Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (tretji senat)

z dne 11. julija 2013 *

„Direktivi 84/450/EGS in 2006/114/ES — Zavajajoče in primerjalno oglaševanje — Pojem ‚oglaševanje‘ — Registracija in uporaba imena domene — Uporaba metaoznak v metapodatkih spletnega mesta“

V zadevi C-657/11,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki ga je vložilo Hof van cassatie (Belgija) z odločbo z dne 8. decembra 2011, ki je prispela na Sodišče 21. decembra 2011, v postopku

Belgian Electronic Sorting Technology NV

proti

Bertu Peelaersu,

Visys NV,

SODIŠČE (tretji senat),

v sestavi M. Ilešič (poročevalec), predsednik senata, K. Lenaerts, podpredsednik Sodišča v funkciji sodnika tretjega senata, E. Jarašiūnas, A. Ó Caoimh in C. G. Fernlund, sodniki,

generalni pravobranilec: P. Mengozzi,

sodna tajnica: C. Strömholm, administratorka,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 24. januarja 2013,ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

— za družbo Belgian Electronic Sorting Technology NV P. Maeyaert, P. de Jong in J. Muyldermans, odvetniki,

— za B. Peelaersa in Visys NV V. Pede in S. Demuenynck, odvetnika,

— za belgijsko vlado J.-C. Halleux in T. Materne, agenta,

— za estonsko vlado M. Linntam, agentka,

— za italijansko vlado G. Palmieri, agentka, skupaj s S. Fiorentinom, avvocato dello Stato,

* Jezik postopka: nizozemščina.

— za poljsko vlado B. Majczyna in M. Szpunar, agenta,

— za Evropsko komisijo M. Owsiany-Hornung in M. van Beek, agenta,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 21. marca 2013

izreka naslednjo

Sodbo

1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago pojma „oglaševanje“ v smislu člena 2 Direktive Sveta z dne 10. septembra 1984 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju (84/450/EGS) (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 1, str. 227), kakor je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 (UL L 149, str. 22, v nadaljevanju: Direktiva 84/450), in člena 2 Direktive 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju (UL L 376, str. 21).

2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med družbo Belgian Electronic Sorting Technology NV, imenovano tudi BEST NV (v nadaljevanju: BEST), na eni strani ter B. Peelaersom in družbo Visys NV (v nadaljevanju: Visys), katere soustanovitelj je B. Peelaers, na drugi strani glede registracije in uporabe imena domene „www.bestlasersorter.com“ s strani družbe Visys ter njene uporabe metaoznak, ki napeljujejo na družbo BEST in njene proizvode.

Pravni okvir

Pravo Unije

3 Člen 1 Direktive 84/450 določa, da je namen te direktive varstvo trgovcev pred zavajajočim oglaševanjem in nepoštenimi posledicami takega oglaševanja ter določitev pogojev, pod katerimi je primerjalno oglaševanje dovoljeno.

4 Člen 2, točke 1, 2 in 2a, določa te opredelitve:

„[…]

1. ‚oglaševanje‘ pomeni kakršno koli obliko predstavitve v zvezi s trgovsko, poslovno, obrtno dejavnostjo ali svobodno poklicno dejavnostjo, katere namen je spodbujanje prodaje blaga ali storitev, vključno z nepremičninami, pravicami in obveznostmi;

2. ‚zavajajoče oglaševanje‘ pomeni vsako oglaševanje, ki na kateri koli način, vključno s predstavitvijo, zavaja ali bi utegnilo zavajati osebe, ki jim je namenjeno ali osebe, ki jih doseže, in ki bi zaradi svoje zavajajoče narave verjetno vplivalo na ekonomsko obnašanje oseb ali ki iz enakih razlogov škodi ali bi utegnilo škoditi konkurentom;

2a. primerjalno oglaševanje pomeni vsako oglaševanje, ki izrecno ali z nakazovanjem določa identiteto konkurenta ali blaga oziroma storitev, ki jih ponuja konkurent“.

5 Direktiva 84/450 je bila razveljavljena z Direktivo 2006/114, ki je začela veljati 12. decembra 2007. Glede na čas dejanskega stanja za spor o glavni stvari deloma velja Direktiva 84/450, deloma pa Direktiva 2006/114.

