A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (harmadik tanács)

2013. július 11.*

„84/450/EGK irányelv és 2006/114/EK irányelv — Megtévesztő reklám és összehasonlító reklám — A »reklám« fogalma — Domainnév bejegyeztetése és használata — Metatageknek valamely weboldal metaadataiban történő használata”

A C-657/11. sz. ügyben,

az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Hof van cassatie (Belgium) a Bírósághoz 2011. december 21-én érkezett, 2011. december 8-i határozatával terjesztett elő az előtte

a **Belgian Electronic Sorting Technology NV**

és

Bert Peelaers,

a **Visys NV**

között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (harmadik tanács),

tagjai: M. Ilešič tanácselnök (előadó), K. Lenaerts, a Bíróság elnökhelyettese, a harmadik tanács tagjaként eljáró bíró, E. Jarašiūnas, A. Ó Caoimh és C. G. Fernlund bírák,

főtanácsnok: P. Mengozzi,

hivatalvezető: C. Strömholm tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2013. január 24-i tárgyalásra,figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– a Belgian Electronic Sorting Technology NV képviseletében P. Maeyaert, P. de Jong és J. Muyldermans advocaten,

– Bert Peelaers és a Visys NV képviseletében V. Pede és S. Demuenynck advocaten,

– a belga kormány képviseletében J.-C. Halleux és T. Materne, meghatalmazotti minőségben,

– az észt kormány képviseletében M. Linntam, meghatalmazotti minőségben,

* Az eljárás nyelve: holland.

– az olasz kormány képviseletében G. Palmieri, meghatalmazotti minőségben, segítője: S. Fiorentino avvocato dello Stato,

– a lengyel kormány képviseletében B. Majczyna és M. Szpunar, meghatalmazotti minőségben,

– az Európai Bizottság képviseletében M. Owsiany-Hornung és M. van Beek, meghatalmazotti minőségben,

a főtanácsnok indítványának a 2013. március 21-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 149., 22. o) által módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv (HL L 250., 17. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 1. kötet, 227. o.; a továbbiakban: 84/450 irányelv) 2. cikke szerinti, és a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 376., 21. o.) 2. cikke szerinti „reklám” fogalmának értelmezésére vonatkozik.

2 Ezt a kérelmet a Belgian Electronic Sorting Technology NV, más néven „BEST NV” (a továbbiakban: BEST) és B. Peelaers és a Visys NV – amely társaságnak B. Peelaers az egyik alapítója – (a továbbiakban: Visys) között annak tárgyában folyamatban lévő jogvita keretében terjesztették elő, hogy a Visys bejegyeztette és használta a „www.bestlasersorter.com” domainnevet, valamint hogy ez a társaság olyan metatageket használt, amelyek a BEST-re és annak árucikkeire utaltak.

Jogi háttér

Az uniós jog

3 A 84/450 irányelv 1. cikke szerint annak célja, hogy a kereskedőket megvédje a megtévesztő reklámmal és annak tisztességtelen következményeivel szemben, valamint hogy megállapítsa azokat a feltételeket, amelyek mellett az összehasonlító reklám megengedett.

4 A 84/450 irányelv 2. cikkének (1)–(2a) pontjában az alábbi meghatározások szerepeltek:

„1) reklám: egy kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szabadfoglalkozású tevékenység keretében bármilyen formában, az árucikkek vagy szolgáltatások, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és kötelezettségeket is, értékesítésének előmozdítása érdekében megfogalmazott állítás [helyesen: közlés];

2) megtévesztő reklám: minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy amely ugyanilyen okok miatt kárt okoz vagy kárt okozhat valamely versenytársnak;

2a) összehasonlító reklám: minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat”.

5 A 84/450 irányelvet hatályon kívül helyezte a 2006/114 irányelv, amely 2007. december 12-én lépett hatályba. Figyelembe véve a tényállás időpontját, az alapügy részben a 84/450 irányelv, részben a 2006/114 irányelv hatálya alá tartozik.

6 A 2006/114 irányelv (3), (4), (8), (9), (14) és (15) preambulumbekezdése értelmében:

„(3) A megtévesztő és a meg nem engedett összehasonlító reklám a belső piacon belül a verseny torzulásához vezethet.

(4) A reklám, akár szerződéskötést eredményez, akár nem, kihatással van a fogyasztók és a kereskedők gazdasági jólétére.

[...]

