EUROOPA KOHTU OTSUS (suurkoda)

12. juuli 2011 *

Kohtuasjas C-324/09,

mille ese on EÜ artikli 234 alusel High Court of Justice (England & Wales), Chancery Divisioni (Ühendkuningriik) 16. juuli 2009. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 12. augustil 2009, menetluses

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

versus

eBay International AG,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephen Potts,

Tracy Ratchford,

Marie Ormsby,

James Clarke,

Joanna Clarke,

Glen Fox,

Rukhsana Bi,

EUROOPA KOHUS (suurkoda),

koosseisus: president V. Skouris, kodade esimehed A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot, K. Schiemann, J.-J. Kasel ja D. Šváby, kohtunikud A. Rosas, R. Silva de Lapuerta, M. Ilešič (ettekandja), M. Safjan ja M. Berger,

kohtujurist: N. Jääskinen,
kohtusekretär: vanemametnik L. Hewlett,

arvestades kirjalikus menetluses ja 22. juuni 2010. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

– L'Oréal SA jt, esindajad: H. Carr, *QC* ja D. Anderson, *QC*, ning *barrister* T. Mitcheson,

– eBay International AG jt, esindajad: advokaat T. van Innis ja advokaat G. Glas,

– Ühendkuningriigi valitsus, esindajad: H. Walker ja L. Seeboruth, keda abistas *barrister* C. May,

– Prantsusmaa valitsus, esindajad: G. De Bergues, B. Beaupère-Manokha, J. Gstalster ja B. Cabouat,

– Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* S. Fiorentino,

– Poola valitsus, esindajad: M. Dowgielewicz ja A. Rutkowska,

– Portugali valitsus, esindaja: L. Inez Fernandes,

– Euroopa Komisjon, esindaja: H. Krämer,

olles 9. detsembri 2010. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus käsitleb seda, kuidas tuleb tõlgendada nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92), muudetud 2. mai 1992. aasta Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga (EÜT 1994, L 1, lk 3; ELT eriväljaanne 11/52, lk 3) (edaspidi „direktiiv 89/104") artikleid 5 ja 7, nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) artikleid 9 ja 13, Euroopa Parlamendi ja nõukogu 8. juuni 2000. aasta direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul („direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta") (EÜT 2000, L 178, lk 1; ELT eriväljaanne 13/25, lk 399) artiklit 14 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 29. aprilli 2004. aasta direktiivi 2004/48/EÜ intellektuaalomandi õiguste jõustamise kohta (ELT 2004 L 157, lk 45; ELT eriväljaanne 17/02, lk 32) artiklit 11.

2 Eelotsusetaotlus on esitatud kohtuvaidluses, mille poolteks on ühelt poolt L'Oréal SA ning selle tütarettevõtjad Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie ja L'Oréal (UK) Ltd (edaspidi koos „L'Oréal") ja teiselt poolt eBay Inc-i kolm tütarettevõtjat eBay International AG, eBay Europe SARL ja eBay (UK) Ltd (edaspidi koos „eBay") ning S. Potts, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke, J. Clarke, G. Fox ja R. Bi (edaspidi „füüsilistest isikutest kostjad") ning mis käsitleb L'Oréal'i toodete ilma tema loata müügiks pakkumist e-turul, mille haldajaks on eBay.

I. Õiguslik raamistik

A. *Direktiiv 89/104 ja määrus nr 40/94*

3 Direktiiv 89/104 tunnistati kehtetuks Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiiviga 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (kodifitseeritud versioon) (ELT L 299, lk 25), mis jõustus 28. novembril 2008, ja määrus nr 40/94 tunnistati kehtetuks nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (kodifitseeritud versioon) (ELT L 78, lk 1), mis jõustus 13. aprillil 2009. Siiski kehtivad asjaolude asetleidmise tähtaega arvestades põhikohtuasja suhtes direktiiv 89/104 ja määrus nr 40/94.

4 Direktiivi 89/104 artikkel 5 „Kaubamärgiga antavad õigused" oli sõnastatud nii:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;

b) kõiki tähiseid, mille identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või tekitada seoseid kaubamärgi ja tähise vahel.

2. Lisaks sellele võib iga liikmesriik sätestada, et omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid tema nõusolekuta kasutamast kaubandustegevuse käigus mis tahes tähist, mis on identne või sarnane kaubamärgiga, mis on välja antud kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, ja juhul kui selle tähise põhjuseta kasutamine kasutaks ebaõiglaselt ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristatavust või mainet.

3. Lõigete 1 ja 2 alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

a) tähise kandmine kaupadele või nende pakendile;

b) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine, turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähisega teenuste pakkumine või osutamine;

c) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all;

d) tähise kasutamine äridokumentidel või reklaamides.

[…]".

5 Määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punktide a ja b sõnastus vastas põhimõtteliselt direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 sõnastusele. Määruse artikli 9 lõige 2 vastas direktiivi artikli 5 lõikele 3. Määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkt c nägi ette:

„Ühenduse kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõikidel kolmandatel isikutel kasutada kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

[…]

c) kõiki tähiseid, mis on identsed või sarnased ühenduse kaubamärgiga, seoses kaupade või teenustega, mis ei ole sarnased nende kaupade ja teenustega, mille jaoks ühenduse kaubamärk on registreeritud, kui ühenduse kaubamärgil on ühenduses maine ja kui kõnealuse tähise kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks ühenduse kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist."

6 Direktiivi 89/104 artikkel 7 „Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine" sätestas:

„1. Kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all [Euroopa Majanduspiirkonna (EMP)] turule viinud kaubamärgi omanik või mis on seal turule viidud tema loaga.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui omanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud."

7 Määruse nr 40/94 artikli 13 lõige 1 nägi ette, et „[ü]henduse kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille kõnealuse kaubamärgi all on [Euroopa Liidu] turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on seal turule lastud tema loal". Nimetatud artikli lõike 2 sõnastus on identne direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 sõnastusega.

B. *Direktiiv 2000/31 (elektroonilise kaubanduse direktiiv)*

8 Direktiivi 2000/31 artikli 2 punkt a määratleb „infoühiskonna teenused" viitega Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. juuni 1998. aasta direktiivi 98/34/EÜ – millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord (EÜT L 204, lk 37; ELT eriväljaanne 13/20, lk 337), muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. juuli 1998. aasta direktiiviga 98/48/EÜ (EÜT 1998, L 217, lk 18; ELT eriväljaanne 13/21, lk 8) (edaspidi „direktiiv 98/34") – artikli 1 lõikele 2 järgmiselt: „kõik vahemaa tagant elektroonilisel teel ja teenusesaaja isikliku taotluse alusel ning tavaliselt tasu eest osutatavad teenused".

9 Direktiivi 98/34 artikli 1 lõige 2 jätkub nii:

„[…]

Selle määratluse puhul tähendab:

– „vahemaa tagant", et teenust osutatakse ilma osapoolte üheaegse kohalolekuta,

– „elektroonilisel teel", et teenus saadetakse lähtepunktist ja võetakse sihtkohas vastu elektrooniliste andmetöötlus- […] ja säilitusseadmete abil ning seda saadetakse, edastatakse ja võetakse vastu täielikult juhtmete või raadio kaudu, optiliselt või muude elektromagnetiliste vahendite abil,

– „teenusesaaja isikliku taotluse alusel", et teenust osutatakse andmeedastusena isikliku taotluse alusel.

[…]".

10 Direktiivi 2000/31 artikkel 6 sätestab:

„Lisaks muudele [liidu] õigusaktidega kehtestatud teabenõuetele tagavad liikmesriigid, et kommertsteadaanne, mis moodustab osaliselt […] infoühiskonna teenuse, vastaks vähemalt järgmistele tingimustele:

[…]

b) füüsiline või juriidiline isik, kelle nimel kommertsteadaanne esitatakse, on selgelt identifitseeritav;

[…]".

11 Direktiivi 2000/31 II peatükis on 4. jagu „Vahendajatest teenuseosutajate vastutus”, mis hõlmab artikleid 12–15.

12 Direktiivi 2000/31 artikkel 14 „Teabe talletamine” sätestab:

„1. Kui osutatakse infoühiskonna teenust, mis seisneb teenuse saaja poolt pakutava teabe talletamises, tagavad liikmesriigid, et teenuseosutaja ei vastuta teenuse saaja taotluse põhjal talletatava teabe eest järgmistel tingimustel:

a) teenuseosutajal ei ole tegelikku teavet ebaseadusliku tegevuse või teabe kohta ja kahjutasunõuete osas ei tea ta fakte või asjaolusid, millest ilmneb ebaseaduslik tegevus või teave, või

b) sellisest asjaoludest teadlikuks saades kõrvaldab teenuseosutaja kiiresti teabe või tõkestab juurdepääsu sellele.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui teenuse saaja tegutseb teenuseosutaja alluvuses või järelevalve all.

3. Käesolev artikkel ei mõjuta kohtu või haldusasutuse võimalust nõuda vastavalt liikmesriikide õigussüsteemidele teenuse osutajalt rikkumise lõpetamist või vältimist ega liikmesriikide võimalust kehtestada kord, kuidas teave kõrvaldada või juurdepääs sellele tõkestada."