6 V uvodnih izjavah 3, 4, 8, 9, 14 in 15 Direktive 2006/114 je navedeno:

„(3) Zavajajoče in nedovoljeno primerjalno oglaševanje lahko povzroči izkrivljanje konkurence na notranjem trgu.

(4) Oglaševanje, ne glede na to, ali pride do sklenitve pogodbe, vpliva na ekonomsko blaginjo potrošnikov in trgovcev.

[…]

(8) Kadar primerjalno oglaševanje primerja materialne, pomembne, preverljive in značilne lastnosti in ni zavajajoče, je lahko legitimno sredstvo obveščanja potrošnikov o prednostih. Zaželeno je zagotoviti širok koncept primerjalnega oglaševanja zato, da se zajamejo vse oblike primerjalnega oglaševanja.

(9) Treba bi bilo oblikovati pogoje za dovoljeno primerjalno oglaševanje, kar se tiče primerjav, da bi določili, katere prakse v zvezi s primerjalnim oglaševanjem lahko povzročajo izkrivljanje konkurence, škodijo konkurentom in škodljivo vplivajo na izbiro potrošnikov. […]

[…]

(14) Vendarle je lahko nujno, če naj bo primerjalno oglaševanje učinkovito, določiti identiteto blaga ali storitev konkurenta, se sklicevati na blagovno znamko ali trgovsko ime, katerega lastnik je konkurent.

(15) Uporaba blagovne znamke ali trgovskega imena ali drugih znakov razlikovanja konkurenta ne krši te izključne pravice, če je v skladu s pogoji, določenimi v tej direktivi, torej če je cilj take uporabe le razločevanje med konkurenti in objektivno poudarjanje razlik.“

7 Člen 1 Direktive 2006/114 določa cilj te direktive z enakim besedilom kot člen 1 Direktive 84/450.

8 V členu 2, od (a) do (c), Direktive 2006/114 so dobesedno ponovljene opredelitve oglaševanja, zavajajočega oglaševanja in primerjalnega oglaševanja iz Direktive 84/450.

9 V uvodni izjavi 11 Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju) (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 13, zvezek 25, str. 399), je navedeno:

„Ta direktiva ne posega na raven obstoječe zaščite varstva javnega zdravja in interesa potrošnikov, uvedeno na podlagi pravnih aktov Skupnosti; […] isti pravni red Skupnosti, ki se v celoti uporablja za storitve informacijske družbe, zajema tudi Direktivo [84/450] […]“

10 Člen 1(1) in (2) Direktive 2000/31 določa, da je njen cilj prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga z zagotavljanjem prostega pretoka storitev informacijske družbe med državami članicami. V ta namen usklajuje nekatere nacionalne določbe o storitvah informacijske družbe glede notranjega trga, sedeža ponudnikov storitev, komercialnih sporočil, elektronskih pogodb, odgovornosti posrednikov, kodeksov ravnanja, izvensodnega reševanja sporov, sodnega varstva in sodelovanja med državami članicami.

11 Člen 1(3) te direktive določa:

„Ta direktiva dopolnjuje pravo [Unije], ki se uporablja za storitve informacijske družbe, in ne posega v stopnjo zaščite, še posebno ne javnega zdravja in varstva interesov potrošnikov, kakor izhaja iz pravnih aktov [Unije] in nacionalne zakonodaje za njihovo izvajanje, če to ne omejuje svobode zagotavljanja storitev informacijske družbe.“

12 V členu 2(f) navedene direktive je pojem „komercialno sporočilo“ opredeljen tako:

„[…] vsaka oblika sporočila, namenjena neposredni ali posredni promociji blaga, storitev ali podobe podjetja, organizacije ali osebe, ki opravlja trgovsko, industrijsko ali obrtno dejavnost ali zakonsko urejeni poklic. Naslednje samo po sebi še ne predstavlja komercialnega sporočila:

— podatki, ki omogočajo neposreden dostop do dejavnosti podjetja, organizacije ali osebe, predvsem ime domene ali elektronski naslov;

— sporočila v zvezi z blagom, storitvami ali podobo podjetja, organizacije ali osebe, ki se zagotavljajo neodvisno in brez finančnega nadomestila“.