(8) Az összehasonlító reklám, amennyiben jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságokat hasonlít össze, és nem megtévesztő, megbízható eszköz lehet arra nézve, hogy tájékoztassa a fogyasztókat a fogyasztók előnyére. Kívánatos az összehasonlító reklám fogalmának olyan széles értelmezése, hogy az összehasonlító reklám minden fajtájára kiterjedjen.

(9) Az összehasonlítást illetően meg kell állapítani az összehasonlító reklám megengedett feltételeit, hogy meg lehessen határozni, melyek azok az összehasonlító reklámmal kapcsolatos gyakorlatok, amelyek torzíthatják a versenyt, károsak lehetnek a versenytársakra nézve, és kedvezőtlenül befolyásolhatják a fogyasztók döntését. [...]

[...]

(14) Az összehasonlító reklám hatékonnyá tétele érdekében azonban szükséges lehet valamely versenytárs áruinak vagy szolgáltatásainak azonosítása olyan védjegyre vagy kereskedelmi névre való hivatkozással, amelynek az említett versenytárs a jogosultja.

(15) A versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzéseinek ilyen használata nem jelenti harmadik fél e kizárólagos jogának megsértését, ha megfelel ezen irányelv feltételeinek, mivel ebben az esetben célja csupán a különbségtétel és ezzel a különbségek tárgyilagos kiemelése.”

7 A 2006/114 irányelv 1. cikke az irányelv célját ugyanúgy határozza meg, mint a 84/450 irányelv 1. cikke.

8 A 2006/114 irányelv 2. cikkének a)–c) pontja szó szerint átveszi a reklám, a megtévesztő reklám és az összehasonlító reklám 84/450 irányelvben szereplő meghatározását.

9 A belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi vonatkozásairól szóló, 2000. június 8-i 2000/31/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv („elektronikus kereskedelemről szóló irányelv”) (HL L 178., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 25. kötet, 399. o.) (11) preambulumbekezdése értelmében:

„Ez az irányelv nem érinti a védelemnek, különösen a közegészség-védelemnek és a fogyasztói érdekek védelmének a közösségi jogi aktusok által biztosított szintjét; [...] ugyanez az »acquis communautaire«, amely teljes egészében alkalmazandó az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra, szintén magában foglalja – különösen – a [84/450] irányelvet [...]”

10 A 2000/31 irányelv célja – 1. cikke (1) és (2) bekezdésének értelmében – az, hogy hozzájáruljon a belső piac megfelelő működéséhez az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások tagállamok közötti szabad mozgásának biztosítása által. Ennek érdekében bizonyos, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra alkalmazandó, a belső piaccal, a szolgáltatók letelepedésével, a kereskedelmi tájékoztatással, az elektronikus úton kötött szerződésekkel, a közvetítő szolgáltatók felelősségével, a magatartási kódexekkel, a jogviták peren kívüli rendezésével, a bírósági keresetekkel és a tagállamok közötti együttműködéssel kapcsolatos nemzeti rendelkezéseket közelít egymáshoz.

11 Ezen irányelv 1. cikkének (3) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„Ez az irányelv kiegészíti az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra alkalmazandó [uniós] jogot, az [uniós] jogi aktusokban és az azokat végrehajtó nemzeti jogszabályokban megállapított védelem – különösen a közegészségügy és a fogyasztói érdekek védelme – szintjének sérelme nélkül, amennyiben ez nem korlátozza az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások nyújtásának szabadságát.”

12 Az említett irányelv 2. cikkének f) pontja a „kereskedelmi tájékoztatás” fogalmát az alábbiak szerint határozza meg:

„[B]ármilyen formában megjelenő közlés, amelynek célja, hogy közvetve vagy közvetlenül népszerűsítse egy vállalkozás, szervezet, vagy kereskedelmi, ipari vagy kézműipari tevékenységet folytató vagy szabályozott szakmát gyakorló személy áruit, szolgáltatását vagy arculatát. A következők önmagukban nem minősülnek kereskedelmi tájékoztatásnak:

– a vállalkozás, szervezet vagy személy tevékenységéhez közvetlen hozzáférést lehetővé tevő információ, különösen a domainnév vagy az elektronikus levelezési cím,

– a vállalkozás, szervezet vagy személy áruival, szolgáltatásaival vagy arculatával kapcsolatos független közlések, különösen, ha anyagi ellenszolgáltatást nem vonnak maguk után”.