13 Direktiivi 2000/31 artikkel 15 „Üldise jälgimiskohustuse puudumine" näeb ette:

„1. Liikmesriigid ei kehtesta artiklites 12, 13 ja 14 käsitletud teenuste osutajatele üldist kohustust jälgida teavet, mida nad edastavad või talletavad, ega üldist kohustust otsida ebaseaduslikku tegevust näitavaid fakte ja asjaolusid.

[…]".

14 Direktiivi 2000/31 III peatükis on ka artikkel 18 „Õiguskaitsevahendid", mis sätestab:

„1. Liikmesriigid tagavad, et nende siseriiklike õigusaktide kohaselt kasutada olevad infoühiskonna teenuseid käsitlevad õiguskaitsevahendid võimaldaksid kiiresti võtta meetmeid, kaasa arvatud ajutisi meetmeid, et lõpetada iga väidetav rikkumine ja vältida asjaomaste huvide edasist kahjustamist.

[…]".

C. Direktiiv 2004/48 (intellektuaalomandi õiguste jõustamise direktiiv)

15 Direktiivi 2004/48 põhjendused 1–3, 23, 24 ja 32 näevad ette järgmist:

„(1) Siseturu väljakujundamine nõuab liikumisvabaduse piirangute ning konkurentsimoonutuste kaotamist, luues keskkonna, mis toetab uuendusi ja investeeringuid. Sellega seoses on intellektuaalomandi kaitse oluline osa [...].

(2) [...] Samal ajal ei tohiks see pärssida sõnavabadust, vaba teabelevi või isikuandmete kaitset, sealhulgas Internetis.

(3) Intellektuaalomandi õiguste tõhusate jõustamismeetmeteta tõrjutakse uuendusi ja loometegevust ning investeeringud vähenevad. Seega on vaja tagada [liidus] intellektuaalomandi materiaalõiguse, mis on käesoleval ajal *acquis communautaire*'i ulatuslik osa, tõhus rakendamine. […]

[…]

(23) […] õiguste valdajal [peaks] olema võimalus taotleda kohtulikku tõkendit vahendaja vastu, kelle teenuseid kasutas kolmas osapool õiguste valdaja tööstusomandi õiguste rikkumiseks. Selliste tõkendite tingimused ja viisid tuleks määratleda liikmesriikide siseriiklikes õigusaktides. [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta] [d]irektiiviga 2001/29/EÜ [autoriõiguse ja sellega

kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas (EÜT 2001, L 167, lk 10; ELT eriväljaanne 17/02, lk 32)] on sätestatud autoriõiguste ja nendega kaasnevate õiguste rikkumisega seotud kõikehõlmav ühtlustamistasand. Seega ei mõjuta käesolev direktiiv direktiivi 2001/29/EÜ artikli 8 lõiget 3.

(24) Sõltuvalt üksikust kohtuasjast ning kui asjaolud seda põhjendavad, peaksid vastavad meetmed, menetlused ja õiguskaitsevahendid sisaldama tõkestavaid meetmeid, mis on suunatud edasistele intellektuaalomandi õiguste rikkumise ennetamisele. [...]

[…]

(32) Käesolevas direktiivis austatakse põhiõigusi[, mis on tunnustatud] iseäranis Euroopa Liidu põhiõiguste hartaga […]. Eelkõige püütakse käesoleva direktiiviga tagada nimetatud harta artikli 17 lõikes 2 sätestatud intellektuaalomandi õiguste täielik austamine."

16 Direktiivi 2004/48 artikkel 2, mis määratleb selle direktiivi kohaldamisala, sätestab:

„1. Ilma et see piiraks meetmete kohaldamist, mida kohaldatakse või võidakse kohaldada [liidu] või siseriiklikes õigusaktides kuni selleni, et need meetmed soosivad enam õiguste valdajaid, kehtivad käesolevas direktiivis sätestatud meetmed, menetlused ja õiguskaitsevahendid […] mis tahes intellektuaalomandi õiguste rikkumise kohta, nagu on sätestatud [liidu] õigusaktides ja/või vastava liikmesriigi siseriiklikes õigusaktides.

[...]

3. Käesolev direktiiv ei mõjuta:

a) [...] direktiivi 2003/31/EÜ […] üldiselt [ja] eriti direktiivi 2000/31/EÜ [artikleid 12–15];

[...]".

17 Direktiivi 2004/48 II peatükis „Meetmed, menetlused ja õiguskaitsevahendid" on kuus jagu; 1. jaos „Üldsätted" sisaldub järgmine artikkel 3:

„1. Liikmesriigid sätestavad vajalikud meetmed, menetlused ja õiguskaitsevahendid käesolevas direktiivis kirjeldatud intellektuaalomandi õiguste jõustamise tagamiseks. Menetlused, protseduurid ja õiguskaitsevahendid on õiglased ega ole asjatult keerulised või kulukad ega sisalda põhjendamatuid ajalisi piiranguid ega põhjendamatuid viivitusi.

2. Meetmed, menetlused ja õiguskaitsevahendid on tõhusad, proportsionaalsed ja hoiatavad ning neid rakendatakse viisil, mis võimaldab vältida tõkete loomist seaduslikule kaubandusele [...]."

18 Direktiivi 2004/48 II peatüki 5. jagu kannab pealkirja „Kohtuasja sisulisest otsustamisest tulenevad meetmed". Sellesse jakku kuuluvad artikkel 10 „Parandusmeetmed", artikkel 11 „Kohtulikud tõkendid" ja artikkel 12 „Alternatiivsed meetmed".

19 Direktiivi 2004/48 artikkel 11 sätestab:

„Liikmesriigid tagavad, et kohtuasutused võivad esitada rikkuja suhtes edasist rikkumist keelavad tõkendid, kui kohtuotsusega on leitud, et intellektuaalomandi õigusi on rikutud. Vastava siseriikliku seaduse korral tähendab allumatus kohtu tõkenditele korduvat rahalist trahvi koos tõkenditele allumise tagamisega. Ilma et see piiraks direktiivi 2001/29/EÜ artikli 8 lõike 3 kohaldamist, tagavad liikmesriigid lisaks, et õiguste valdajad võivad nõuda kohtulikke tõkendeid vahendajate suhtes, kelle teenuseid kasutas kolmas osapool intellektuaalomandi õiguste rikkumisel".

20 Direktiivi 2001/29 artikli 8 lõige 3 näeb ette:

„Liikmesriigid tagavad, et õiguste valdajatel on võimalik taotleda kohtu ettekirjutust vahendajatele, kelle teenuseid kolmandad isikud kasutavad autoriõiguse või sellega kaasneva õiguse rikkumiseks".

D. *Direktiiv 76/768 (kosmeetikatoodete direktiiv)*

21 Nõukogu 27. juuli 1976. aasta direktiiv 76/768/EMÜ liikmesriikides kosmeetikatoodete kohta vastuvõetud õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT L 262, lk 169; ELT eriväljaanne 13/03, lk 285), muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 27. veebruari 2003. aasta direktiiviga 2003/15/EÜ (ELT L 66, lk 26; ELT eriväljaanne 13/31, lk 144), artikli 6 lõige 1 sätestab:

„Liikmesriigid võtavad kõik vajalikud meetmed, millega tagatakse, et kosmeetikatooteid turustatakse ainult siis, kui nende mahutitel ja pakenditel on järgmine kustutamatu, selgesti loetav ja hästi nähtav teave; punktis g nimetatud teavet võib märkida ainult pakendile:

a) kosmeetikatoote tootja või toote turustamise eest vastutava, ühenduses registrisse kantud isiku nimi või ärinimi, aadress või registrijärgne asukoht […];

b) nominaalsisaldus pakendamise ajal […];

c) minimaalse säilimisaja tähtpäev […];

d) erilised ettevaatusabinõud, mida tuleb kasutamisel järgida […];

e) toote identifitseerimiseks partiinumber või viitenumber. […]

f) toote otstarve, kui see ei selgu tooteesitusest;

g) koostisainete loetelu […].

[…]”

E. *Siseriiklik õigus*

22 Direktiiv 89/104 võeti siseriiklikku õigusesse üle kaubamärgiseadusega (Trade Marks Act). Direktiivi 89/104 artikli 5 lõiked 1–3 on üle võetud nimetatud seaduse artikliga 10.

23 Direktiiv 2000/31 on siseriiklikku õigusesse üle võetud elektroonilise kaubanduse määrusega (Electronic Commerce Regulations). Direktiivi 2000/31 artikkel 14 on üle võetud nimetatud määruse artikliga 19.

24 Mis puutub direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmandasse lausesse, siis ei ole Suurbritannia ja Põhja-Iiri Ühendkuningriik vastu võtnud konkreetseid õigusnorme selle sätte rakendamiseks. Siiski reguleerib edasisest rikkumisest hoidumiseks kohustava ettekirjutuse tegemist Ülemkohtu seaduse (Supreme Court Act) artikkel 37, mille kohaselt võib High Court teha ettekirjutuse, millega kohustab hoiduma edasisest rikkumisest „kõigil juhtudel, kui see tema arvates on õigustatud ja eesmärgipärane" („in all cases in which it appears to be just and convenient to do so").