Belgijsko pravo

13 Člen 93, točka 3, zakona o poslovnih praksah in obveščanju ter varstvu potrošnikov z dne 14. julija 1991 (*Belgisch Staatsblad* z dne 29. avgusta 1991, str. 18712), s katerim je bila prenesena Direktiva 84/450, pojem oglaševanja opredeljuje kot „kakršno koli obliko predstavitve, katere namen je neposredno ali posredno spodbujanje prodaje blaga ali storitev, in sicer [ne glede na] kraj ali sredstva sporočanja, ki se pri tem uporabijo“. Ta zakon je bil razveljavljen in nadomeščen z zakonom o tržnih praksah in o varstvu potrošnikov z dne 6. aprila 2010 (*Belgisch Staatsblad* z dne 12. aprila 2010, str. 20803), kjer je v členu 2, točka 19, enaka opredelitev.

14 Člen 2, točka 7, zakona o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe z dne 11. marca 2003 (*Belgisch Staatsblad* z dne 17. marca 2003, str. 12962), s katerim je prenesena Direktiva 2000/31, pojem oglaševanja opredeljuje tako:

„[…] vsaka oblika sporočila, namenjena neposredni ali posredni promociji blaga, storitev ali podobe podjetja, organizacije ali osebe, ki opravlja trgovsko, industrijsko ali obrtno dejavnost ali zakonsko urejen poklic.

Za potrebe tega zakona sami po sebi še ne pomenijo oglaševanja:

(a) podatki, ki omogočajo neposreden dostop do dejavnosti podjetja, organizacije ali osebe, predvsem ime domene ali naslov elektronske pošte;

(b) neodvisno izdelana sporočila, zlasti če niso opravljena za plačilo“.

15 V skladu s členom 2, točka 1, zakona z dne 26. junija 2003 o protipravni registraciji imen domene (*Belgisch Staatsblad* z dne 9. septembra 2003, str. 45225) je ime domene „alfanumerična predstavitev digitalnega naslova IP (Internet Protocol), ki omogoča identifikacijo računalnika, ki je povezan z internetom […]“.

Spor o glavni stvari in vprašanje za predhodno odločanje

16 Družbi BEST in Visys razvijata, proizvajata in prodajata naprave in sisteme za razvrščanje, ki so opremljeni z lasersko tehnologijo.

17 Družba BEST je bila ustanovljena 11. aprila 1996. Njeni modeli naprav za razvrščanje se imenujejo „Helius“, „Genius“, „LS9000“ in „Argus“.

18 Družbo Visys je 7. oktobra 2004 ustanovil skupaj z drugimi B. Peelaers, nekdanji zaposleni družbe BEST.

19 B. Peelaers je 3. januarja 2007 za račun družbe Visys registriral ime domene „www.bestlasersorter.com“. Spletno mesto pod tem imenom domene je po vsebini enako običajnima spletnima mestoma družbe Visys, ki sta dostopni pod imenoma domene „www.visys.be“ in „www.visysglobal.be“.

20 Družba BEST je 4. aprila 2008 vložila prijavo figurativne znamke Benelux BEST za proizvode in storitve iz razredov 7, 9, 40 in 42 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen.

21 Sodni izvršitelj je 23. aprila 2008 ugotovil, da je iskalnik „www.google.be“ pri vnosu iskalnih pojmov „Best Laser Sorter“ kot drugi rezultat iskanja, za spletnim mestom družbe BEST, napotil na spletno mesto družbe Visys in da je ta družba na svojih spletnih mestih uporabila metaoznake „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv“.

22 Družba BEST je menila, da registracija in uporaba imena domene „www.bestlasersorter.com“ ter uporaba navedenih metapodatkov škodujejo njeni znamki in njenemu trgovskemu imenu in pomenijo kršitev zakonodaje s področja zavajajočega in primerjalnega oglaševanja ter področja protipravne registracije imen domene, zato je 30. aprila 2008 vložila tožbo zoper B. Peelaersa in družbo Visys zaradi prenehanja teh zatrjevanih posegov in kršitev. B. Peelaers in družba Visys sta v odgovor na to tožbo vložila nasprotno tožbo za ugotovitev ničnosti figurativne znamke Benelux BEST.

