TEISINGUMO TEISMO (trečioji kolegija) SPRENDIMAS

2013 m. liepos 11 d.*

„Direktyvos 84/450/EEB ir 2006/114/EB — Klaidinanti reklama ir lyginamoji reklama — Sąvoka „reklama“ — Domeno vardo registracija ir naudojimas — Metagairių naudojimas interneto svetainės metaduomenyse“

Byloje C-657/11

dėl *Hof van cassatie* (Belgija) 2011 m. gruodžio 8 d. sprendimu, kurį Teisingumo Teismas gavo 2011 m. gruodžio 21 d., pagal SESV 267 straipsnį pateikto prašymo priimti prejudicinį sprendimą byloje

Belgian Electronic Sorting Technology NV

prieš

Bert Peelaers,

Visys NV

TEISINGUMO TEISMAS (trečioji kolegija),

kurį sudaro kolegijos pirmininkas M. Ilešič (pranešėjas), Teisingumo Teismo pirmininko pavaduotojas, einantis trečiosios kolegijos teisėjo pareigas, K. Lenaerts, teisėjai E. Jarašiūnas, A. Ó Caoimh ir C. G. Fernlund,

generalinis advokatas P. Mengozzi,

posėdžio sekretorė C. Strömholm, administratorė,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį ir įvykus 2013 m. sausio 24 d. posėdžiui,išnagrinėjęs pastabas, pateiktas:

— *Belgian Electronic Sorting Technology NV*, atstovaujamos advokatų P. Maeyaert, P. de Jong ir J. Muyldermans,

— B. Peelaers ir *Visys NV*, atstovaujamų advokatų V. Pede ir S. Demuenynck,

— Belgijos vyriausybės, atstovaujamos J.-C. Halleux ir T. Materne,

— Estijos vyriausybės, atstovaujamos M. Linntam,

— Italijos vyriausybės, atstovaujamos G. Palmieri, padedamos *avvocato dello Stato* S. Fiorentino,

* Proceso kalba: nyderlandų.

— Lenkijos vyriausybės, atstovaujamos B. Majczyna ir M. Szpunar,

— Europos Komisijos, atstovaujamos M. Owsiany-Hornung ir M. van Beek,

susipažinęs su 2013 m. kovo 21 d. posėdyje pateikta generalinio advokato išvada,

priima šį

Sprendimą

1 Prašymas priimti prejudicinį sprendimą pateiktas dėl sąvokos „reklama“, kaip ji suprantama pagal 1984 m. rugsėjo 10 d. Tarybos direktyvos 84/450/EEB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 250, p. 17; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 15 sk., 1 t., p. 227), iš dalies pakeistos 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB (OL L 149, p. 22, toliau – Direktyva 84/450), 2 straipsnį ir 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 376, p. 21) 2 straipsnį, išaiškinimo.

2 Šis prašymas priimti prejudicinį sprendimą pateiktas nagrinėjant ginčą tarp *Belgian Electronic Sorting Technology NV*, taip pat vadinamos BEST NV (toliau – BEST), ir B. Peelaers bei *Visys NV* (toliau – *Visys*), bendrovės, kurios vienas steigėjų yra B. Peelaers, dėl *Visys* užregistruoto ir naudojamo domeno vardo „www.bestlasersorter.com“ ir dėl šios bendrovės naudojamų metagairių, kuriose pateikiama nuoroda į BEST ir jos produktus.

Teisinis pagrindas

Sąjungos teisė

3 Pagal Direktyvos 85/450 1 straipsnį ja buvo siekiama apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių ir nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina.

4 Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1–2a punktuose pateikiamos šios apibrėžtys:

„<...>

1) „reklama“ – tai bet kokios formos [informacijos] pateikimas ryšium su prekyba, verslu, amatu ar profesija, siekiant skatinti prekių ar paslaugų, įskaitant nekilnojamąjį turtą, tiekimą, teises ir pareigas.

2) „klaidinanti reklama“ – bet kokia reklama, kuri savo pateikimu ar kitokiu būdu apgaudinėja ar gali apgauti asmenis, kuriems ji skirta ir kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo apgaulingo pobūdžio gali daryti poveikį jų ekonominiam elgesiui ar kuri dėl tų pačių priežasčių kenkia ar gali pakenkti konkurentui.