A belga jog

13 A 84/450 irányelvet átültető Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consumenten (a kereskedelemi gyakorlatokról, valamint a fogyasztók tájékoztatásáról és védelméről szóló, 1991. július 14-i belga törvény) (*Belgisch Staatsblad*, 1999. augusztus 29., 18712. o.) 93. cikkének 3. pontja, úgy határozza meg a reklám fogalmát, mint „közvetlenül vagy közvetve az árucikkek vagy szolgáltatások értékesítésének előmozdítása érdekében bármilyen formában megfogalmazott közlés a helytől vagy a felhasznált tájékoztatási eszközök[től függetlenül]”. E törvényt hatályon kívül helyezte és annak helyébe lépett a Wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming (a piaci gyakorlatokról és a fogyasztók védelméről szóló, 2010. április 6-i belga törvény) (*Belgisch Staatsblad*, 2010. április 12., 20803. o.), amely 2. cikkének 19. pontja ugyanezt a meghatározást veszi át.

14 A 2000/31 irányelvet átültető Wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij (az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes jogi vonatkozásairól szóló 2003. március 11-i belga törvény) (*Belgisch Staatsblad*, 2003. március 17., 12962. o.) 2. cikkének (7) pontja a reklám fogalmát az alábbiak szerint határozza meg:

„[B]ármilyen formában megjelenő közlés, amelynek célja, hogy közvetve vagy közvetlenül népszerűsítse egy vállalkozás, szervezet, vagy kereskedelmi, ipari vagy kézműipari tevékenységet folytató vagy szabályozott szakmát gyakorló személy áruit, szolgáltatását vagy arculatát.

Jelen törvény alkalmazásában a következők önmagukban nem minősülnek reklámnak:

a) a vállalkozás, szervezet vagy személy tevékenységéhez közvetlen hozzáférést lehetővé tevő információ, különösen a domainnév vagy az elektronikus levelezési cím;

b) a független közlések, különösen, ha anyagi ellenszolgáltatást nem vonnak maguk után”.

15 A Wet van 26 juni 2003 betreffende hat wederrechtlijk registrieren van domeinnamen (a domainnevek jogellenes bejegyeztetéséről szóló, 2003. június 26-i belga törvény) (*Belgisch Staatsblad*, 2003. szeptember 9., 45225. o.) 2. cikkének 1. pontja értelmében a domainnév „egy numerikus IP (Internet Protocol) cím alfanumerikus alakja, amely lehetővé teszi az Internethez csatlakoztatott számítógép azonosítását [...]".

Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés

16 A BEST és a Visys lézertechnológiával felszerelt szortírozó gépeket és rendszereket fejleszt, gyárt és értékesít.

17 A BEST-et 1996. április 11-én alapították. Szortírozó modelljei a „Helius", „Genius", „LS9000" és „Argus" típusmegjelöléseket viselik.

18 A Visyst 2004. október 7-én alapította többek között B. Peelaers, a BEST korábbi munkavállalója.

19 2007. január 3-án B. Peelaers bejegyeztette a „www.bestlasersorter.com" domain nevet a Visys javára. Az ezen név alatt található weboldal tartalma azonos a Visys weboldalainak tartalmával, amelyek a „www.visys.be" és a „www.visysglobal.be" domainnevek alatt érhetők el.

20 2008. április 4-én a BEST bejelentette a „BEST" Benelux ábrás védjegyet a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, 1957. június 15-i, felülvizsgált és módosított Nizzai Megállapodás szerinti 7., 9., 40. és 42. osztályba tartozó áruk és szolgáltatások vonatkozásában.

21 2008. április 23-án egy bírósági végrehajtó megállapította, hogy amikor a „Best Laser Sorter" szavak kerülnek beírásra a „www.google.be" keresőmotorba, ez utóbbi második keresési eredményként, rögtön a BEST weboldala után a Visys weboldalára mutat, és hogy ez utóbbi a weboldalain az alábbi metatageket használja: „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best + Helius, Best + Genius, [...] Best nv".

22 A BEST, miután úgy vélte, hogy a „www.bestlasersorter.com" domain név bejegyeztetése és használata, valamint az említett metaadatok használata védjegyét és kereskedelmi nevét, továbbá a megtévesztő és összehasonlító reklámokra, valamint a domainnevek bejegyeztetésére vonatkozó szabályozást sérti, 2008. április 30-án keresetet terjesztett elő B. Peelaers és a Visys ellen ezen állítólagos jogsértő magatartások megszüntetése érdekében. E keresetre válaszul B. Peelaers és a Visys viszontkeresetet terjesztett elő a BEST Benelux ábrás védjegy törlésére vonatkozóan.