23 Voorzitter van de rechtbank van koophandel te Antwerpen je s sodbo z dne 16. septembra 2008 ugotovilo, da zahtevki družbe BEST niso utemeljeni, razen tistega, ki se nanaša na kršitev zakonodaje s področja primerjalnega in zavajajočega oglaševanja zaradi uporabe zadevnih metaoznak. Poleg tega je zavrnilo nasprotno tožbo B. Peelaersa in družbe Visys.

24 Hof van beroep te Antwerpen, ki je odločalo o pritožbi družbe BEST ter nasprotni pritožbi B. Peelaersa in družbe Visys, je s sodbo z dne 21. decembra 2009 zavrnilo vse zahtevke družbe BEST, tudi tistega, ki se nanaša na kršitev zakonodaje s področja primerjalnega in zavajajočega oglaševanja, ter ugotovilo ničnost znamke Benelux BEST zaradi neobstoja razlikovalnega učinka.

25 Družba BEST je zoper to sodbo na predložitveno sodišče vložila kasacijsko pritožbo. To je s sodbo z dne 8. decembra 2011 zavrnilo vse razloge družbe BEST iz kasacijske pritožbe, razen tistega, ki se nanaša na kršitev zakonodaje s področja primerjalnega in zavajajočega oglaševanja.

26 V teh okoliščinah je Hof van cassatie prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo to vprašanje:

„Ali je treba pojem ‚oglaševanje‘ iz člena 2 Direktive [84/450] in iz člena 2 Direktive [2006/114] razlagati tako, da zajema registracijo in uporabo imena domene ter uporabo metaoznak v metapodatkih spletnega mesta?“

Vprašanje za predhodno odločanje

27 Najprej je treba navesti, da družba BEST Sodišču predlaga, prvič, naj po uradni dolžnosti odloči o vprašanju, ali člen 3(1)(b) in (c) Prve direktive Sveta z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (89/104/EGS) (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 1, str. 92) nasprotuje registraciji znamke, ki se šteje za promocijsko ali sugestivno. Drugič, družba BEST Sodišču predlaga, naj odgovori na vprašanje, ali je varstvo, ki je trgovskemu imenu priznano s členom 8 Pariške konvencije za zaščito industrijske lastnine, podpisane 20. marca 1883 v Parizu, nazadnje revidirane 14. julija 1967 v Stockholmu in spremenjene 28. septembra 1979 (*United Nations Treaty Series*, zv. 828, št. 11851, str. 305) v povezavi s členoma 1 in 2 Sporazuma o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine iz Aneksa 1 C k Sporazumu o ustanovitvi Svetovne trgovinske organizacije (STO), ki je bil 15. aprila 1994 podpisan v Marakešu in odobren s Sklepom Sveta z dne 22. decembra 1994 o sklenitvi sporazumov doseženih v Urugvajskem krogu večstranskih pogajanj (1986 – 1994), v imenu Evropske skupnosti, v zvezi z zadevami, ki so v njeni pristojnosti (94/800/ES) (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 11, zvezek 21, str. 80), odvisno od tega, ali je mogoče ugotoviti, da ima to trgovsko ime razlikovalni učinek.

28 V zvezi s tem je treba spomniti, da le predložitveno sodišče opredeli predmet vprašanj, ki jih namerava predložiti Sodišču. Samo nacionalna sodišča, ki odločajo o sporu in morajo prevzeti odgovornost za sodno odločbo, ki jo bodo izdala, namreč glede na posebnosti vsake zadeve presojajo, ali je za izdajo njihove sodbe potrebno sprejetje predhodne odločbe in ali so vprašanja, ki jih postavljajo Sodišču, upoštevna (glej sodbe z dne 16. marca 1999 v zadevi Castelletti, C-159/97, Recueil, str. I-1597, točka 14; z dne 6. julija 2006 v zadevi Kersbergen-Lap in Dams-Schipper, C-154/05, ZOdl., str. I-6249, točka 21, in z dne 25. januarja 2007 v zadevi Dyson, C-321/03, ZOdl., str. I-687, točka 23).