2a) „lyginamoji reklama“ – bet kokia reklama, kuri aiškiai ar netiesiogiai nurodo konkurentą, arba konkurento siūlomas prekes ar paslaugas.“

5 Direktyva 84/450 buvo panaikinta Direktyva 2006/114, kuri įsigaliojo 2007 m. gruodžio 12 d. Atsižvelgiant į faktinių aplinkybių atsiradimo laiką, pagrindinei bylai iš dalies taikoma Direktyva 84/450 ir iš dalies – Direktyva 2006/114.

6 Direktyvos 2006/114 3, 4, 8, 9, 14 ir 15 konstatuojamosiose dalyse nurodyta:

„3) Klaidinanti ir neteisėta lyginamoji reklama gali iškreipti konkurenciją vidaus rinkoje.

4) Reklama, nepriklausomai nuo to, ar ji skatina sudaryti sutartį, ar ne, daro poveikį vartotojų ir prekybininkų ekonominei gerovei.

<...>

8) Neklaidinanti lyginamoji reklama, kai lyginamos esminės, svarbios, patikrinamos ir tipinės savybės, gali būti teisėta priemone informuoti vartotojus apie naudą, kurią jie gali gauti. Pageidautina pateikti plačią lyginamosios reklamos koncepciją, leisiančią apimti visus lyginamosios reklamos būdus.

9) Reikėtų nustatyti leistinos lyginamosios reklamos sąlygas, susijusias su lyginimu, siekiant nustatyti, kuri lyginamosios reklamos praktika gali iškraipyti konkurenciją, būti žalinga konkurentams ir daryti neigiamą poveikį vartotojų pasirinkimui. <...>

<...>

14) <...> siekiant, kad lyginamoji reklama taptų veiksminga, gali prireikti įvardyti konkurento prekes ar paslaugas, nurodant prekės ženklą ar firmos vardą, kurio savininku jis yra.

15) Toks kito asmens prekės ženklo, firmos vardo ar kitų skiriamųjų ženklų naudojimas nepažeidžia šios išimtinės teisės tais atvejais, kai jis atitinka šioje direktyvoje nustatytas sąlygas, turint tikslą tik atskirti juos ir taip objektyviai pabrėžti jų skirtumus.“

7 Direktyvos 2006/114 1 straipsnyje jos dalykas apibrėžtas tais pačiais žodžiais kaip ir Direktyvos 84/450 1 straipsnyje.

8 Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a–c punktuose pakartotos Direktyvoje 84/450 pateiktos reklamos, klaidinančios ir lyginamosios reklamų apibrėžčių formuluotės.

9 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) (OL L 178, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 13 sk., 25 t., p. 399) 11 konstatuojamojoje dalyje nurodyta:

„Ši direktyva atitinka apsaugos, ypač visuomenės sveikatos ir vartotojų interesų, lygį, kuris nustatytas Bendrijos aktuose. <...> Į tą patį Bendrijos teisyną (*acquis*), kuris visapusiškai taikomas informacinės visuomenės paslaugoms, taip pat konkrečiai įeina Direktyva 84/450 <...>“

10 Pagal Direktyvos 2000/31 1 straipsnio 1 ir 2 dalis šios direktyvos tikslas yra prisidėti prie tinkamo vidaus rinkos funkcionavimo užtikrinant laisvą informacinės visuomenės paslaugų judėjimą tarp valstybių narių. Šiuo tikslu šia direktyva derinamos kai kurios nacionalinės nuostatos dėl informacinės visuomenės paslaugų, susijusios su vidaus rinka, paslaugų teikėjų steigimusi, komerciniais pranešimais, elektroninėmis sutartimis, tarpininkų atsakomybe, elgesio kodeksais, ginčų nagrinėjimo ne teismo tvarka, teisminėmis priemonėmis ir valstybių narių bendradarbiavimu.

11 Šios direktyvos 2 straipsnio 3 dalyje nustatyta:

„Ši direktyva papildo [Sąjungos] teisę, taikytiną informacinės visuomenės paslaugoms, nepažeisdama apsaugos, ypač visuomenės sveikatos ir vartotojų interesų, lygio, numatyto [Sąjungos] teisės aktuose ir juos įgyvendinančiuose nacionaliniuose įstatymuose, ir neriboja laisvės teikti informacinės visuomenės paslaugas.“

12 Šios direktyvos 2 straipsnio f punkte „komercinis pranešimas“ apibrėžtas taip:

„tai bet kokia pranešimo forma, skirta tiesiogiai arba netiesiogiai reklamuoti prekes, paslaugas ar įmonės, organizacijos ar asmens, besiverčiančio komercine, pramonine ar amatų veikla arba reglamentuojama profesija, vardą. Toliau išvardyti dalykai savaime nėra komerciniai pranešimai:

