετικετών που αντιστοιχούν στην ονομασία των προϊόντων ανταγωνιστή και στην επωνυμία του θα έχει κατά κανόνα ως συνέπεια, σε περίπτωση κατά την οποία χρήστης του Διαδικτύου που αναζητεί τα προϊόντα του ανταγωνιστή αυτού εισαγάγει κάποια από αυτές τις ονομασίες ή την επωνυμία αυτή σε μηχανή αναζητήσεως, το φυσικό αποτέλεσμα που εξάγει η εν λόγω μηχανή να μεταβάλλεται προς όφελος του χρήστη αυτών των μεταετικετών, ο δε σύνδεσμος προς τον ιστότοπό του να περιλαμβάνεται στον κατάλογο των αποτελεσμάτων αυτών, ενδεχομένως σε άμεση εγγύτητα με τον σύνδεσμο προς τον ιστότοπο του εν λόγω ανταγωνιστή.

55 Όσον αφορά ειδικότερα τη χρήση των επίμαχων μεταετικετών στην υπόθεση της κύριας δίκης, αποδείχθηκε ότι, οσάκις χρήστης του Διαδικτύου εισήγε τις λέξεις «Best Laser Sorter» στη μηχανή αναζητήσεως www.google.be, η μηχανή αυτή παρέπεμπε στον ιστότοπο της Visys, ως δεύτερο κατά σειρά αποτέλεσμα, μετά τον ιστότοπο της BEST.

56 Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, όμως, ο χρήστης του Διαδικτύου που εισάγει την ονομασία προϊόντος εταιρίας ή την εμπορική επωνυμία της ως λέξη αναζητήσεως σκοπεί στην ανεύρεση πληροφοριών ή προσφορών σχετικών με το προϊόν αυτό ειδικώς ή με την εταιρία αυτή και τη σειρά προϊόντων της. Ως εκ τούτου, οσάκις εμφανίζονται, στον κατάλογο των φυσικών αποτελεσμάτων, σύνδεσμοι προς ιστοτόπους όπου προσφέρονται προϊόντα ανταγωνιστή της εταιρίας αυτής, ο χρήστης του Διαδικτύου μπορεί να εκλάβει τους συνδέσμους αυτούς ως παρέχοντες εναλλακτική λύση σε σχέση με τα προϊόντα της εν λόγω εταιρίας ή να πιστέψει ότι οι σύνδεσμοι αυτοί οδηγούν σε ιστοτόπους όπου προσφέρονται τα προϊόντα της εταιρίας αυτής (βλ., κατ' αναλογία, απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, C-236/08 έως C-238/08, Google France και Google, Συλλογή 2010, σ. I-2417, σκέψη 68). Τούτο συμβαίνει κατά μείζονα λόγο οσάκις οι σύνδεσμοι προς τον ιστότοπο του ανταγωνιστή καταλέγονται μεταξύ των πρώτων στη σειρά αποτελεσμάτων της αναζητήσεως, δίπλα σε αυτά της εν λόγω εταιρίας ή οσάκις ο ανταγωνιστής χρησιμοποιεί όνομα τομέα που παραπέμπει στην εμπορική επωνυμία της ή στην ονομασία ενός από τα προϊόντα της.

57 Καθόσον η χρήση μεταετικετών που αντιστοιχούν στις ονομασίες των προϊόντων και στην εμπορική επωνυμία ανταγωνιστή στον κώδικα προγραμματισμού ιστοτόπου έχει ως συνέπεια να υποδηλώνει στον χρήστη του Διαδικτύου, ο οποίος εισάγει κάποια από τις ονομασίες αυτές ή την επωνυμία αυτή ως λέξη αναζητήσεως, ότι ο οικείος ιστότοπος σχετίζεται με την αναζήτησή του, η χρήση αυτή πρέπει να θεωρηθεί ότι συνιστά μορφή ανακοινώσεως, κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείου 1, της οδηγίας 84/450, και του άρθρου 2, στοιχείο α', της οδηγίας 2006/114.

58 Αντιθέτως προς ό,τι διατείνονται ο B. Peelaers και η Visys, στερείται συναφώς σημασίας το ότι οι μεταετικέτες αυτές είναι αόρατες στον χρήστη του Διαδικτύου και ότι άμεσος αποδέκτης τους δεν είναι ο χρήστης, αλλά η μηχανή αναζητήσεως. Αρκεί συναφώς η διαπίστωση ότι, κατά τις ως άνω διατάξεις, η έννοια της διαφημίσεως περιλαμβάνει ρητώς κάθε ανακοίνωση, επομένως και τις μορφές έμμεσης ανακοινώσεως, κατά μείζονα λόγο δε οσάκις αυτές δύνανται να επηρεάσουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών και, ως εκ τούτου, να βλάψουν τον ανταγωνιστή, στου οποίου την επωνυμία ή τα προϊόντα παραπέμπουν οι μεταετικέτες

59 Δεν επιδέχεται, εξάλλου, αμφισβήτηση το ότι η χρήση αυτή μεταετικετών αποτελεί διαφημιστική στρατηγική, καθόσον σκοπεί να παρακινήσει τον χρήστη του Διαδικτύου να επισκεφθεί τον ιστότοπο αυτού που χρησιμοποιεί μεταετικέτες και να ενδιαφερθεί για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του.

60 Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, στο υποβληθέν ερώτημα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450 και το άρθρο 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 2006/114 έχουν την έννοια ότι ο όρος «διαφήμιση», κατά τις διατάξεις αυτές, περιλαμβάνει, σε περίπτωση όπως η επίμαχη στην υπόθεση της κύριας δίκης, τη χρήση ονόματος τομέα και τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου. Αντιθέτως, στο σημασιολογικό περιεχόμενο του όρου αυτού δεν περιλαμβάνεται αφεαυτής η καταχώριση ονόματος τομέα.

Επί των δικαστικών εξόδων

61 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων. Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν όσοι υπέβαλαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, πλην των ως άνω διαδίκων, δεν αποδίδονται.

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (τρίτο τμήμα) αποφαίνεται:

Το άρθρο 2, σημείο 1, της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, σχετικά με την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση, όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»), και το άρθρο 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (κωδικοποίηση), έχουν την έννοια ότι ο όρος «διαφήμιση», κατά τις διατάξεις αυτές, περιλαμβάνει, σε περίπτωση όπως η επίμαχη στην υπόθεση της κύριας δίκης, τη χρήση ονόματος τομέα και τη χρήση μεταετικετών στα μεταδεδομένα ιστοτόπου. Αντιθέτως, στο σημασιολογικό περιεχόμενο του όρου αυτού δεν περιλαμβάνεται αφεαυτής η καταχώριση ονόματος τομέα.

(υπογραφές)