29 Res je Sodišče večkrat razsodilo, da čeprav na formalni ravni predložitveno sodišče omeji svoj predlog na razlago nekaterih določb prava Unije, taka okoliščina ne preprečuje, da mu Sodišče da vse elemente razlage navedenega prava, ki lahko koristijo pri razsodbi v zadevi, o kateri odloča, ne glede na to, ali se je predložitveno sodišče v vprašanju nanje sklicevalo (glej zlasti zgoraj navedeno sodbo Dyson, točka 24, ter sodbi z dne 26. aprila 2007 v zadevi Alevizos, C-392/05, ZOdl., str. I-3505, točka 64, in z dne 29. januarja 2008 v zadevi Promusicae, C-275/06, ZOdl., str. I-271, točka 42).

30 Ker pa je predložitveno sodišče že dokončno zavrnilo razloge družbe BEST iz kasacijske pritožbe, na katere se nanašata vprašanji iz točke 27 te sodbe, ni mogoče šteti, da bi bil odgovor na ti vprašanji koristen za rešitev spora, o katerem odloča predložitveno sodišče.

31 V teh okoliščinah ni treba obravnavati teh vprašanj, ki presegata okvir vprašanja, ki ga je postavilo predložitveno sodišče.

32 Predložitveno sodišče s svojim vprašanjem sprašuje, ali je treba člen 2, točka 1, Direktive 84/450 in člen 2(a) Direktive 2006/114 razlagati tako, da pojem „oglaševanje“, kot je opredeljen s tema določbama, v položaju, kakršen je ta v postopku v glavni stvari, zajema, prvič, registracijo imena domene, drugič, uporabo takega imena, in tretjič, uporabo metaoznak v metapodatkih spletnega mesta.

33 Razen družbe BEST in italijanske vlade vse stranke v postopku pred sodiščem, B. Peelaers in družba Visys, belgijska, estonska in poljska vlada ter Evropska komisija, menijo, da registracije imena domene ni mogoče šteti za oglaševanje. Glede uporabe takega imena pa le B. Peelaers in družba Visys ter Komisija menijo, da ta načeloma ne more pomeniti oglaševanja. Glede uporabe metaoznak v metapodatkih spletnega mesta družba BEST ter belgijska in italijanska vlada menijo, da pojem oglaševanja, zlasti v okoliščinah, kot so te v postopku v glavni stvari, vključuje tako uporabo, B. Peelaers, družba Visys, poljska vlada in Komisija pa zagovarjajo nasprotno stališče. Estonska vlada se do tega vidika ni opredelila.

34 Člen 2, točka 1, Direktive 84/450 in člen 2(a) Direktive 2006/114 pojem oglaševanja opredeljujeta kot kakršno koli obliko predstavitve v zvezi s trgovsko, poslovno, obrtno dejavnostjo ali svobodno poklicno dejavnostjo, katere namen je spodbujanje prodaje blaga ali storitev.

35 Sodišče je že navedlo, da se lahko glede na to posebno široko opredelitev oglaševanje pojavlja v zelo različnih oblikah (glej zlasti sodbo z dne 25. oktobra 2001 v zadevi Toshiba Europe, C-112/99, Recueil, str. I-7945, točka 8) in da nikakor ni omejeno na klasične oblike oglaševanja.

36 Pri ugotavljanju, ali neka praksa pomeni obliko oglaševanja v smislu navedenih določb, je treba upoštevati namen direktiv 84/450 in 2006/114, ki je, kot je razvidno iz člena 1 obeh direktiv, varstvo trgovcev pred zavajajočim oglaševanjem in nepoštenimi posledicami takega oglaševanja ter določitev pogojev, pod katerimi je primerjalno oglaševanje dovoljeno.