— informacija, leidžianti tiesiogiai pasiekti įmonės, organizacijos ar asmens veiklą, ypač internetinis [domeno] vardas arba elektroninio pašto adresas,

— pranešimai, susiję su prekėmis, paslaugomis ar įmonės, organizacijos ar asmens įvaizdžiu, sudaryti savarankiškai, ypač kai tai daroma be finansinių sumetimų.“

Belgijos teisė

13 1991 m. liepos 14 d. Komercinės veiklos ir vartotojų informavimo ir apsaugos įstatymo (*Belgisch Staatsblad*, 1999 m. rugpjūčio 29 d., p. 18712), kuriuo perkelta Direktyva 84/450, 93 straipsnio 3 dalyje reklama apibrėžta kaip „bet kokia informacija, kuria siekiama tiesiogiai arba netiesiogiai reklamuoti prekių prekybą arba paslaugų teikimą, [neatsižvelgiant] į informacijos pateikimo vietą“. Šis įstatymas panaikintas ir pakeistas 2010 m. balandžio 6 d. Veiklos rinkoje ir vartotojų apsaugos įstatymu (*Belgisch Staatsblad*, 2010 m. balandžio 12 d., p. 20803), kurio 2 straipsnio 19 punkte pakartota ta pati apibrėžtis.

14 2003 m. kovo 11 d. Įstatymo dėl tam tikrų informacinės visuomenės paslaugų teisinių aspektų (*Belgisch Staatsblad*, 2003 m. kovo 17 d., p. 12962), kuriuo perkelta Direktyva 2000/31, 2 straipsnio 7 punkte reklama apibrėžta taip:

„<...> bet kokios formos informacija, kuria tiesiogiai ar netiesiogiai reklamuojamos įmonės, organizacijos arba asmens, užsiimančio komercine, pramonine arba amatų veikla ar reglamentuojamąja profesija, prekės, paslaugos arba įvaizdis.

Pagal šį įstatymą reklama nelaikoma:

a) informacija, sudaranti galimybę tiesiogiai naudotis įmonės, organizacijos ar asmens veikla, visų pirma – domeno vardas arba elektroninio pašto adresas;

b) savarankiškai parengta informacija, ypač jeigu ji teikiama be finansinių sumetimų“.

15 Pagal Neteisėtos domenų vardų registracijos įstatymo (*Belgisch Staatsblad*, 2003 m. rugsėjo 9 d., p. 45225) 2 straipsnio 1 punktą domeno vardas – tai „alfanumerinė skaitmeninio IP (*Internet Protocol*) adreso forma, pagal kurią galima identifikuoti prie interneto prijungtą kompiuterį <...>“.

Pagrindinė byla ir prejudicinis klausimas

16 BEST ir *Visys* kuria, gamina ir parduoda rūšiavimo mašinas ir jų sistemas, kuriose naudojamos lazerinės technologijos.

17 BEST įsteigta 1996 m. balandžio 11 d. Jos rūšiavimo mašinų modeliai vadinami *Helius*, *Genius*, LS9000 ir *Argus*.

18 *Visys* įsteigta 2004 m. spalio 7 d., be kita ko, B. Peelaers, buvusio BEST darbuotojo.

19 2007 m. sausio 3 d. B. Peelaers *Visys* vardu užregistravo domeno vardą „www.bestlasersorter.com“. Interneto svetainės, į kurią nukreipiama įvedus šį domeno vardą, turinys yra identiškas įprastų *Visys* interneto svetainių, pasiekiamų naudojant domenų vardus „www.visys.be“ ir „www.visysglobal.be“, turiniui.

20 2008 m. balandžio 4 d. BEST pateikė paraišką įregistruoti vaizdinį Beniliukso prekių ženklą BEST peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 7, 9, 4 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms.

21 2008 m. balandžio 23 d. teismo antstolis nurodė, kad paieškos sistemoje „www.google.be“ įvedus ieškomus žodžius „Best Laser Sorter“ antra – iš karto po BEST interneto svetainės – pateikiama nuoroda į *Visys* interneto svetainę; pastaroji savo interneto svetainėse naudoja tokias metagaires: „ *Helius sorter*, LS9000, *Genius sorter*, *Best+Helius*, *Best+Genius*, <...> *Best nv*“.