25 Direktiiv 76/768 on siseriiklikku õigusesse üle võetud kosmeetikatoodete määrusega (Cosmetic Products Regulations). Selle määruse artikkel 12 vastab direktiivi 76/768 artikli 6 lõikele 1 ja selle rikkumine võib endast kujutada kuritegu.

II. Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

26 L'Oréal on parfüümide ning kosmeetika- ja juuksehooldustoodete tootja ja tarnija. Ühendkuningriigis on ta mitme siseriikliku kaubamärgi omanik. Ta on ka ühenduse kaubamärkide omanik.

27 L'Oréal'i toodete turustamine on korraldatud suletud turustusvõrgustiku kaudu, mille raames on volitatud edasimüüjatel keelatud tarnida tooteid volitamata edasimüüjatele.

28 eBay haldab e-turgu, kus kuvatakse kirjeid kaupade kohta, mida pakuvad müügiks eBays sel eesmärgil registreerunud ja seal müügikonto loonud isikud. eBay võtab sooritatud tehingutelt tasu protsendina tehinguväärtusest.

29 eBay võimaldab potentsiaalsel ostjal teha müüja poolt pakutava kauba kohta pakkumisi enampakkumise põhimõttel. Samuti on võimalik müüa kaupa oksjoniväliselt ehk kindla hinnaga nn osta-kohe-süsteemi abil. Lisaks saavad müüjad eBay veebisaidil luua nn e-poode. Sellises „poes" pakutakse kõiki müüja poolt konkreetsel ajahetkel pakutavaid kaupu.

30 Müüjad ja ostjad peavad nõustuma eBay poolt määratletud e-turu kasutustingimustega. Tingimuste hulka kuulub keeld müüa võltsitud kaupa ja rikkuda kaubamärgiõigusi.

31 Vajadusel aitab eBay müüjatel pakkumisi optimeerida, e-poode luua ning müüki edendada ja läbimüüki suurendada. Peale selle reklaamib eBay teatavaid oma e-turul müüdavaid kaupu selliste otsingumootorite haldajate nagu Google kaudu reklaamsõnumite kuvamise teel.

32 L'Oréal saatis 22. mail 2007 eBayle kirja, teatades oma murest seoses tema intellektuaalomandi õigusi rikkuva ulatusliku müügitegevusega eBay Euroopa veebisaitidel.

33 Saadud vastus L'Oréali ei rahuldanud ja nii esitas ta eBay vastu mitu hagi erinevates liikmesriikides, sealhulgas ühe High Court of Justice (England and Wales), Chancery Divisionile.

34 L'Oréal palus High Court of Justice'il esiteks tuvastada, et eBay ja füüsilistest isikutest kostjad vastutavad viimaste poolt veebisaidi www.ebay.co.uk kaudu 17 esemega sooritatud müügitehingute eest, kuna väidetavalt kahjustasid need tehingud L'Oréal'i õigusi, mis tulenevad eelkõige sõnu „Amor Amor" sisaldavast ühenduse kujutismärgist ja siseriiklikust sõnamärgist „Lancôme".

35 L'Oréal'i ja eBay vahel ei ole vaidlust selle üle, et kõnealuse 17 eseme hulgas oli kaks L'Oréal'i margitoodete võltsingut.

36 Kuigi L'Oréal ei väitnud, et ülejäänud 15 eset olid võltsingud, leidis ta siiski, et nende müük kahjustas tema kaubamärgiõigusi, sest need esemed olid kas kaubad, mis ei olnud mõeldud müügiks, näiteks näidised ja proovipudelid, või L'Oréal'i margitooted,

mis olid mõeldud müügiks Põhja-Ameerikas, mitte Euroopa Majanduspiirkonnas (edaspidi „EMP"). Lisaks müüdi teatavaid tooteid ilma pakendita.

37 High Court of Justice kinnitas, et füüsilistest isikutest kostjad tegid veebisaidil www.ebay.co.uk L'Oréal'i poolt kirjeldatud müügitehinguid, jättes kohtuvaidluse selles etapis siiski otsustamata, mil määral oli tegemist L'Oréal'i kaubamärgiõiguste rikkumisega.

38 Teiseks väitis L'Oréal, et eBay vastutab L'Oréal'i kaubamärkide kasutamise eest, kuna neid kaubamärke kuvatakse eBay veebisaidil ja selliste otsingumootorite haldajate nagu Google veebisaitidel spondeeritud linkides neile kaubamärkidele vastavate märksõnade kasutamise tulemusel.

39 Seoses viimasega on vaieldamatu, et eBay on Google'i viitamisteenuse AdWords raames L'Oréal'i kaubamärkidele vastavate märksõnade valimise abil saavutanud selle, et kui taoline märksõna vastab internetikasutaja poolt Google'i otsingumootoris tehtud päringu otsisõnale, kuvatakse alati veebisaidi www.ebay.co.uk reklaamilink. See link kuvatakse reklaamilinkide väljal, mis asub Google'i ekraanikuva paremas ääres või ülaosas.

40 Niisiis, kui internetikasutaja sisestas 27. märtsil 2007 Google'i otsingumootorisse päringuna sõnad „shu uemura", mis vastavad üldjoontes L'Oréal'i siseriiklikule sõnamärgile „Shu Uemura", siis kuvati reklaamlinkide väljal tulemuseks järgmine reklaamsõnum:

„Shu Uemura

Shu uemura suurepärased pakkumised

Osta eBay'st ja säästa!

www.ebay.co.uk"

(„Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk")

41 Hiireklikk sellel reklaamilingil suunas veebisaidile www.ebay.co.uk, kus oli järgmine kirje: „leiti 96 shu uemura toote pakkumist". Neist enamuse osas oli sõnaselgelt märgitud, et need on pärit Hong Kongist.

42 Muude näidetena võib mainida, et kui internetikasutaja sisestas 27. märtsil 2007 otsisõnana Google'i otsingumootorisse osaliselt L'Oreal'i siseriiklikule sõnamärgile „Matrix" vastavad sõnad „matrix hair", siis kuvati reklaamilinkide väljal järgmine eBay reklaamsõnum:

„Matrix hair

Siit leiad fantastiliselt madalad hinnad

Täida oma soovid eBay.co.uk saidil!

www.ebay.co.uk”

(„Matrix hair

Fantastic low prices here

Feed your passion on eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk”)

43 Kolmandaks väitis L’Oréal, et isegi kui eBay ei vastuta L’Oréal’i kaubamärkidest tulenevate õiguste rikkumise eest, peab direktiivi 2004/48 artikli 11 alusel eBay’le tegema ettekirjutuse, millega kohustatakse teda hoiduma edasisest rikkumisest.

44 L’Oréal sõlmis teatavate füüsilistest isikutest kostjatega (S. Potts, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke, J. Clarke) kohtuvälise kokkuleppe ning teiste (G. Fox ja R. Bi) vastu tehti L’Oréal’i kasuks tagaseljaotsus. Pärast seda toimus 2009. aasta märtsis High Court of Justice’is kohtuistung eBay vastu esitatud hagi asjas.

45 High Court of Justice esitas 22. mai 2009. aasta otsuses teatavad hinnangud faktiliste asjaolude kohta ja järeldas, et kohtuasjas ei saa otsust teha, sest kõigepealt vajavad mitmed õigusküsimused tõlgendamist Euroopa Liidu Kohtu poolt.

46 Nimetatud otsuses tõdes High Court of Justice, et eBay on kasutusele võtnud tarkvarafiltrid, et tuvastada need reklaamsõnumid, mis võivad rikkuda veebisaidi kasutustingimusi. See kohus tõdes samuti, et eBay on välja töötanud programmi „VeRO" („Verified Rights Owner") – teatamis- ja kustutamissüsteemi, mis abistab intellektuaalomandi õiguste omanikke e-turul nende õigusi rikkuvate reklaamsõnumite kustutamisel. L'Oréal on keeldunud programmiga ühinemast, kuna ta leiab, et see ei ole piisav.

47 High Court of Justice märkis samuti, et eBay kohaldab veebisaidi kasutustingimuste rikkujate suhtes sanktsioone, nagu e-turu kasutustingimusi rikkunud müüja ajutine või alaline blokeerimine.

48 Vaatamata eespool esitatud sedastustele leidis High Court of Justice, et eBay saaks võtta rohkem meetmeid, et vähendada niisuguseid tema e-turu vahendusel tehtavaid müügitehinguid, millega rikutakse intellektuaalomandi õigusi. Nimetatud kohtu arvates saaks eBay kasutada täiendavaid filtreid. Samuti saaks eBay lisada kasutustingimustesse keelu müüa ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta mujalt kui EMP-st pärinevaid margitooteid. Lisaks sellele võiks eBay määrata samaaegselt pakutavate toodete arvule täiendavad piirangud ning kohaldada karistusi rangemalt.

49 High Court of Justice täpsustab siiski, et kuigi eBayl oleks võimalik võtta rohkem meetmeid, ei tähenda see, et eBay on selleks õiguslikult kohustatud.