23 A voorzitter van de rechtbank van koophandel te Antwerpen (antwerpeni kereskedelmi bíróság) 2008. szeptember 16-i ítéletében megalapozatlannak minősítette a BEST kérelmeit azon kérelmének kivételével, amely arra alapult, hogy a szóban forgó metatagek használata sérti az összehasonlító és megtévesztő reklámokra vonatkozó szabályozást. Egyébiránt elutasította a B. Peelaers és a Visys által előterjesztett viszontkeresetet.

24 A BEST fellebbezése, valamint B. Peelaers és a Visys csatlakozó fellebbezése folytán eljáró hof van beroep te Antwerpen (antwerpeni fellebbviteli bíróság) 2009. december 21-i ítéletében a BEST valamennyi – köztük az összehasonlító és megtévesztő reklámokra vonatkozó szabályok megsértésén alapuló – kérelmét elutasította és megkülönböztető képességének hiánya miatt törölte a BEST Benelux ábrás védjegyet.

25 A BEST ezen ítélettel szemben felülvizsgálat iránti kérelmet nyújtott be a kérdést előterjesztő bírósághoz. Ez utóbbi 2011. december 8-i ítéletében elutasította a BEST által előterjesztett kereseti jogalapokat, az összehasonlító és megtévesztő reklámokra vonatkozó rendelkezések megsértésére vonatkozó jogalap kivételével.

26 E körülményekre tekintettel a Hof van cassatie úgy döntött, hogy felfüggeszti az eljárást, és a következő kérdést terjeszti előzetes döntéshozatal céljából a Bíróság elé:

„Úgy kell-e értelmezni a [84/450] irányelv 2. cikke, illetve a [2006/114] irányelv 2. cikke szerinti „reklám” fogalmát, hogy az valamely domainnév bejegyeztetését és használatát, valamint a [metatagek] valamely weboldal metaadataiban történő használatát is magában foglalja?”

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésről

27 Előzetesen meg kell állapítani, hogy a BEST azt kéri a Bíróságtól, hogy hivatalból határozzon egyrészt afelől, hogy a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv (HL 1989. L 40, 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) 3. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontja kizárja-e egy reklámozási célúnak vagy sugalmazó jellegűnek vélt védjegy lajstromozását. Másrészt a BEST arra kéri a Bíróságot, hogy válaszoljon arra a kérdésre, hogy a szellemi tulajdonjogok kereskedelmi vonatkozásairól szóló egyezmény – amely az 1994. április 15-én Marrakeshben aláírt és a többoldalú tárgyalások uruguayi fordulóján (1986–1994) elért megállapodásoknak a Közösség nevében a hatáskörébe tartozó ügyek tekintetében történő megkötéséről szóló, 1994. december 22-i 94/800/EK tanácsi határozattal (HL L 336., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 11. fejezet, 21. kötet, 80. o.) jóváhagyott, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó egyezmény 1 C. mellékletét képezi – 1. és 2. cikkével összefüggésben értelmezett, az ipari tulajdon oltalmára létesült, 1883. március 20-án Párizsban aláírt, legutóbb 1967. július 14-én Stockholmban felülvizsgált és 1979. szeptember 28-án módosított Párizsi Uniós Egyezmény (*Recueil des traités des Nations unies*, 828. kötet, 11851. sz., 305. o., kihirdette: az 1970. évi 18. tvr.) 8. cikke által a kereskedelmi névnek nyújtott védelem feltétele-e, hogy meg lehessen állapítani, hogy e kereskedelmi név megkülönböztető jelleggel bír.

28 E tekintetben emlékeztetni kell, hogy kizárólag a kérdést előterjesztő bíróság hatáskörébe tartozik azon kérdések tárgyának a meghatározása, amelyeket elő kíván terjeszteni. Ugyanis egyedül a jogvitában eljáró és a meghozandó bírói döntésért felelősséget vállaló nemzeti bíróságok feladata, hogy az egyes ügyek sajátos körülményeire figyelemmel mérlegeljék az előzetes döntésnek az ítélethozatalhoz való szükségességét, valamint a Bíróság elé terjesztett kérdések relevanciáját (lásd a C-159/97. sz. Castelletti-ügyben 1999. március 16-án hozott ítélet [EBHT 1999., I-1597. o.] 14. pontját, a C-154/05. sz., Kersbergen-Lap és Dams-Schipper ügyben 2006. július 6-án hozott ítélet [EBHT 2006., I-6249. o.] 21. pontját, valamint a C-321/03. sz. Dyson-ügyben 2007. január 25-én hozott ítélet [EBHT 2007., I-687. o.] 23. pontját).