22 Manydama, kad domeno vardo „www.bestlasersorter.com“ registracija ir naudojimas, taip pat šių metagairių naudojimas kenkia jos prekių ženklui ir komerciniam pavadinimui ir pažeidžia nuostatas klaidinančios ir lyginamosios reklamos srityje, susijusias su neteisėta domenų vardų registracija, 2008 m. balandžio 30 d. BEST kreipėsi į teismą su prašymu įpareigoti B. Peelaers ir *Visys* nutraukti šią tariamą žalą ir pažeidimus. Atsakydami į šį ieškinį B. Peelaers ir *Visys* pateikė priešpriešinį ieškinį, kuriame prašė panaikinti vaizdinį Beniliukso prekių ženklą BEST.

23 2008 m. rugsėjo 16 d. sprendimu *voorzitter van de rechtbank van koophandel te Antwerpen* (Antverpeno komercinių bylų teismo pirmininkas) paskelbė BEST reikalavimus nepagrįstais, išskyrus reikalavimą pripažinti, kad naudojant nagrinėjamas metagaires pažeidžiamos nuostatos lyginamosios ir klaidinančios reklamos srityje. Be to, jis atmetė B. Peelaers ir *Visys* pateiktą priešpriešinį ieškinį.

24 Išnagrinėjęs BEST pateiktą apeliacinį skundą ir B. Peelaers ir *Visys* pateiktą atskirąjį apeliacinį skundą 2009 m. gruodžio 21 d. sprendimu *hof van beroep te Antwerpen* (Antverpeno apeliacinis teismas) atmetė visus BEST reikalavimus, įskaitant susijusį su nuostatų lyginamosios ir klaidinančios reklamos srityje pažeidimu, ir panaikino vaizdinį Beniliukso prekių ženklą BEST dėl skiriamojo požymio nebuvimo.

25 BEST pateikė kasacinį skundą dėl šio sprendimo prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiame teisme. Jis 2011 m. gruodžio 8 d. sprendimu atmetė BEST kasacinio skundo pagrindus, išskyrus susijusį su teisės aktų lyginamosios ir klaidinančios reklamos srityje pažeidimu.

26 Šiomis aplinkybėmis *Hof van cassatie* nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šį prejudicinį klausimą:

„Ar <...> direktyvos [84/450] <...> 2 straipsnio ir <...> direktyvos [2006/114] <...> 2 straipsnio sąvoką „reklama“ reikia aiškinti taip, kad ji apima ne tik domeno vardo registraciją ir naudojimą, bet ir [metagairių] naudojimą interneto svetainės metaduomenyse?“

Dėl prejudicinio klausimo

27 Pirmiausia reikia nurodyti, kad BEST paprašė Teisingumo Teismo *ex officio* atsakyti į klausimą, pirma, ar 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk.,

1 t., p. 92) 3 straipsnio 1 dalies b ir c punktais draudžiama registruoti prekių ženklą, kuris suvokiamas kaip skatinantis arba siūlantis. Antra, BEST prašo Teisingumo Teismo atsakyti į klausimą, ar komerciniam pavadinimui pagal Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo, pasirašytos Paryžiuje 1883 m. kovo 20 d., paskutinį kartą peržiūrėtos 1967 m. liepos 14 d. ir pataisytos 1979 m. rugsėjo 28 d. (Jungtinių Tautų sutarčių rinkinys, 828 t., Nr. 11851, p. 305), 8 straipsnį kartu su Sutarties dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba, išdėstytos Pasaulinės prekybos organizacijos steigimo sutarties, pasirašytos Marakeše 1994 m. balandžio 15 d. ir patvirtintos 1994 m. gruodžio 22 d. Tarybos sprendimu 94/800/EB dėl daugiašalių derybų Urugvajaus raunde (1986–1994) priimtų susitarimų patvirtinimo Europos bendrijos vardu jos kompetencijai priklausančių klausimų atžvilgiu (OL L 336, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 11 sk., 21 t., p. 80), 1 C priede, 1 ir 2 straipsniais suteiktai apsaugai taikoma sąlyga, kad gali būti konstatuota, jog šis komercinis pavadinimas turi skiriamąjį požymį.

28 Šiuo atžvilgu svarbu priminti, kad tik prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas gali apibrėžti savo siekiamų išsiaiškinti klausimų dalyką. Tik nacionaliniai teismai, į kuriuos buvo kreiptasi dėl ginčo ir kuriems tenka atsakomybė dėl sprendimo, atsižvelgdami į kiekvienos bylos aplinkybes, gali nuspręsti dėl prejudicinio sprendimo reikalingumo, kad galėtų priimti savo sprendimą, ir dėl Teisingumo Teismui pateikiamų prejudicinių klausimų svarbos (šiuo klausimu žr. 1999 m. kovo 16 d. Sprendimo *Castelletti*, C-159/97, Rink. p. I-1597, 14 punktą; 2006 m. liepos 6 d. Sprendimo *Kersbergen-Lap ir Dams-Schipper*, C-154/05, Rink. p. I-6249, 21 punktą ir 2007 m. sausio 25 d. Sprendimo *Dyson*, C-321/03, Rink. p. I-687, 23 punktą).