50 High Court of Justice otsustas eespool mainitud 22. mai 2009. aasta otsusele järgnenud 16. juuli 2009. aasta otsusega menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kui kaubamärgiomaniku volitatud edasimüüjad varustatakse parfüümide ja kosmeetikatoodete tasuta näidistega (st näidistega, mida kasutatakse jaemüügikohtades toote tarbijatele tutvustamiseks) ja proovipudelitega (st mahutitega, millest võetakse väikeseid koguseid tarbijatele tasuta näidisteks), mis ei ole ette nähtud müügiks (ja mis on sageli märgistatud kirjaga „müümine keelatud" või „mitte üksikmüügiks"), kas siis on tegemist sellise kauba „turule viimisega" [direktiivi 89/104] artikli 7 lõike 1 ja [määruse nr 40/94] artikli 13 lõike 1 tähenduses?

2. Kui parfüümid või kosmeetikatooted on [välispakendist] kaubamärgiomaniku nõusolekuta välja võetud, kas siis kaubamärgiomanikul on „õiguslik põhjendus" olla vastu välispakendita kauba edasisele turustamisele [direktiivi 89/104] artikli 7 lõike 2 ja [määruse nr 40/94] artikli 13 lõike 2 tähenduses?

3. Kas vastus teisele küsimusele on erinev, kui:

a) [välispakendist] välja võetud toodetel puudub direktiivi 76/768 artikli 6 lõikes 1 nõutud teave ja eelkõige koostisosade loetelu või „parim enne" kuupäev?

b) sellise teabe puudumise tõttu on välispakendita kaupade müügiks pakkumine või müük kuritegu selle liikmesriigi õiguse kohaselt, kus kolmandad isikud neid müügiks pakuvad või müüvad?

4. Kas vastus teisele küsimusele on erinev, kui edasine turustamine kahjustab või võib kahjustada asjaomaste kaupade kuvandit ja seega ka kaubamärgi mainet? Kui see on nii, siis kas sellist kahjustamist eeldatakse või peab kaubamärgiomanik seda tõendama?

5. Kui [e-turu haldaja] ostab otsingumootori haldajalt registreeritud kaubamärgiga identse tähise märksõnana kasutamise õiguse, nii et otsingumootori kasutajale kuvatakse tähis spondeeritud lingis e-turu haldaja veebisaidile, kas siis tähise kuvamine spondeeritud lingis kujutab endast tähise „kasutamist" [direktiivi 89/104] artikli 5 lõike 1 punkti a ja [määruse nr 40/94] artikli 9 lõike 1 punkti a tähenduses?

6. Kui eespool viiendas küsimuses nimetatud spondeeritud lingil klikkides satub kasutaja otse reklaamidele või müügipakkumistele, mis puudutavad kolmandate isikute poolt veebisaidile pandud tähise all müüdavaid kaupu, mis on identsed registreeritud kaubamärgi all müüdavate kaupadega ja millest konkreetsete kaupade erineva seisundi tõttu on mõne puhul tegemist kaubamärgiõiguse rikkumisega ja teiste puhul mitte, kas siis e-turu haldaja kasutab tähist õigusi rikkuvate kaupade „puhul" [direktiivi 89/104] artikli 5 lõike 1 punkti a ja [määruse nr 40/94] artikli 9 lõike 1 punkti a tähenduses?

7. Kui nende kaupade hulka, mida reklaamitakse ja pakutakse müügiks eespool kuuendas küsimuses nimetatud veebisaidil, kuuluvad kaubad, mida kaubamärgiomanik ei ole EMP-s turule viinud või mille turuleviimiseks ta ei ole nõusolekut andnud, kas siis selleks, et niisugune kasutamine kuuluks [direktiivi 89/104] artikli 5 lõike 1 punkti a ja [määruse nr 40/94] artikli 9 lõike 1 punkti a kohaldamisalasse ja jääks [direktiivi 89/104] artikli 7 lõike 1 ja [määruse nr 40/94] artikli 13

lõike 1 kohaldamisalast välja, on piisav, kui reklaam või müügipakkumine on suunatud tarbijatele kaubamärgiga hõlmatud territooriumil või peab kaubamärgiomanik tõendama, et reklaami või müügipakkumisega kaasneb tingimata asjaomaste kaupade turuleviimine kaubamärgiga hõlmatud territooriumil?

8. Kas vastused viiendale kuni seitsmendale küsimusele on erinevad, kui kaubamärgiomaniku poolt vaidlustatud kasutamise puhul esitatakse tähis e-turu haldaja enda veebisaidil, mitte spondeeritud lingis?

9. Kui selleks, et niisugune kasutamine kuuluks [direktiivi 89/104] artikli 5 lõike 1 punkti a ja [määruse nr 40/94] artikli 9 lõike 1 punkti a kohaldamisalasse ja jääks [direktiivi 89/104] artikli 7 […] ja [määruse nr 40/94] artikli 13 […] kohaldamisalast välja, on piisav, et reklaam või müügipakkumine on suunatud tarbijatele kaubamärgiga hõlmatud territooriumil:

   a) kas selline kasutamine kujutab endast või hõlmab „teenuse saaja poolt pakutava teabe talletamist" [direktiivi 2000/31] artikli 14 lõike 1 tähenduses?

   b) kui selliseks kasutamiseks ei ole eranditult [direktiivi 2000/31] artikli 14 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluv tegevus, vaid kasutamine hõlmab sellist tegevust, kas siis e-turu haldaja vabaneb sellise tegevuse ulatuses vastutusest, ja kui see on nii, kas siis sellise kasutamise puhul võib välja mõista kahjuhüvitise või muid rahalisi hüvitisi osas, mis ei ole vastutusest välistatud?

c) kas olukorras, kus e-turu haldaja teab, et tema veebisaidil on kaupu reklaamitud, müügiks pakutud ja müüdud registreeritud kaubamärki kahjustades ja et registreeritud kaubamärgi kahjustamine toimub tõenäoliselt ka edaspidi, sest samad või muud veebisaidi kasutajad reklaamivad, pakuvad müügiks ja müüvad samu või sarnaseid kaupu, on e-turu haldajal „tegelik teave" või kas ta on „teadlik" [direktiivi 2000/31] artikli 14 lõike 1 tähenduses?

10. Kui kolmas isik on kasutanud vahendaja, näiteks veebisaidi haldaja teenuseid registreeritud kaubamärgi kahjustamiseks, kas siis [direktiivi 2004/48] artikli 11 kohaselt peavad liikmesriigid tagama, et kaubamärgiomanik saaks nõuda, et kohus teeks vahendajale ettekirjutuse hoiduda kaubamärgi edasisest kahjustamisest ja mitte ainult konkreetse rikkumise jätkamisest ning kui see on nii, millises ulatuses peab siis sellist kohtulikku keeldu saama kohaldada?"

III. Eelotsuse küsimused

A. *Küsimused 1–4 ja 7, mis käsitlevad margitoodete müüki e-turul*

1. Esmased kaalutlused

51 Nagu käesoleva kohtuotsuse punktides 36 ja 37 on märgitud, ei ole vaidlust selles, et füüsilistest isikutest kostjad pakkusid veebisaidil www.ebay.co.uk müügiks ja müüsid selle kaudu liidus asuvatele tarbijatele L'Oréal'i margitooteid, mis olid viimase poolt mõeldud müügiks kolmandates riikides või mis ei olnud mõeldud müügiks, nagu

näidised ja proovipudelid. Samuti ei ole vaidlust selles, et mõned neist kaupadest müüdi ilma välispakendita.

52 Kolmandates riikides turule viidud kaupade müük veebisaidil www.ebay.co.uk tuleneb samuti punktides 40 ja 41 kokku võetud järeldustest, mille kohaselt eBay reklaamis sellel veebisaidil Hong Kongis (Hiina) asuvate Shu Uemura margitoodete müügipakkumisi.

53 eBay ei ole nõus, et selline tema e-turul toimuv müük võib rikkuda kaubamärgist tulenevaid õigusi. Eelotsuseküsimustega 1–4 ja 7 soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas eBay seisukoht on õige.

54 Enne nende küsimuste käsitlemist tuleb meenutada, nagu märkis ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 79, et kaubamärgist tulenevale ainuõigusele saab põhimõtteliselt tugineda ainult ettevõtja vastu. Nimelt selleks et kaubamärgi omanik saaks keelata kolmandatel isikutel kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamise, peab selline kasutamine toimuma kaubandustegevuse käigus (vt eelkõige 16. novembri 2004. aasta otsus kohtuasjas C-245/02: Anheuser-Busch, EKL 2004, lk I-10989, punkt 62, ja 18. juuni 2009. aasta otsus kohtuasjas C-487/07: L'Oréal jt, EKL 2009, lk I-5185, punkt 57).

55 Sellest järeldub, et kui füüsiline isik müüb margitoodet e-turul, ilma et tehing kuuluks majandustegevuse raamesse, ei saa kaubamärgi omanik tema vastu tugineda direktiivi 89/104 artiklist 5 ja määruse nr 40/94 artiklist 9 tulenevale ainuõigusele. Kui aga e-turul toimuv müük oma mahu, sageduse ja muude tunnusjoonte tõttu ei kuulu

enam erategevuse valdkonda, siis on seevastu tegemist müüja „kaubandustegevusega" viidatud artiklite tähenduses.