29 Kétségtelen, hogy a Bíróság több alkalommal megállapította, hogy még ha alaki szempontból a kérdést előterjesztő bíróság előzetes döntéshozatal iránti kérelmét kizárólag bizonyos uniós rendelkezések értelmezésére korlátozta is, ez a körülmény nem akadályozza a Bíróságot abban, hogy a nemzeti bíróság részére a közösségi jognak az előtte folyamatban lévő ügy elbírálásához esetleg szükséges összes értelmezési szempontját megadja, függetlenül attól, hogy a nemzeti bíróság – kérdése megfogalmazásában – utalt-e azokra, vagy sem (lásd különösen a fent hivatkozott Dyson-ügyben hozott ítélet 24. pontját; a C-392/05. sz. Alevizos-ügyben 2007. április 26-án hozott ítélet [EBHT 2007., I-3505. o.] 64. pontját és a C-275/06. sz. Promusicae-ügyben 2008. január 29-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-271. o.] 42. pontját).

30 Azonban, mivel a kérdést előterjesztő bíróság már véglegesen elutasította a BEST által felhozott azon jogalapokat, amelyekre a jelen ítélet 27. pontjában található kérdések vonatkoznak, az ezen kérdésekre adott választ már nem lehet hasznosnak tekinteni e bíróság előtt folyamatban lévő ügy megoldásához.

31 E feltételek mellett nem kell megvizsgálni ezeket a kérdéseket, amelyek meghaladják a kérdést előterjesztő bíróság által előterjesztett kérdés keretét.

32 Kérdésével e bíróság azt kívánja megtudni, hogy úgy kell-e értelmezni a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontját, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontját, hogy az ezen rendelkezések szerinti „reklám” fogalom – egy olyan tényállás esetén, mint amely az alapügyben is előfordul – magában foglalja először is valamely domainnév bejegyeztetését, másodszor egy ilyen név használatát, és harmadszor metatagek valamely weboldal metaadataiban történő használatát.

33 A BEST és az olasz kormány kivételével a Bíróság előtti eljárásban részt vevő minden más fél – így B. Peelaers és a Visys, a belga, az észt és a lengyel kormány, valamint az Európai Bizottság – úgy véli, hogy a domainnév bejegyeztetése nem minősül reklámnak. Egy ilyen név használatát illetően ellenben csak B. Peelaers és a Visys, valamint a Bizottság tartja úgy, hogy az főszabály szerint nem lehet reklám. A metatagek valamely weboldal metaadataiban történő használatát illetően a BEST, valamint a belga és az olasz kormány úgy véli, hogy a reklám fogalma magában foglal – különösen olyan körülmények között, mint amelyek az alapügyben fennállnak – egy ilyen használatot, míg B. Peelaers és a Visys, a lengyel kormány, valamint a Bizottság ezzel ellentétes álláspontot képvisel. Az észt kormány nem foglalt állást ezen utolsó aspektus tekintetében.

34 A 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja úgy határozza meg a reklám fogalmát, mint valamely kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szabadfoglalkozású tevékenység keretében bármilyen formában, az árucikkek vagy szolgáltatások értékesítésének előmozdítása érdekében megfogalmazott közlés.

35 A Bíróság korábbi megállapítása értelmében, figyelemmel arra, hogy e meghatározás meglehetősen tág, a reklám igen változatos formákat ölthet (lásd különösen a C-112/99. sz. Toshiba Europe ügyben 2001. október 25-én hozott ítélet [EBHT 2001., I-7945. o.] 28. pontját), és így semmiképpen nem korlátozódik a klasszikus reklám formáira.

36 Annak meghatározása érdekében, hogy valamely gyakorlat reklámnak minősül-e az említett rendelkezések értelmében, figyelembe kell venni a 84/450 és a 2006/114 irányelv célját, amely az – ahogyan az ezen irányelvek 1. cikkéből következik –, hogy megvédje a kereskedőket a megtévesztő reklámmal és annak tisztességtelen következményeivel szemben, valamint hogy megállapítsa azokat a feltételeket, amelyek mellett az összehasonlító reklám megengedett.