29 Iš tikrųjų Teisingumo Teismas kelis kartus nusprendė, kad net jei, vertinant formaliai, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas savo prašymą išaiškinti apriboja tam tikromis Sąjungos teisės nuostatomis, tokia aplinkybė netrukdo Teisingumo Teismui pateikti nacionaliniam teismui išsamaus šios teisės aiškinimo, kuris gali būti naudingas sprendimui šio teismo nagrinėjamoje byloje priimti, neatsižvelgiant į tai, ar pateiktuose klausimuose tas teismas apie tai užsimena (žr., be kita ko, minėto Sprendimo *Dyson* 24 punktą; 2007 m. balandžio 26 d. Sprendimo *Alevizos*, C-392/05, Rink. p. I-3505, 64 punktą ir 2008 m. sausio 29 d. Sprendimo *Promusicae*, C-275/06, Rink. p. I-271, 42 punktą).

30 Tačiau kadangi prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas jau galutinai atmetė pagrindus, kuriais rėmėsi BEST ir su kuriais susiję šio sprendimo 27 punkte nurodyti klausimai, atsakymas į šiuos klausimus nebegali būti laikomas naudingu priimant sprendimą šio teismo nagrinėjamoje byloje.

31 Šiomis aplinkybėmis nereikia nagrinėti klausimų, kurie peržengia prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nustatytas ribas.

32 Šis teismas pateikdamas klausimą siekia sužinoti, ar Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1 punktą ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktą reikia aiškinti taip, kad šiose nuostatose pateikta sąvoka „reklama“ tokioje situacijoje, kaip nagrinėjamoji pagrindinėje byloje, apima, pirma, domeno vardo registraciją, antra, tokio vardo naudojimą ir, trečia, metagairių naudojimą interneto svetainės metaduomenyse.

33 Išskyrus BEST ir Italijos vyriausybę, visos kitos proceso Teisingumo Teisme šalys, t. y. B. Peelaers ir *Visys*, Belgijos, Estijos, Lenkijos vyriausybės ir Europos Komisija, mano, kad domeno vardo registracijos negalima laikyti reklama. Tačiau, kalbant apie tokio vardo naudojimą, tik B. Peelaers, *Visys* ir Europos Komisija mano, kad iš principo tai negali būti reklama. Dėl metagairių naudojimo interneto svetainės metaduomenyse BEST ir Belgijos bei Italijos vyriausybės laikosi nuomonės, kad „reklamos“ sąvoka, be kita ko, tokiomis aplinkybėmis, kokios nagrinėjamos pagrindinėje byloje, apima tokį naudojimą, o B. Peelaers, *Visys*, Lenkijos vyriausybė ir Komisija gina priešingą teiginį. Estijos vyriausybė nepateikė pozicijos dėl šio aspekto.

34 Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1 punkte ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punkte reklama apibrėžiama kaip bet kokios formos informacijos pateikimas ryšium su prekyba, verslu, amatu ar profesija, siekiant skatinti prekių ar paslaugų teikimą.

35 Teisingumo Teismas jau pažymėjo, kad atsižvelgiant į šią ypač plačią apibrėžtį reklama gali būti labai įvairių formų (žr., be kita ko, 2001 m. spalio 25 d. Sprendimo *Toshiba Europe*, C-112/99, Rink. p. I-7945, 28 punktą), todėl negali būti apribojama klasikinės reklamos formomis.

36 Siekiant nustatyti, ar tam tikra veikla yra reklamos forma, kaip ji suprantama pagal minėtas nuostatas, reikia atsižvelgti į šių direktyvų 84/450 ir 2006/114 1 straipsnyje išdėstytą tikslą apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių ir nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina.