56 Eelotsusetaotluse esitanud kohus sedastas 22. mai 2009. aasta otsuses, et üks füüsilisest isikust kostja, nimelt S. Potts müüs veebisaidi www.ebay.co.uk kaudu suurel hulgal L'Oréal'i kaubamärke kandvaid tooteid. Selle põhjal leidis eelotsusetaotluse esitanud kohus, et ta tegutses ettevõtjana. Samasugused järeldused tegi see kohus ka T. Ratchfordi, M. Ormsby, J. Clarke'i, J. Clarke'i, G. Foxi ja R. Bi osas.

57 Kuna käesoleva otsuse punktis 51 mainitud müügiks pakkumine ja müük, mille puhul oli tegemist L'Oreal'ile kuuluvate kaubamärkidega identsete või sarnaste tähiste kasutamisega, toimus kaubandustegevuse käigus ning kuna lisaks pole vaidlust selles, et L'Oreal ei olnud selleks nõusolekut andnud, siis tuleb uurida, kas L'Oreal sai direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 ning neid artikleid käsitleva kohtupraktika alusel keelata sellisele müügiks pakkumise ja müügi.

2. Liidu tarbijatele mõeldud e-turul selliste margitoodete müügiks pakkumine, mille kaubamärgi omanik on mõelnud suunata müügiks kolmandates riikides.

58 Seitsmenda küsimusega, mida on paslik käsitleda esimesena, soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas selleks, et liidu liikmesriigis registreeritud kaubamärgi või ühenduse kaubamärgi omanik saaks direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 sätete alusel olla vastu sellele, et e-turul pakutakse müügiks selle kaubamärgiga tähistatud kaupu, mida ei ole varem turustatud EMP-s või ühenduse

kaubamärgi puhul liidus, piisab, kui müügiks pakkumine on suunatud tarbijatele, kes asuvad territooriumil, kus kaubamärk on kaitstud.

59 Direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 sätted annavad kaubamärgiomanikule ainuõiguse keelata kõigil kolmandatel isikutel tema kaubamärki kandvate toodete importimine, pakkumine, turustamine või hoidmine nimetatud otstarbel ning direktiivi artikkel 7 ja määruse artikkel 13 näevad ette erandi sellest reeglist, sätestades kaubamärgi omaniku õiguse ammendumise siis, kui kaup on EMP-s – või ühenduse kaubamärgi puhul liidus – turule viidud omaniku poolt või tema nõusolekul (vt eelkõige 30. novembri 2004. aasta otsus kohtuasjas C-16/03: Peak Holding, EKL 2004, lk I-11313, punkt 34; 15. oktoobri 2009. aasta otsus kohtuasjas C-324/08: Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, EKL 2009, lk I-10019, punkt 21, ja 3. juuni 2010. aasta otsus kohtuasjas C-127/09: Coty Prestige Lancaster Group, EKL 2010, lk I-4965, punktid 28 ja 46).

60 Käesoleva küsimuse raames uuritavas olukorras, mille puhul kaubamärgi omanik ei ole kaupu kunagi EMP-s ega liidus turule viidud ning seda ei ole ka tehtud tema nõusolekul, ei ole kohaldatav direktiivi 89/104 artiklis 7 ja määruse nr 40/94 artiklis 13 ette nähtud erand. Sellega seoses on Euroopa Kohus korduvalt otsustanud, et peamine on see, et liikmesriigis registreeritud kaubamärgi omanik saaks kontrollida seda kaubamärki kandvate kaupade esmakordset turuleviimist EMP-s (vt eelkõige 20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99–C-416/99: Zino Davidoff ja Levi Strauss, EKL 2001, lk I-8691, punkt 33, ning eespool viidatud kohtuotsused Peak Holding, punktid 36 ja 37, ning Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, punkt 32).

61 Kuigi eBay tunnustab neid põhimõtteid, väidab ta, et liikmesriigis registreeritud kaubamärgi või ühenduse kaubamärgi omanik ei saa tõhusalt tugineda sellisest kaubamärgist tulenevale ainuõigusele nii kaua, kui seda kaubamärki kandvad e-turul müüdavad kaubad asuvad kolmandas riigis ja neid ei lähetata tingimata selle

kaubamärgi hõlmatud territooriumile. L'Oréal, Ühendkuningriigi, Itaalia, Poola ja Portugali valitsus ning Euroopa Komisjon leiavad seevastu, et direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 sätted on kohaldatavad siis, kui on ilmne, et tegemist on kolmandas riigis asuva margitoote müügiks pakkumisega tarbijale, kes asub kaubamärgiga hõlmatud territooriumil.

62 Viimasena esitatud väitega tuleb nõustuda. Kui oleks teisiti, siis puuduks ettevõtjatel, kes elektroonilist kaubandust kasutades pakuvad liidu tarbijatele suunatud e-turul müügiks kolmandas riigis asuvaid margitooteid, mida on võimalik ekraanil kuvada ja selle e-turu kaudu tellida, seda tüüpi müügipakkumiste osas üldse kohustus järgida intellektuaalomandi valdkonnas kehtivaid liidu norme. Selline olukord mõjutaks nende normide kasulikku mõju.

63 Piisab, kui selle kohta märkida, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 3 punktide b ja d ning määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 2 punktide b ja d alusel kuulub tähise müügipakkumistes ja reklaamis kasutamine kaubamärkidega identsete või sarnaste tähiste sellise kasutamise hulka, mida kaubamärgi omanik võib keelata. Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 127 ja komisjon oma kirjalikes märkustes on tõdenud, kahjustaks nende normide tõhusust see, kui need ei kohalduks liidus registreeritud kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamisele liidus asuvale tarbijale suunatud interneti müügipakkumises või reklaamis ainult selle tõttu, et pakkumise või reklaami taga olev kolmas isik asub kolmandas riigis või asub selles riigis tema poolt kasutatava veebisaidi server või siis asub kolmandas riigis pakkumise või reklaami ese.

64 Tuleb siiski täpsustada, et pelgalt selle põhjal, et veebisaidile on juurdepääs kaubamärgiga hõlmatud territooriumil, ei saa järeldada, et veebisaidil kuvatavad müügipakkumised on suunatud sellel territooriumil asuvatele tarbijatele (vt analoogia alusel

7. detsembri 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-585/08 ja C-144/09: Pammer ja Hotel Alpenhof, EKL 2010, lk I-12577, punkt 69). Kui juurdepääs e-turule kõnealuselt territooriumilt oleks piisav selleks, et e-turul kuvatavad reklaamid kuuluksid direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 kohaldamisalasse, kuuluksid liidu õiguse kohaldamisalasse alusetult veebisaidid ja reklaamid, mis on ilmselgelt mõeldud kolmandates riikides asuvatele tarbijatele, kuid on siiski tehniliselt juurdepääsetavad liidu territooriumilt.

65 Järelikult peab siseriiklik kohus andma juhtumipõhiselt hinnangu sellele, kas asjakohaste tunnuste põhjal saab järeldada, et kaubamärgiga hõlmatud territooriumilt juurdepääsetaval e-turul kuvatav müügipakkumine on suunatud sellel territooriumil asuvatele tarbijatele. Kui müügipakkumisele on lisatud täpsustusi nende geograafiliste piirkondade kohta, kuhu müüja on valmis kaupa saatma, siis on seda laadi täpsustusel kõnealuse hinnangu andmisel eriline tähtsus.

66 Vastupidiste tõendite puudumisel on põhikohtuasja puhul aadressil „www.ebay.co.uk" asuv veebisait mõeldud väidete aluseks olevate siseriiklike ja ühenduse kaubamärkidega hõlmatud piirkonnas asuvatele tarbijatele, nii et sellel veebisaidil asuvad põhikohtuasja esemeks olevad müügipakkumised kuuluvad kaubamärkide kaitset reguleerivate liidu normide kohaldamisalasse.

67 Eespool toodut arvestades tuleb seitsmendale küsimusele vastata, et kui ettevõtja müüb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta e-turul liidu liikmesriigis registreeritud kaubamärgiga või ühenduse kaubamärgiga tähistatud kaupa, mis asub kolmandas riigis ja mida ei ole varem turustatud EMP-s või ühenduse kaubamärgi puhul liidus, selle kaubamärgiga hõlmatud territooriumil asuvale tarbijale, või kui asjaomase kauba kohta on sellel e-turul müügipakkumised või reklaam, mis on suunatud nimetatud territooriumil asuvale tarbijale, siis võib kaubamärgi omanik keelata kõnealuse müügi, müügipakkumise või reklaami vastavalt direktiivi 89/104 artiklile 5 või määruse

nr 40/94 artiklile 9. Siseriikliku kohtu ülesanne on juhtumipõhiselt hinnata, kas asjakohaste tunnuste põhjal saab järeldada, et kõnealuselt territooriumilt juurdepääsetaval e-turul kuvatav müügipakkumine või reklaam on suunatud sellel territooriumil asuvatele tarbijatele.

3. Näidiste ja proovipudelite müügipakkumised

68 Vaidlust ei ole selle üle, et eelotsusetaotluse esitanud kohtu poolt vaadeldavate faktiliste asjaolude toimumise ajal pakkusid füüsilistest isikutest kostjad veebisaidil www.ebay.co.uk müügiks ka näidiseid ja proovipudeleid, millega L'Oréal volitatud edasimüüjaid tasuta varustas.