37 E feltételek – ahogyan azt a Bíróság a 84/450 irányelvvel kapcsolatban megállapította, és ahogyan az a 2006/114 irányelv esetén annak (8), (9) és (15) preambulumbekezdéséből kitűnik – az összehasonlító reklám megengedésével érintett különféle érdekek egyensúlyba hozatalát célozzák a verseny ösztönözése céljából a fogyasztók érdekében, lehetővé téve a versenytársak számára a különféle összevethető termékek előnyeinek objektív kiemelését, megtiltva ugyanakkor az olyan gyakorlatot, amely versenytorzító hatású lehet, sérelmet okozhat a versenytársnak, és negatív hatással lehet a fogyasztók választására (lásd ebben az értelemben a C-487/07. sz., L’Oréal és társai ügyben 2009. június 18-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-5185. o.] 68. pontját, valamint a C-159/09. sz. Lidl-ügyben 2010. november 18-án hozott ítélet [EBHT 2010., I-11761. o.] 20. pontját).

38 Ezenfelül a 2006/114 irányelv (3), (4) preambulumbekezdéséből és (8) preambulumbekezdésének második mondatából, valamint a „megtévesztő reklám” és az „összehasonlító reklám” fogalmának a 84/450 irányelv 2. cikkének (2) és (2a) pontjában, és a 2006/114 irányelv 2. cikkének b) és c) pontjában található szintén tág meghatározásából kitűnik, hogy az uniós jogalkotó szándéka az volt, hogy ezen irányelvek révén teljes jogi keretet hozzon létre a reklám jellegű kifejezésre juttatás minden

formája számára, függetlenül attól, hogy azok szerződéskötést eredményeznek-e, annak érdekében, hogy az ilyen reklám ne okozzon kárt se a fogyasztóknak, se a kereskedőknek, és a belső piacon belül ne vezessen a verseny torzulásához.

39 Ebből következően a 84/450 és a 2006/114 irányelv értelmében vett „reklám” fogalmát nem lehet úgy értelmezni és alkalmazni, hogy az ezen irányelvek által előírt tisztességes verseny szabályai ne vonatkozzanak valamely kereskedőnek a fogyasztók gazdasági magatartásának befolyásolására alkalmas, és így e kereskedő versenytársaira is esetlegesen kiható, arra irányuló intézkedéseire, hogy árucikkeit vagy szolgáltatásait népszerűsítse.

40 Az alapügyben nem vitatott: az, hogy B. Peelaers a Visys javára jegyeztette be a www.bestlasersorter.com domainnevet, illetve hogy ez utóbbi használta ezt a domainnevet, valamint a „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best + Helius, Best + Genius, [...] Best nv” metatageket, a Visys kereskedelmi tevékenységének keretében történt.

41 A Bíróság előtti eljárásban részt vevő felek álláspontja így csak a tekintetben tér el egymástól, hogy a B. Peelaers és a Visys említett magatartása a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja és a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja szerint „bármilyen formában [...] megfogalmazott állításnak [helyesen: közlésnek]” minősülnek-e „az árucikkek vagy szolgáltatások [...] értékesítésének előmozdítása érdekében”.

42 Először is valamely domainnév bejegyeztetését illetően meg kell állapítani, hogy az – ahogyan azt a főtanácsnok indítványának 48. és 49. pontjában kifejtette – nem más, mint egy formális aktus, amelynek során díj megfizetése ellenében kérik a domainnevek kezelésére kijelölt szervezettől az említett domainnév bejegyeztetését, és azt, hogy az e domainnevet beíró internethasználókat kizárólag a domainnév tulajdonosa által megjelölt IP címmel kössék össze. A domainnév puszta bejegyeztetése azonban nem jelenti azt, hogy ezt követően azt ténylegesen valamely weboldal létrehozására használják, és hogy következésképpen az internethasználók megismerhetik ezt a domainnevet.

43 Márpedig a 84/450 és a 2006/114 irányelvnek a jelen ítélet 36–38. pontjában felhívott célját figyelembe véve nem lehet megállapítani, hogy egy ilyen tisztán formális aktus, amely önmagában nem szükségszerűen jelenti azt, hogy a lehetséges fogyasztók megismerik a domainnevet, és amely következésképpen nem képes befolyásolni ez utóbbiak választását, a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja és a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja szerint a domainnév tulajdonosának árucikkek vagy szolgáltatások értékesítésének előmozdítása érdekében megfogalmazott közlésének minősül.

44 Ahogyan arra a BEST hivatkozik, kétségtelen, hogy valamely domainnév bejegyeztetésének a következményeként a versenytársak saját oldaluk vonatkozásában ezt a domainnevet nem jegyeztethetik be és nem használhatják. Mindazonáltal, egy ilyen domainnév puszta bejegyeztetése nem jelent önmagában reklámozó jellegű közlést, legfeljebb korlátozza e versenytárs lehetőségeit közlések megfogalmazására, amit adott esetben más jogi rendelkezésekkel lehet szankcionálni.