37 Šiomis sąlygomis, kaip Teisingumo Teismas konstatavo dėl Direktyvos 84/450 ir kaip matyti iš Direktyvos 2006/114 8, 9 ir 15 konstatuojamųjų dalių, siekiama įvertinti skirtingus interesus, kuriuos gali paveikti leidimas naudoti lyginamąją reklamą, leidžiant konkurentams objektyviai parodyti skirtingų palyginamų prekių privalumus, kad būtų skatinama konkurencija, susijusi su vartotojų interesais, ir kartu uždraudžiant praktiką, kuri gali iškraipyti konkurenciją, būti žalinga konkurentams ir daryti neigiamą poveikį vartotojų pasirinkimui (šiuo klausimu žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, Rink. p. I-5185, 68 punktą ir 2010 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lidl*, C-159/09, Rink. p. I-11761, 20 punktą).

38 Be to, iš Direktyvos 2006/114 3, 4 konstatuojamųjų dalių ir 8 konstatuojamosios dalies antro sakinio, taip pat iš sąvokų „klaidinanti reklama“ ir „lyginamoji reklama“, numatytų Direktyvos 84/450 2 straipsnio 2 ir 2a punktuose ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio b ir c punktuose, matyti, kad Sąjungos teisės leidėjas šiomis direktyvomis ketino visiškai sureglamentuoti bet kokios formos reklamos skelbimą, dėl kurio gali būti sudaryta arba nesudaryta sutartis, siekdamas išvengti, kad tokia reklama būtų žalinga vartotojams ir prekybininkams ir iškraipytų konkurenciją vidaus rinkoje.

39 Todėl sąvoka „reklama“, kaip ji suprantama pagal direktyvas 85/450 ir 2006/114, negali būti aiškinama ir taikoma taip, kad įmonės veiksmams, atliekamiems prekybininko skatinant pirkti tos įmonės produktus arba paslaugas, kurie gali turėti įtakos vartotojų ekonominiam elgesiui ir dėl to turėti poveikį šio prekybininko konkurentams, netaikomos šiose direktyvose nustatytos sąžiningos konkurencijos taisyklės.

40 Pagrindinėje byloje nustatyta, kad B. Peelaers įregistravo domeno vardą „www.bestlasersorter.com“ *Visys* vardu ir ji naudojo šį domeno vardą ir metagaires „*Helius sorter*, LS9000, *Genius sorter*, *Best+Helius*, *Best+Genius*, <...> *Best nv*“ vykdydama šios bendrovės komercinę veiklą.

41 Proceso Teisingumo Teisme šalys nesutaria tik dėl to, ar šie B. Peelaers ir *Visys* veiksmai gali būti laikomi „[informacijos] pateikimo forma“, atlikta „siekiant skatinti prekių ar paslaugų tiekimą“, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 85/450 2 straipsnio 1 punktą ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktą.

42 Dėl domeno vardo registracijos pirmiausia reikia konstatuoti, kad, kaip savo išvados 48 ir 49 punktuose pažymėjo generalinis advokatas, tai yra tik formalus veiksmas, kai nustatytos domenų vardų valdymo organizacijos prašoma už užmokestį užregistruoti šį domeno vardą jos duomenų bazėje ir nukreipti interneto vartotojus, kurie įveda minėtą domeno vardą, tik jo savininko nurodytu IP adresu. Tačiau vien tik domeno vardo registracija dar nereiškia, kad šis domeno vardas bus naudojamas interneto svetainei sukurti, todėl interneto vartotojai galės susipažinti su šiuo domeno vardu.

43 Taigi atsižvelgiant į direktyvų 84/450 ir 2006/114 tikslus, primintus šio sprendimo 36–38 punktuose, negalima laikyti, kad toks visiškai formalus veiksmas, kuris pats nebūtinai apima potencialių interneto vartotojų galimybę susipažinti su domeno vardu ir todėl negali turėti įtakos jų pasirinkimui, yra informacijos pateikimo, kuriuo siekiama skatinti domeno vardo savininko prekių ar paslaugų tiekimą, forma, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 85/450 2 straipsnio 1 punktą ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktą.

44 Iš tiesų, kaip tvirtina BEST, įregistravus domeno vardą iš konkurentų atimama galimybė įregistruoti ir naudoti šį domeno vardą jų svetainėms. Tačiau vien tokio domeno vardo registracija savaime yra ne reklamos pateikimas, bet daugių daugiausia šio konkurento galimybių pateikti informaciją, kurių įgyvendinimas prireikus gali būti ribojamas kitomis teisės nuostatomis, apribojimas.

45 Be to, tiek, kiek tai susiję su domeno vardo naudojimu, aišku, kad pagrindinėje byloje kyla klausimas dėl to, kad *Visys* naudoja domeno vardą „www.bestlasersorter.com“ interneto svetainei, kurios turinys identiškas įprastų *Visys* interneto svetainių, pasiekiamų naudojant domenų vardus „www.visys.be“ ir „www.visysglobal.be“, turiniui.