37 S temi pogoji se želi, kakor je Sodišče ugotovilo glede Direktive 84/450 in kot za Direktivo 2006/114 izhaja iz njenih uvodnih izjav 8, 9 in 15, doseči uravnoteženje različnih interesov, ki so lahko prizadeti z dovolitvijo primerjalnega oglaševanja, s čimer se konkurentom omogoči objektivno prikazati odlike različnih primerljivih izdelkov, da bi se spodbudila konkurenca v korist potrošnikov, in se hkrati prepovejo prakse, ki lahko povzročajo izkrivljanje konkurence, škodijo konkurentom in škodljivo vplivajo na izbiro potrošnikov (glej v tem smislu sodbi z dne 18. junija 2009 v zadevi L'Oréal in drugi, C-487/07, ZOdl., str. I-5185, točka 68, in z dne 18. novembra 2010 v zadevi Lidl, C-159/09, ZOdl., str. I-11761, točka 20).

38 Poleg tega iz uvodnih izjav 3, 4 in 8, drugi stavek, Direktive 2006/114 ter iz prav tako širokih opredelitev pojmov „zavajajoče oglaševanje“ in „primerjalno oglaševanje“ iz člena 2, točki 2 in 2a, Direktive 84/450 ter člena 2(b) in (c) Direktive 2006/114 izhaja, da je bil namen zakonodajalca Unije s tema direktivama uvesti celovito ureditev za vse pojavne oblike oglaševanja, ne glede na to, ali pripeljejo do sklenitve pogodbe, zato da se prepreči, da bi tako oglaševanje škodovalo potrošnikom ali trgovcem in povzročilo izkrivljanje konkurence na notranjem trgu.

39 Zato pojma „oglaševanje“ v smislu direktiv 84/450 in 2006/114 ni mogoče razlagati in uporabljati tako, da za ukrepe trgovca, ki so namenjeni spodbujanju prodaje njegovih proizvodov ali storitev in ki lahko vplivajo na ekonomsko vedenje potrošnikov ter torej vplivajo na konkurente tega trgovca, ne veljajo pravila o lojalni konkurenci, določena s tema direktivama.

40 V zadevi v glavni stvari ni sporno, da je B. Peelaers ime domene „www.bestlasersorter.com“ registriral za račun družbe Visys in da je ta družba to ime ter metaoznake „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv“ uporabljala pri svoji poslovni dejavnosti.

41 Med strankami v postopku pred Sodiščem je tako sporno le vprašanje, ali je mogoče navedena dejanja B. Peelaersa in družbe Visys opredeliti kot „obliko predstavitve“, katere „namen je spodbujanje prodaje blaga ali storitev“ v smislu člena 2, točka 1, Direktive 84/450 in člena 2(a) Direktive 2006/114.

42 Najprej, glede registracije imena domene je treba ugotoviti, kot je navedel generalni pravobranilec v točkah 48 in 49 sklepnih predlogov, da je le formalno dejanje, s katerim se organizaciji, pooblaščeni za upravljanje imen domene, predlaga, da to ime domene za plačilo vnese v svojo podatkovno zbirko in da internetne uporabnike, ki vtipkajo to ime domene, poveže izključno z naslovom IP, ki ga je navedel imetnik tega imena domene. Zgolj registracija imena domene pa še ne pomeni, da se bo to nato dejansko uporabilo za postavitev spletnega mesta in da se bodo zato internetni uporabniki lahko seznanili s tem imenom domene.

43 Ob upoštevanju namena direktiv 84/450 in 2006/114, na katerega je opozorjeno v točkah od 36 do 38 te sodbe, pa ni mogoče šteti, da tako povsem formalno dejanje, ki samo po sebi ne vključuje nujno možnosti seznanitve potencialnih potrošnikov z imenom domene in torej ne more vplivati na njihovo izbiro, pomeni obliko predstavitve, ki je namenjena spodbujanju prodaje blaga ali storitev imetnika imena domene, v smislu člena 2, točka 1, Direktive 84/450 in člena 2(a), Direktive 2006/114.

44 Res je, kot trdi družba BEST, posledica registracije imena domene, da je konkurentom onemogočena registracija in uporaba tega imena domene za svoja spletna mesta. Vendar sama registracija tega imena domene ne vsebuje nikakršnega oglasnega sporočila, temveč pomeni kvečjemu omejitev možnosti sporočanja tega konkurenta, ki se lahko po potrebi prepreči z drugimi pravnimi normami.