69 Esimese küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada seda, kas direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 tähenduses turuleviimisega on tegemist siis, kui kaubamärgi omanik tarnib kaubamärgiga tähistatud esemeid, mis on mõeldud volitatud edasimüüjate müügikohtades tarbijale tutvustamiseks, või seda kaubamärki kandvaid mahuteid, millest võetakse väikeseid koguseid tarbijatele tasuta näidisteks.

70 Selles kontekstis on eelotsusetaotluse esitanud kohus tuvastanud, et L'Oréal on oma volitatud edasimüüjatele selgelt teatavaks teinud, et nad ei või müüa kõnealuseid esemeid ja mahuteid, mis pealegi sageli kannavad märget „müümine keelatud".

71 Nagu Euroopa Kohus on varem otsustanud, ei ole siis, kui kaubamärgi omaniku poolt oma kauba müügi edendamiseks tasuta pakutavad esemed on tähistatud kaubamärgiga, tegemist nende esemete endi levitamisega turule sisenemise eesmärgil (vt 15. jaanuari 2009. aasta otsus kohtuasjas C-495/07: Silberquelle, EKL 2009, lk I-137, punktid 20–22). Selliste esemete tasuta tarnimine ei kujuta endast seega põhimõtteliselt nende turuleviimist omaniku poolt.

72 Samuti on Euroopa Kohus sedastanud, et kui kaubamärgi omanik paigutab parfüümide proovipudelitele sellised märgised nagu „näidis" ja „müümine keelatud", siis välistab see vastupidiste tõendite puudumisel võimaluse teha järeldust, et omanik on andnud nõusoleku nende esemete turuleviimiseks (vt eespool viidatud kohtuotsus Coty Prestige Lancaster Group, punktid 43, 46 ja 48).

73 Neist asjaoludest lähtudes tuleb esimesele küsimusele vastata, et kui kaubamärgi omanik tarnib oma volitatud edasimüüjatele seda kaubamärki kandvaid esemeid, mis on mõeldud volitatud edasimüügikohtades tarbijale tutvustamiseks, ja seda kaubamärki kandvaid pudeleid, millest saab võtta väikeseid koguseid tarbijale tasuta näidisteks, siis ei ole vastupidiste tõendite puudumise korral tegemist turuleviimisega direktiivi 89/104 või määruse nr 40/94 tähenduses.

4. Välispakendita kauba turustamine

74 Nagu käesoleva otsuse punktides 36, 37 ja 51 on märgitud, müüsid kauplejad eBay e-turul teatavaid L'Oréal'ile kuuluva kaubamärgiga tähistatud toodete üksikeksemplare ilma välispakendita.

75 Teise kuni neljanda eelotsuse küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada seda, kas põhikohtuasjas käsitletavate kaupade puhul kahjustab välispakendi eemaldamine nende tähistamiseks kasutatud kaubamärgi omaniku ainuõigust, nii et tal on võimalik keelata selliste pakendist välja võetud kaupade edasimüük.

76 Kuna enamus põhikohtuasjas käsitletavatest välispakendist välja võetud kaupadest on kosmeetikatooted, siis soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus, et neile küsimustele vastataks, arvestades direktiivi 76/768 artikli 6 lõiget 1, mille kohaselt võib kosmeetikatooteid turustada ainult siis, kui nende mahutitel ja pakenditel on eelkõige kosmeetikatoote tootja või selle turustamise eest vastutava isiku identifitseeriv teave ning teave toote koostise kohta (koostisainete loetelu), kasutamise kohta (erilised ettevaatusabinõud, mida tuleb kasutamisel järgida) ja säilitamise kohta (kõlblikkusaeg). Sellega seoses soovib nimetatud kohus teada sisuliselt seda, kas kaubamärgi omanik saab direktiivis 89/104 ning ühenduse kaubamärgi puhul määruses nr 40/94 ette nähtud ainuõigusest tulenevalt keelata seda kaubamärki kandvate kaupade edasimüügi, kui selline müük toimub direktiivi 76/768 mainitud sättes ette nähtud nõudeid eirates.

77 L'Oréal leiab sarnaselt Prantsuse, Poola ja Portugali valitsusega ning komisjoniga, et sõltumata sellest, kas direktiivi 76/768 rikutakse või mitte, kujutab välispakend endast parfüümide ja kosmeetikatoodete kuvandi olulist osa. Järelikult peab nende toodete ja pakendite tähistamiseks kasutatud kaubamärgi omanikul olema võimalus keelata nende kaupade edasimüük pakendist välja võetuina. eBay märgib seevastu, et parfüümide ja kosmeetika sektoris on prestiiži ja luksuse kuvandi edasiandja sageli just toote pudel või mahuti, mitte välispakend.

78 Esiteks tuleb nentida, et parfüümide ja kosmeetikatoodete laia tootevalikut arvestades tuleb seda, kas niisuguse kauba välispakendist väljavõtmine kahjustab kauba kuvandit ja järelikult kaupa tähistava kaubamärgi mainet, uurida juhtumipõhiselt. Nagu

kohtujurist on oma ettepaneku punktides 71–74 märkinud, võib mõnikord parfüüm või kosmeetikatoode ka ilma välispakendita tõhusalt edasi anda selle kaubaga seotud prestiiži ja luksuse kuvandit, samas kui mõnel muul juhul välispakendi eemaldamise tagajärjel just nimelt kahjustatakse seda kuvandit.

79 Kahjustamisega võib olla tegemist siis, kui välispakendil on pudeli või mahutiga võrdne osa kaubamärgi omaniku ja volitatud edasimüüjate poolt loodud kauba kuvandi edasiandmisel, või on välispakendi osa isegi suurem. Ka on võimalik, et kauba kuvandit kahjustab direktiivi 76/768 artikli 6 lõikes 1 ette nähtud kogu teabe või sellest osa puudumine. Selle rikkumise kõigi elementide esinemist peab tõendama kaubamärgi omanik.

80 Teiseks tuleb meelde tuletada, et kuna kaubamärgi peamine ülesanne on tagada tarbijale kauba päritolu, on selle eesmärk just nimelt tõendada, et kõik sellega tähistatud kaubad on valmistatud või tarnitud nende kvaliteedi eest vastutava konkreetse ettevõtja kontrolli all (vt eelkõige 12. novembri 2002. aasta otsus kohtuasjas C-206/01: Arsenal Football Club, EKL 2002, lk I-10273, punkt 48, ja 23. aprilli 2009. aasta otsus kohtuasjas C-59/08: Copad, EKL 2009, lk I-3421, punkt 45).

81 Kui aga puuduvad õigusaktis nõutud andmed nagu kosmeetikatoote tootjat või turustamise eest vastutavat isikut identifitseeriv teave, siis kahjustatakse kaubamärgi päritolu tähistamise ülesannet sellega, et kaubamärk kaotab oma peamise toime tagada, et kaubamärki kandvaid kaupu tarnitakse sellise konkreetse ettevõtja kontrolli all, kes vastutab nende kvaliteedi eest.

82 Kolmandaks ja lõpuks tuleb sarnaselt kohtujuristi poolt ettepaneku punktis 76 esitatud seisukohale märkida, et see, kas välispakendita ja seega ilma teatavate direktiivi 76/768 artikli 6 lõikes 1 nõutud andmeteta margitoodete müügipakkumine või müümine on siseriikliku karistusõiguse sätetes ette nähtud karistatava teona, ei saa mõjutada kaubamärkide kaitset reguleerivate liidu normide kohaldamist.

83 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb teisele kuni neljandale küsimusele vastata, et direktiivi 89/104 artiklit 5 ja määruse nr 40/94 artiklit 9 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib kaubamärgist tulenevale ainuõigusele tuginedes keelata niisuguste kaupade edasimüügi nagu põhikohtuasjas käsitletavad selle tõttu, et edasimüüja on nende kaupade välispakendi eemaldanud, juhul kui välispakendist väljavõtmise tagajärjel puuduvad sellised olulised andmed nagu kosmeetikatoote tootjat või selle turustamise eest vastutavat isikut identifitseeriv teave. Kui välispakendi eemaldamise tagajärjel sellised andmed ei puudu, võib kaubamärgi omanik siiski keelata talle kuuluvat kaubamärki kandva parfüümi või kosmeetikatoote turustamise välispakendist väljavõetuna, kui ta tõendab, et välispakendi eemaldamine on kahjustanud selle toote kuvandit ja seega kaubamärgi mainet.

B. *Viies ja kuues küsimus, mis käsitlevad e-turu haldaja poolt oma veebisaidi ja seal müügiks pakutavate toodete reklaamimist*

84 Käesoleva kohtuotsuse punktides 39–42 kokkuvõtvalt esitatud asjaoludest nähtub, et eBay oli Google'i otsingumootori raames L'Oréal'i kaubamärkidele vastavate märksõnade valimise abil saavutanud selle, et kui niisugune märksõna vastas internetikasutaja poolt Google'i otsingumootoris tehtud päringu otsisõnale, siis kuvati veebisaidi

www.ebay.co.uk reklaamilink koos reklaamsõnumiga, et otsitavaid margitooteid saab osta selle veebisaidi kaudu. See link kuvati reklaamilinkide väljal, mis asub Google'i ekraanikuva paremal äärel või ülaosas.