45 Ezek után, ami valamely domainnév használatát illeti, nem vitatott, hogy az alapügyben azt kifogásolják, hogy a Visys a „www.bestlasersorter.com” domainnevet használja egy olyan weboldal esetén, amelynek tartalma azonos a Visys „www.visys.be” és „www.visysglobal.be” domainnév alatt elérhető weboldalainak tartalmával.

46 Az ilyen használatnak nyilvánvalóan az a célja, hogy előmozdítsa a domainnév tulajdonosa árucikkeinek vagy szolgáltatásainak értékesítését.

47 Ugyanis – ellentétben azzal, amit B. Peelaers és a Visys állít – e tulajdonos nemcsak a domainnév alatt található weboldal útján szándékozik az árucikkeit vagy szolgáltatásait népszerűsíteni, hanem valamely gondosan kiválasztott domainnév használata által is, amely domainnévnek az a célja, hogy a lehető legtöbb internethasználót rábírja arra, hogy meglátogassa ezt az oldalt, és hogy érdeklődjön annak kínálata felől.

48 Ezenfelül valamely domainnév ilyen használata, amely bizonyos árucikkekre vagy bizonyos szolgáltatásokra, illetve egy társaság kereskedelmi nevére tartalmaz utalást, a közlés egy formájának minősül, amely a lehetséges fogyasztókat célozza, és azt sugallja számukra, hogy e név alatt az említett árucikkekkel vagy szolgáltatásokkal, illetve az említett társasággal kapcsolatos weboldalt fognak találni. A domainnév állhat egyébiránt részben vagy egészben dicsérő jellegű kifejezésekből, vagy önmagában tűnhet olyannak, mint amely azon árucikkek és szolgáltatások érdemeit méltatja, amelyekre a név utal.

49 Ezt a következtetést nem gyengíti a B. Peelaers és a Visys, valamint a Bizottság által hivatkozott azon körülmény, hogy a 2000/31 irányelv 2. cikkének f) pontja úgy határozza meg a kereskedelmi tájékoztatás fogalmát, hogy többek között pontosítja azt, hogy „önmag[á]ban nem minősül [...] kereskedelmi tájékoztatásnak [...] a vállalkozás, szervezet vagy személy tevékenységéhez közvetlen hozzáférést lehetővé tevő információ, különösen a domainnév vagy az elektronikus levelezési cím”.

50 E tekintetben meg kell állapítani, hogy a 2000/31 irányelv 2. cikkének f) pontjában bizonyos információk és közlések kizárása a kereskedelmi tájékoztatás fogalmából semmiképpen nem jelenti azt, hogy ezen információk és ezen közlések ki lennének zárva a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja szerinti „reklám” fogalmából is, tekintve, hogy ez utóbbi fogalom meghatározása értelmében az kifejezetten magában foglal bármilyen formájú közlést.

51 Ezt a megállapítást egyébként nemcsak az a tény támasztja alá, hogy egyfelől a 84/450 és a 2006/114 irányelv, másfelől a 2000/31 irányelv – amint az azok 1. cikkéből következik – különböző céllal rendelkezik, hanem főként az a tény, hogy világosan kitűnik a 2000/31 irányelv (11) preambulumbekezdéséből és 1. cikkének (3) bekezdéséből, hogy ennek az irányelvnek az alkalmazása nem érinti a fogyasztói érdekek védelmének létező szintjét, és a 84/450 irányelv – illetve ebből következően a 2006/114 irányelv is – teljes mértékben alkalmazandó marad az információs társadalom keretében nyújtott szolgáltatásokra.

52 Végül a metatagek valamely weboldal metaadataiban történő használatát illetően nem vitás, hogy az alapügyben azt a tényt kifogásolják, hogy a Visys ezen weboldalak metaadataiba – és így forráskódjukba – a „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, [...] Best nv” metatageket illesztette be, amely metatagek a BEST bizonyos árucikkei elnevezésének, valamint kereskedelmi neve betűszavának felelnek meg.

53 A kulcsszavakból álló ilyen metatagek („keyword metatags”) – amelyeket a keresőmotorok olvasnak, amikor az internetet böngészik az ott található számos oldal hivatkozása érdekében – teszik részben lehetővé e keresőmotorok számára, hogy az oldalakat az internethasználó által használt keresőkifejezéshez mért relevanciájuk szerint sorolja be.