45 Dalje, glede uporabe imena domene ni sporno, da se v zadevi v glavni stvari ugovarja temu, da družba Visys uporablja ime domene „www.bestlasersorter.com“ za spletno mesto, ki je po vsebini enako običajnima spletnima mestoma družbe Visys, dostopnima pod imenoma domene „www.visys.be“ in „www.visysglobal.be“.

46 Taka uporaba je očitno namenjena spodbujanju prodaje proizvodov ali storitev imetnika imena domene.

47 V nasprotju s tem, kar trdita B. Peelaers in družba Visys, ta imetnik ne namerava spodbujati prodaje svojih proizvodov ali storitev le po spletnem mestu, ki je pod imenom domene, temveč tudi z uporabo skrbno izbranega imena domene, ki naj bi čim več internetnih uporabnikov spodbudilo k obisku tega mesta in jim vzbudilo zanimanje za ponudbo tega imetnika.

48 Poleg tega je taka uporaba imena domene, ki napeljuje na nekatere proizvode, storitve ali trgovsko ime družbe, oblika predstavitve, ki je namenjena potencialnim potrošnikom in jim sugerira, da bodo pod tem imenom našli spletno mesto v zvezi z navedenimi proizvodi, storitvami ali navedeno družbo. Ime domene je lahko poleg tega v celoti ali deloma sestavljeno iz pohvalnih izrazov ali se lahko pojmuje, kot da hvali odlike proizvodov in storitev, na katere se nanaša.

49 Te ugotovitve ne more omajati okoliščina, ki jo navajajo B. Peelaers, družba Visys in Komisija, da člen 2(f) Direktive 2000/31 pri opredelitvi pojma komercialnega sporočila med drugim pojasnjuje, da „sam[i] po sebi še ne predstavlja[jo] komercialnega sporočila […] podatki, ki omogočajo neposreden dostop do dejavnosti podjetja, organizacije ali osebe, predvsem ime domene ali elektronski naslov“.

50 V zvezi s tem je treba ugotoviti, da izključitev nekaterih podatkov in sporočil iz pojma komercialnega sporočila, določenega v členu 2(f) Direktive 2000/31, nikakor ne pomeni, da so ti podatki in sporočila izključeni tudi iz pojma „oglaševanje“ v smislu člena 2, točka 1, Direktive 84/450 in člena 2(a) Direktive 2006/114, saj zadnji pojem izrecno zajema vse oblike sporočanja.

51 Te ugotovitve ne potrjuje samo to, da direktivi 84/450 in 2006/114 na eni strani in Direktiva 2000/31 na drugi strani sledijo različnim ciljem, kot je razvidno iz njihovih členov 1, temveč predvsem to, da je iz uvodne izjave 11 in člena 1(3) Direktive 2000/31 jasno razvidno, da se ta uporablja brez poseganja v obstoječo stopnjo zaščite varstva interesov potrošnikov ter da se Direktiva 84/450 in torej Direktiva 2006/114 ravno tako v celoti uporabljata za storitve, opravljene v informacijski družbi.

52 Nazadnje, glede uporabe metaoznak v metapodatkih spletnega mesta ni sporno, da se v zadevi v glavni stvari nasprotuje temu, da je družba Visys v metapodatke in torej v programsko kodo svojih spletnih mest vnesla metaoznake „Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius, […] Best nv“, ki ustrezajo imenom nekaterih proizvodov in okrajšavi trgovskega imena družbe BEST.

53 Take metaoznake, sestavljene iz ključnih besed („keyword metatags“), ki jih iskalniki preberejo ob pregledovanju interneta zaradi referenciranja številnih mest, ki so tam, so eden od dejavnikov, ki tem iskalnikom omogočajo, da razvrstijo spletna mesta po upoštevnosti glede na iskalni niz, ki ga je vnesel internetni uporabnik.