85 Väljakujunenud arusaama kohaselt on e-turu haldaja sellisel juhul reklaamija. Tema avaldab linke ja sõnumeid, mis ei kujuta endast mitte üksnes sellel e-turul müüdavate teatavate kaupade reklaami, vaid reklaamivad ka seda e-turgu ennast, nagu on märkinud ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 89. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu poolt muude näidete hulgas mainitud ja käesoleva otsuse punktides 40 ja 41 kirjeldatud reklaam on sellise toimimisviisi näiteks.

86 Eelotsusetaotluse esitanud kohus küsib viiendas ja kuuendas küsimuses, mida tuleb käsitleda koos, sisuliselt seda, kas direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanikul on õigus keelata e-turu haldajal reklaamida selle kaubamärgiga identse, viimase poolt interneti viitamisteenuse raames ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta valitud märksõna abil seda e-turgu ja seal müügiks pakutavaid asjaomase kaubamärgiga tähistatud kaupu.

87 Euroopa Kohus on kaubamärkidele vastavatele märksõnadele vastusena kuvatava reklaami kohta juba otsustanud, et selline märksõna on vahend, mida reklaamija kasutab oma reklaamsõnumi kuvamise esilekutsumiseks ja seega kasutab reklaamija seda tähist „kaubandustegevuse käigus" direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 tähenduses (23. märtsi 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-236/08–C-238/08: Google France ja Google, EKL 2010, lk I-2417, punktid 51 ja 52, ning 25. märtsi 2010. aasta otsus kohtuasjas C-278/08: BergSpechte, EKL 2010, lk I-2517, punkt 18).

88 Kui on vaja kindlaks teha, kas seda tüüpi reklaam vastab ka ülejäänud tingimustele, mis peavad direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti a kohaselt olema täidetud selleks, et kaubamärgi omanik saaks niisuguse reklaami keelata, tuleb kontrollida esiteks seda, kas säärased reklaamsõnumid nagu need, mida eBay kuvab sellise viitamisteenuse abil, nagu pakub Google, käivad kaupade või teenuste kohta, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, ja teiseks seda, kas sellised reklaamsõnumid kahjustavad või võivad kahjustada mõnd kaubamärgi ülesannet (vt eespool viidatud kohtuotsus BergSpechte, punkt 21).

89 Sellega seoses tuleb kõigepealt märkida, et kuivõrd eBay kasutas L'Oréal'i kaubamärkidele vastavaid märksõnu edendamaks omaenda teenust, mis seisneb e-turu pakkumises toodete ostjatele ja müüjatele, ei kasutanud ta neid märksõnu „kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud" direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti a tähenduses ega ka viimati nimetatutega sarnaste kaupade või teenuste jaoks nende õigusaktide mainitud artiklite lõike 1 punkti b tähenduses.

90 Seega võib L'Oréal'i kaubamärkidele vastavate tähiste kasutamist eBay poolt tema hallatava e-turu edendamiseks käsitleda äärmisel juhul direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2 ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti c alusel, sest need sätted näevad mainekate kaubamärkide puhul ette ulatuslikuma kaitse kui mainitud artiklite lõike 1 punktid a ja b ning hõlmavad eelkõige olukorra, mille puhul kolmas isik kasutab asjaomastele kaubamärkidele vastavaid tähiseid kaupade ja teenuste puhul, mis ei ole sarnased kaupade või teenustega, mille jaoks need kaubamärgid on registreeritud.

91 Järgmiseks tuleb tõdeda, et niivõrd, kui eBay on kasutanud L'Oreali kaubamärkidele vastavaid märksõnu, et reklaamida oma klientidest müüjate poolt tehtud margitoodete müügipakkumisi, on tema osas tegemist kasutamisega selliste kaupade või

teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks need kaubamärgid on registreeritud. Sellega seoses on kohane meenutada, et väljend „kaupade või teenuste puhul" ei käi mitte üksnes kaubamärgile vastavat tähist kasutava kolmanda isiku kaupade või teenuste kohta, vaid võib käia ka muu isiku kaupade või teenuste kohta. Nimelt ei tähenda see, kui ettevõtja kasutab kaubamärgile vastavat tähist kaupade puhul, mis ei ole tema enda kaubad selles mõttes, et tal puuduvad nende suhtes õigused, et niisugune kasutamine ei oleks iseenesest hõlmatud direktiivi 89/104 artikliga 5 ja määruse nr 40/94 artikliga 9 (vt eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 60, ja 19. veebruari 2009. aasta määrus kohtuasjas C-62/08: UDV North America, EKL 2009, lk I-1279, punkt 43).

92 Mis täpsemalt puutub olukorda, kus teenuse osutaja kasutab teise isiku kaubamärgile vastavat tähist selleks, et edendada mõne oma kliendi poolt selle teenuse abil turustatava kauba müüki, siis peab Euroopa Kohus sellist kasutamist direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluvaks siis, kui see toimub nii, et sellega luuakse seos kõnealuse tähise ja asjaomase teenuse vahel (vt eespool viidatud kohtumäärus UDV North America, punkt 47 ja seal viidatud kohtupraktika).

93 Nagu kohtujurist on oma ettepaneku punktis 89 sarnaselt Prantsuse valitsuse poolt kohtuistungil esitatud seisukohale välja toonud, on selline seos põhikohtuasja asjaoludel olemas. Nimelt lõid eBay reklaamsõnumid ilmselge seose neis mainitud margitoodete ja eBays nende ostmise võimaluse vahel.

94 Mis puutub lõpuks küsimusse, kas kaubamärgile vastava märksõna kasutamine võib kahjustada kaubamärgi mõnd ülesannet, siis on Euroopa Kohus teistes kohtuasjades täpsustanud, et sellise kahjustamisega on tegemist juhul, kui reklaam ei võimalda piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul internetikasutajal aru saada, kas reklaamitavad kaubad või teenused pärinevad kaubamärgiomanikult või temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult, või võimaldab tal

sellest aru saada üksnes raskustega (vt eespool viidatud kohtuotsused Google France ja Google, punkt 99, ning 8. juuli 2010. aasta otsus kohtuasjas C-558/08: Portakabin ja Portakabin, EKL 2010, lk I-6963, punkt 54).

95 Selles kontekstis on paslik meenutada, et liidu õigusaktid elektroonilise kaubanduse kohta rõhutavad vajadust läbipaistvuse järele reklaamsõnumite avaldamisel internetis. Seoses ausa kauplemise ja tarbijakaitse huvidega näeb direktiivi 2000/31 artikkel 6 ette normi, mille kohaselt peab füüsiline või juriidiline isik, kelle nimel infoühiskonna teenuse raames kommertsteadaanne esitatakse, olema selgelt identifitseeritav (eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 86).

96 Reklaam, mis pärineb e-turu haldajalt ja mida kuvab otsingumootori käitaja, peab seega igal juhul edastama vähemalt selle e-turu haldaja identifitseerivad andmed ja sõnumi, et reklaamsõnumis mainitud margitooted on müügil tema poolt hallataval e-turul.

97 Eeltoodu põhjal tuleb viiendale ja kuuendale küsimusele vastata, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib keelata e-turu haldajal reklaamida sellele kaubamärgile vastava märksõna abil, mille nimetatud haldaja on valinud interneti viitamisteenuse raames, sellel e-turul müüdavaid kõnealuse kaubamärgiga tähistatud kaupu, kui säärane reklaam ei võimalda piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul internetikasutajal aru saada, kas reklaamitavad kaubad pärinevad kaubamärgiomanikult või temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult, või võimaldab tal sellest aru saada üksnes raskustega.

C. Kaheksas küsimus kaubamärgile vastavate tähiste kasutamise kohta e-turu haldaja veebisaidil kuvatavates müügipakkumistes

98 Kaheksanda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kuidas tuleb direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 seisukohalt määratleda kaubamärgile vastavate tähiste kuvamine e-turu haldaja veebisaidil.

99 Sellega seoses tuleb kõigepealt märkida, et e-turul toimuva kaubandustegevuse puhul seisneb e-turu haldaja pakutav teenus oma klientide eest nende müügipakkumiste kuvamises.

100 Järgmiseks tuleb tõdeda, et kui tegemist on margitoodete müügipakkumistega, siis kuvatakse neile kaubamärkidele identsed või sarnased tähised vältimatult selle e-turu haldaja veebisaidil.

101 Kuigi on tõsi, et neid tähiseid sellel veebisaidil „kasutatakse", ei tähenda see siiski, et kasutajaks direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 tähenduses on e-turu haldaja.

102 Nimelt eeldab kaubamärgi omaniku kaubamärgiga identse või sarnase tähise „kasutamine" kolmanda isiku poolt direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 tähenduses vähemalt seda, et viimane kasutab tähist omaenda kommertsteadaannetes. Kui see kolmas isik osutab oma klientidele teenust, mis võimaldab neil lasta oma kaubandustegevuse – näiteks müügipakkumiste – raames kuvada selle kolmanda isiku

veebisaidil kaubamärkidega identseid tähiseid, siis ta ise ei kasuta oma veebisaidil kaubamärkidele vastavaid tähiseid (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punktid 56 ja 57).