46 Tokio naudojimo tikslas akivaizdžiai yra skatinti domeno vardo savininko prekių ar paslaugų tiekimą.

47 Priešingai tam, ką tvirtina B. Peelaers ir *Visys*, šis savininkas skatina savo prekių tiekimą ir paslaugų teikimą ne tik interneto svetainėje, į kurią nukreipiama įvedus domeno vardą, bet ir naudodamas patį domeno vardą, pasirinktą rūpestingai ir skirtą skatinti, kad kuo daugiau interneto vartotojų aplankytų šią svetainę ir susidomėtų jo pasiūlymu.

48 Be to, toks domeno vardo, kuriame daroma nuoroda į tam tikras prekes ar paslaugas arba į bendrovės komercinį pavadinimą, naudojimas yra informacijos pateikimo, kuris skirtas potencialiems vartotojams ir kuriuo jiems siūloma naudojantis šiuo vardu rasti interneto svetainę, susijusią su minėtomis prekėmis ir paslaugomis arba su minėta bendrove, forma. Be to, dalį domeno vardo arba jį visą gali sudaryti pagiriamieji žodžiai arba gali būti suprantama, kad juo giriamos prekių ir paslaugų, į kurias šiame varde daroma nuoroda, geriausios savybės.

49 Ši išvada nenuginčijama aplinkybe, kuria remiasi B. Peelaers, *Visys* ir Komisija, kad Direktyvos 2000/31 2 straipsnio f punkte komercinis pranešimas apibrėžiamas, be kita ko, patikslinant, kad „savaime nėra komerciniai pranešimai informacija, leidžianti tiesiogiai pasiekti įmonės, organizacijos ar asmens veiklą, ypač internetinis [domeno] vardas arba elektroninio pašto adresas“.

50 Šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kad Direktyvos 2000/31 2 straipsnio f dalyje numatytas tam tikros informacijos ir pranešimų išskyrimas iš komercinio pranešimo sąvokos visiškai nereiškia, kad ši informacija ir pranešimai išskiriami iš sąvokos „reklama“, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1 punktą ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktą, kur ši sąvoka apibrėžiama kaip aiškiai apimanti bet kokios formos informacijos pateikimą.

51 Šį teiginį, be kita ko, patvirtina ne tik tai, kad direktyvomis 85/450 ir 2006/114, iš vienos pusės, ir Direktyva 2000/31, iš kitos pusės, kaip matyti atitinkamai iš jų 1 straipsnio, siekiama skirtingų tikslų, bet ypač tai, kad iš Direktyvos 2000/31 11 konstatuojamosios dalies ir 1 straipsnio 3 dalies matyti, kad ji taikoma nepažeidžiant egzistuojančio vartotojų interesų apsaugos lygio ir kad Direktyva 84/450, todėl kartu Direktyva 2006/114 lieka visiškai taikomos informacinėje visuomenėje suteiktoms paslaugoms.

52 Galiausiai dėl metagairių naudojimo interneto svetainėje aišku, kad pagrindinėje byloje kyla klausimas dėl to, kad *Visys* į metaduomenis ir kartu į savo interneto svetainių programavimo kodą įterpė metagaires „*Helius sorter*, LS9000, *Genius sorter*, *Best+Helius*, *Best+Genius*, <...> *Best nv*“, kurios atitinka tam tikrų prekių pavadinimus ir BEST komercinio pavadinimą santrumpą.

53 Tokios metagairės, sudarytos iš raktinių žodžių („keyword metatags“), kurias skaito paieškos sistemos, kai naršo internete siekdami pateikti daugybę jame esančių svetainių nuorodų, yra vienas faktorių, leidžiančių šiems varikliams suklasifikuoti svetaines pagal jų svarbą, atsižvelgiant į interneto vartotojo įvestą paieškos žodį.

54 Taigi tokių gairių, atitinkančių konkurento prekių pavadinimus ir jo komercinį pavadinimą, naudojimas apskritai lemia tai, kad kai interneto vartotojas, ieškodamas šio konkurento prekių, įveda vieną šių pavadinimų arba vardų į paieškos sistemą, jo paskelbtas natūralus rezultatas modifikuojamas šių metagairių savininko naudai ir nuoroda į jo interneto svetainę pateikiama šių rezultatų sąraše tam tikru atveju greta nuorodos į šio konkurento interneto svetainę.