54 Tako uporaba takih oznak, ki ustrezajo imenom proizvodov konkurenta in njegovemu trgovskemu imenu, praviloma povzroči, da ko internetni uporabnik, ki išče proizvode tega konkurenta, vnese eno od teh imen v iskalnik, bo naravni rezultat, ki ga ta prikaže, spremenjen v korist uporabnika teh metaoznak in bo povezava do njegovega spletnega mesta na seznamu zadetkov, v nekaterih primerih tik ob povezavi do spletnega mesta navedenega konkurenta.

55 Podrobneje je bilo glede uporabe metaoznak v postopku v glavni stvari ugotovljeno, da ko je internetni uporabnik vnesel besede „Best Laser Sorter“ v iskalnik „www.google.be“, je ta kot drugi zadetek iskanja, za spletnim mestom družbe BEST, napotil na spletno mesto družbe Visys.

56 Kadar internetni uporabnik vnese ime proizvoda neke družbe ali njeno ime kot iskalni niz, želi v večini primerov pridobiti informacije ali ponudbe posebej o tem proizvodu ali tej družbi in njeni paleti proizvodov. Torej, če so na seznamu naravnih zadetkov prikazane povezave do spletnih mest, ki ponujajo proizvode konkurenta te družbe, lahko internetni uporabnik te povezave dojame kot alternativo proizvodom navedene družbe ali misli, da te vodijo do mest, ki ponujajo proizvode te družbe (glej po analogiji sodbo z dne 23. marca 2010 v združenih zadevah Google France in Google, od C-236/08 do C-238/08, ZOdl., str. I-2417, točka 68). To velja še toliko bolj, če so povezave do spletnega mesta konkurenta navedene družbe med prvimi rezultati iskanja, blizu povezav do spletnega mesta te družbe, ali če konkurent uporablja ime domene, ki napeljuje na trgovsko ime navedene družbe ali ime enega od njenih proizvodov.

57 Ker torej uporaba metaoznak, ki ustrezajo imenom proizvodov konkurenta in njegovemu trgovskemu imenu v programski kodi spletnega mesta, povzroči, da internetni uporabnik, ki eno od teh imen vnese v iskalnik, misli, da je to spletno mesto povezano z njegovim iskanjem, je treba tako uporabo šteti za obliko predstavitve v smislu člena 2, točka 1, Direktive 84/450 in člena 2(a) Direktive 2006/114.

58 V nasprotju s tem, kar trdita B. Peelaers in družba Visys, v zvezi s tem ni pomembno, da so te metaoznake za internetnega uporabnika nevidne in da njihov neposredni naslovnik ni ta uporabnik, temveč iskalnik. Glede tega zadošča ugotoviti, da v skladu z navedenima določbama pojem oglaševanja izrecno zajema kakršno koli obliko predstavitve, tako da vključuje tudi oblike posrednega predstavitve, in to še toliko bolj, če te lahko vplivajo na ekonomsko vedenje potrošnikov in torej na konkurenta, na čigar ime ali proizvode namigujejo metaoznake.

59 Poleg tega ni dvoma, da taka uporaba metaoznak pomeni promocijsko strategijo, saj je namenjena spodbujanju internetnega uporabnika k obisku spletnega mesta uporabnika metaoznak in zanimanju za njegove proizvode ali storitve.

60 Glede na zgoraj navedeno je treba na postavljeno vprašanje odgovoriti, da je treba člen 2, točka 1, Direktive 84/450 in člen 2(a) Direktive 2006/114 razlagati tako, da pojem „oglaševanje“, kot je opredeljen s tema določbama, v položaju, kakršen je ta v postopku v glavni stvari, zajema uporabo imena domene in metaoznak v metapodatkih spletnega mesta. Vendar pa ta pojem ne vključuje same registracije imena domene.

Stroški

61 Ker je ta postopek za stranke v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški, priglašeni za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (tretji senat) razsodilo:

Člen 2, točka 1, Direktive Sveta z dne 10. septembra 1984 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju (84/450/EGS), kakor je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005, in člen 2(a) Direktive 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju je treba razlagati tako, da pojem „oglaševanje“, kot je opredeljen s tema določbama, v položaju, kakršen je ta v postopku v glavni stvari, zajema uporabo imena domene in metaoznak v metapodatkih spletnega mesta. Vendar pa ta pojem ne vključuje same registracije imena domene.

Podpisi