54 Így az olyan metatagek használata, amelyek egy versenytárs árucikkei elnevezésének, illetve a versenytárs kereskedelmi nevének felelnek meg, főszabály szerint azt fogja eredményezni, hogy amikor az e versenytárs árucikkeit kereső internethasználó ezen elnevezések egyikét vagy e nevet beírja a keresőmotorba, az ez utóbbi által megjelenített természetes eredmény módosulni fog e metatagek használója javára, és a weboldala felé mutató link bekerül ezen eredmények listájába, adott esetben az említett versenytárs weboldala felé mutató link közvetlen közelében.

55 Konkrétabban az alapügyben szóban forgó metatagek használatát illetően megállapításra került, hogy amikor egy internethasználó a „Best Laser Sorter” szavakat írta be a „www.google.be” keresőmotorba, ez utóbbi második keresési eredményként, rögtön a BEST weboldala után a Visys weboldalára mutat.

56 Márpedig az esetek többségében valamely társaság árucikkeinek elnevezését vagy a társaság nevét keresőkifejezésként beíró internethasználó e meghatározott árucikk vagy e társaság és annak árucikkválasztéka kapcsán kíván információkat vagy ajánlatokat találni. Ennélfogva, amennyiben a természetes eredmények listáján olyan linkek jelennek meg, amelyek e társaság versenytársának árucikkeire mutatnak, az internethasználó számára úgy tűnhet, hogy ezen linkek az említett társaság árucikkeinek alternatíváit jelentik, vagy úgy gondolhatja, hogy azok ez utóbbi társaság árucikkeit kínáló oldalakra vezetnek (lásd analógia útján a C-236/08-238/08. sz., Google France és Google ügyekben 2010. március 23-án hozott ítélet [EBHT 2010., I-2417. o.] 68. pontját). Még inkább ez a helyzet, ha az említett társaság versenytársának weboldalaira mutató linkek az első keresési eredmények között találhatók, ugyanezen társaság eredményeihez közel, vagy ha a versenytárs egy olyan domainnevet használ, amely az előbbi társaság kereskedelmi nevére vagy egyik árucikkének elnevezésére utal.

57 Amennyiben tehát az a következménye egy versenytárs árucikkei elnevezésének, illetve annak cégnevének megfelelő metatagek használatának egy weboldal forráskódjában, hogy azt sugallja az ezen elnevezések egyikét vagy ezt a nevet keresőkifejezésként beíró internethasználónak, hogy ez az oldal kapcsolódik a kereséséhez, az ilyen használatot a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja szerinti közlés egy formájának kell tekinteni.

58 Ellentétben azzal, amire B. Peelaers és a Visys hivatkozik, nem releváns e tekintetben az a tény, hogy ezek a metatagek az internethasználó számára nem láthatók, és hogy a közvetlen címzettjük nem ő, hanem a keresőmotor. E tekintetben elegendő megállapítani, hogy az említett rendelkezések szerint a reklám fogalma kifejezetten bármilyen formájú közlést magában foglal, beleértve tehát közvetett közlési formákat is, különösen, ha ezek alkalmasak lehetnek a fogyasztók gazdasági magatartásának befolyásolására, és ekképpen kihatással lehetnek azon versenytársra, amelynek nevére vagy árucikkeire a metatagek utalnak.

59 Egyébiránt nem kétséges, hogy a metatagek ilyen használata egy reklámozási stratégia, amennyiben az a célja, hogy az internethasználót rábírja arra, hogy a használó oldalát meglátogassa, és hogy érdeklődjön annak árucikkei vagy szolgáltatásai iránt.

60 A fentiekre tekintettel az előterjesztett kérdésre azt a választ kell adni, hogy úgy kell értelmezni a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontját, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontját, hogy az ezen rendelkezések szerinti „reklám” fogalom – olyan tényállás esetén, mint amely az alapügyben is előfordul – magában foglalja valamely domainnév használatát, valamint metatagek valamely weboldal metaadataiban történő használatát. Ellenben nem tartozik bele ebbe a fogalomba önmagában egy domainnév bejegyeztetése.

A költségekről

61 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (harmadik tanács) a következőképpen határozott:

A 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv által módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv 2. cikkének (1) pontját, illetve a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 2. cikkének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy az ezen rendelkezések szerinti „reklám” fogalom – olyan tényállás esetén, mint

amely az alapügyben is előfordul – magában foglalja valamely domainnév használatát, valamint metatagek valamely weboldal metaadataiban történő használatát. Ellenben nem tartozik bele ebbe a fogalomba önmagában egy domainnév bejegyeztetése.

Aláírások