55 Detaliau kalbant apie pagrindinėje byloje nagrinėjamų metagairių naudojimą buvo nustatyta, kad kai interneto vartotojas įvesdavo žodžius „Best Laser Sorter“ į paieškos sistemą „www.google.be“, šis nukreipdavo, pateikdamas antrą rezultatą po BEST interneto svetainės, į *Visys* interneto svetainę.

56 Daugeliu atvejų interneto vartotojas, kaip paieškos žodį įvedęs bendrovės prekės pavadinimą arba bendrovės pavadinimą, siekia rasti informacijos apie šią specialią prekę arba apie šią bendrovę ir jos prekių asortimentą arba su tuo susijusių pasiūlymų. Todėl kai natūralių paieškos rezultatų sąraše paskelbiamos nuorodos į svetaines, kur siūlomos šios bendrovės konkurento prekės, interneto vartotojas gali jas suvokti kaip siūlančias alternatyvą šios bendrovės prekėms arba manyti, kad jomis nurodomos svetainės, kur siūlomos šios bendrovės prekės ar paslaugos (pagal analogiją žr. 2010 m. kovo 23 d. Sprendimo *Google France ir Google*, C-236/08-C-238/08, Rink. p. I-2417, 68 punktą). Taip *a fortiori* yra tuo atveju, kai nuorodos į šios bendrovės konkurento interneto svetainę pateikiamos tarp pirmųjų paieškos rezultatų greta tos pačios bendrovės interneto svetainių arba kai konkurentas naudoja domeno vardą, kuriame daroma nuoroda į jo komercinį pavadinimą arba į vienos jo prekių pavadinimą.

57 Kadangi metagairių, kurios atitinka konkurento prekių pavadinimus arba jo komercinį pavadinimą, naudojimas interneto svetainės programavimo kode lemia tai, kad interneto vartotojui siūloma įvesti vieną šių prekių pavadinimų arba šį komercinį pavadinimą kaip paieškos žodį, kurį ši svetainė sieja su jo paieška, toks naudojimas turi būti laikomas informacijos pateikimo forma, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1 dalį ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktą.

58 Priešingai tam, ką tvirtina B. Peelaers ir *Visys*, šiuo atžvilgiu neturi reikšmės tai, kad šios metagairės lieka nematomos interneto vartotojui ir kad ne jis, o paieškos sistema yra jų tiesioginis adresatas. Šiuo aspektu užtenka konstatuoti, kad pagal minėtas nuostatas „reklamos“ sąvoka aiškiai apima visas informacijos pateikimo formas, įskaitant ir netiesioginio informacijos pateikimo formas, kai *a fortiori* jos gali turėti įtakos vartotojų ekonominiam elgesiui ir daryti poveikį konkurentui, į kurio pavadinimą arba prekes metaigairėmis pateikiama nuoroda.

59 Be to, nekelia abejonių tai, kad toks metagairių naudojimas yra reklamos strategija tiek, kiek ja siekiama paskatinti interneto vartotoją aplankyti naudotojo svetainę ir susidomėti jo prekėmis arba paslaugomis.

60 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, į pateiktą klausimą reikia atsakyti: Direktyvos 84/450 2 straipsnio 1 punktas ir Direktyvos 2006/114 2 straipsnio a punktas aiškintini taip, kad šiose nuostatose apibrėžta sąvoka „reklama“ tokioje situacijoje, kaip nagrinėjamoji pagrindinėje byloje, apima domeno vardo ir metagairių naudojimą interneto svetainės metaduomenyse. Tačiau ši sąvoka neapima domeno vardo registracijos.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

61 Kadangi šis procesas pagrindinės bylos šalims yra vienas iš etapų nacionalinio teismo nagrinėjamoje byloje, išlaidų klausimą turi spręsti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas. Išlaidos, susijusios su pastabų pateikimu Teisingumo Teismui, išskyrus tas, kurias patyrė minėtos šalys, nėra atlygintinos.

Remdamasis šiais motyvais, Teisingumo Teismas (trečioji kolegija) nusprendžia:

1984 m. rugsėjo 10 d. Tarybos direktyvos 84/450/EEB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos, iš dalies pakeistos 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB, 2 straipsnio 1 punktas ir 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos 2 straipsnio a punktas aiškintini taip, kad šiose nuostatose apibrėžta sąvoka „reklama“ tokioje situacijoje kaip nagrinėjamoji pagrindinėje byloje apima domeno vardo ir metagairių naudojimą interneto svetainės metaduomenyse. Tačiau ši sąvoka neapima domeno vardo registracijos.

Parašai.