103 Nagu märkisid kohtuistungil Ühendkuningriigi valitsus ja komisjon ning tõdes oma ettepaneku punktides 119 ja 120 kohtujurist, järeldub eeltoodust, et e-turul kuvatavate müügipakkumiste puhul kasutab kaubamärkidega identseid või sarnaseid tähiseid selle e-turu haldaja kliendist müüja, mitte haldaja ise.

104 Kuna e-turu haldaja võimaldab oma klientidele sellist kasutamist, siis ei tule tema rolli hinnata mitte direktiivi 89/104 ja määruse nr 40/94 põhjal, vaid aluseks tuleb võtta teised õigusnormid, nimelt direktiiv 2000/31 ja eelkõige selle II peatüki 4. jagu, mis käsitleb „vahendajatest teenuseosutajate vastutust" elektroonilise kaubanduse raames ja sisaldab selle direktiivi artikleid 12–15 (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 57).

105 Eeltoodu põhjal tuleb kaheksandale küsimusele vastata, et e-turu haldaja ei „kasuta" tema veebisaidil kuvatavates müügipakkumistes esinevaid kaubamärkidega identseid või sarnaseid tähiseid direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 tähenduses.

D. *Üheksas küsimus e-turu haldaja vastutuse kohta*

106 Üheksanda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas

– e-turu haldaja osutatav teenus kuulub direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 (teabe talletamine) kohaldamisalasse, ja jaatava vastuse korral

– millistel tingimustel tuleb asuda seisukohale, et e-turu haldajal on „teave" direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 tähenduses.

1. E-turu haldaja poolt oma klientidest müüjate sisestatud teabe talletamine

107 Nagu Euroopa Kohus on juba märkinud, on direktiivi 2000/31 artiklite 12–15 eesmärk piirata neid olukordi, mille korral võib vastavalt valdkonnas kohaldatavale siseriiklikule õigusele tekkida vahendajast infoühiskonna teenuse osutaja vastutus. Seega tulenevad sellise vastutuse tekkimise tingimused mainitud siseriiklikust õigusest, võttes siiski arvesse, et vastavalt direktiivi 2000/31 eelnimetatud sätetele selliste teenuseosutajate vastutust teatavates olukordades ei teki (eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 107).

108 Kuigi L'Oréali poolt eBay osas nõutava vastutuse tingimuste määratlemine on seega eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne, peab Euroopa Kohus uurima, kas e-turu haldaja võib tugineda direktiivis 2000/31 ette nähtud vastutust puudutavale erandile.

109 Nagu on märkinud eelkõige Ühendkuningriigi ja Poola valitsus ning komisjon, aga ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 134, on internetis osutatav teenus, mis seisneb kaupade ostja ja müüja vahelise suhte lihtsustamises, põhimõtteliselt teenus direktiivi 2000/31 tähenduses. See direktiiv käsitleb, nagu selle pealkirigi osutab, „infoühiskonna teenus[eid], eriti elektroonilis[t] kaubandus[t]". Käesoleva kohtuotsuse punktides 8 ja 9 tsiteeritud „infoühiskonna teenuse" määratlusest nähtub, et see hõlmab kõik vahemaa tagant elektroonilisel teel ja teenusesaaja isikliku taotluse alusel ning tavaliselt tasu eest osutatavad teenused. Ilmselgelt võivad e-turu haldamisel olla hõlmatud kõik mainitud osategurid.

110 Põhikohtuasjas käsitletava e-turu puhul ei ole vaidlust selle üle, et eBay talletab, st salvestab oma serverile oma klientide poolt sisestatavaid andmeid. eBay rakendab sellist salvestamist iga kord, kui klient avab tema juures müügikonto ja sisestab andmed oma müügipakkumise kohta. Peale selle saab eBay tavaliselt tasu teatava protsendina nende müügipakkumiste tulemusel tehtud tehingute väärtusest.

111 Selle järeldamiseks, et teenus kuulub igas olukorras direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 kohaldamisalasse, ei piisa siiski iseenesest asjaolust, et e-turu haldaja osutatav teenus hõlmab tema klientidest müüjate poolt sisestatud teabe salvestamist. Mainitud sätet ei tule tõlgendada ainult selle sõnastuse põhjal, vaid arvestada tuleb ka selle õigusakti

konteksti ja eesmärke, mille osaks säte on (vt analoogia alusel 16. oktoobri 2008. aasta otsus kohtuasjas C-298/07: Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, EKL 2008, lk I-7841, punkt 15 ja seal viidatud kohtupraktika).

112 Sellega seoses on Euroopa Kohus juba täpsustanud, et internetis teenuse osutaja direktiivi 2000/31 artikli 14 reguleerimisalasse kuulumiseks on peamine see, et ta peab olema „vahendajast teenuseosutaja" selle direktiivi II peatüki 4. jaos väljendatud seadusandja tahte tähenduses (vt eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 112).

113 Nii ei ole see siis, kui teenuseosutaja selle asemel, et piirduda neutraalse teenuse osutamisega klientide sisestatud andmeid puhtalt tehniliselt ja automaatselt töödeldes, tegutseb aktiivselt viisil, mille tulemusel tal on teave nende andmete kohta ja kontroll nende üle (eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punktid 114 ja 120).

114 Kohtuasja toimikust ja käesoleva kohtuotsuse punktides 28–31 toodud kirjeldusest nähtub, et eBay töötleb oma klientide sisestatud andmeid. Pakkumise tulemusel asetleidev müügitehing toimub eBay kehtestatud eeskirjade kohaselt. Vajadusel osutab eBay ka abi mõne müügipakkumise optimeerimisel või edendamisel.

115 Nagu on põhjendatult märkinud Ühendkuningriigi valitsus, ei saa üksnes see, et eturu haldaja salvestab oma serveril müügipakkumised, määrab kindlaks oma teenuse kasutustingimused, saab teenuse eest tasu ja annab oma klientidele üldist laadi nõu, tingida seda, et tema suhtes ei kohaldu direktiivis 2000/31 ette nähtud vastutust puudutavad erandid (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 116).

116 Kui selline e-turu haldaja osutab seevastu abi, mis seisneb asjaomaste müügipakkumiste esituse optimeerimises või nende edendamises, siis tuleb asuda seisukohale, et tema roll ei ole tema kliendist müüja ja potentsiaalse ostja vahelises suhtes neutraalne, vaid ta tegutseb aktiivselt, mille tulemusel tal on teave nende pakkumistega seotud andmete kohta või ta saavutab nende üle kontrolli. Seega ei saa ta nende andmete osas tugineda vastutust puudutavale erandile, mis on ette nähtud direktiivi 2000/31 artiklis 14.

117 Seda, kas eBayl on põhikohtuasjas käsitletavate müügipakkumiste osas eelmises punktis kirjeldatud roll, peab kontrollima eelotsusetaotluse esitanud kohus.

2. Kas e-turu haldajal on „teave"

118 Kui eelotsusetaotluse esitanud kohus peaks otsustama, et eBay ei ole tegutsenud käesoleva otsuse punktis 116 mainitud viisil, siis peab see kohus kontrollima, kas põhikohtuasja asjaoludel vastab see ettevõtja tingimustele, mis direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 punktides a ja b on ette nähtud vastutust puudutava erandi kohaldamiseks (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 120).

119 Juhul kui see teenuseosutaja piirdub üksnes andmete tehnilise ja automaatse töötlemisega ning tema suhtes on järelikult kohaldatav direktiivi 2000/31 artikli 14 lõikes 1 ette nähtud põhimõte, vabaneb ta selle lõike 1 alusel siiski täielikult vastutusest tema poolt talletatud mis tahes ebaseaduslike andmete eest vaid siis, kui tal ei ole „tegelikku teavet ebaseadusliku tegevuse või teabe kohta" ja kahjutasu nõuete osas „ei tea ta

fakte või asjaolusid, millest ilmneb ebaseaduslik tegevus või teave", või kui ta sellistest asjaoludest teadlikuks saades kõrvaldab kiiresti teabe või tõkestab juurdepääsu sellele.

120 Kuna põhikohtuasjas võidakse välja mõista kahjuhüvitis ja viivis, siis on eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne uurida, kas asjaomaste müügipakkumiste osas – ja niivõrd, kuivõrd need kahjustasid L'Oréal'i kaubamärke – eBay „teadis fakte või asjaolusid, millest ilmneb ebaseaduslik tegevus või teave". Selles suhtes piisab direktiivi 2000/31 artiklis 14 ette nähtud vastutust puudutava erandi infoühiskonna teenuse osutaja suhtes kohaldamata jätmiseks sellest, et ta teadis selliseid fakte või asjaolusid, mille põhjal kohusetundlik ettevõtja oleks pidanud järeldama, et tegemist on seadusvastasusega, ja tegutsema selle artikli 14 lõike 1 punktis b nõutud viisil.

121 Lisaks tuleb direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 punkti a tõlgendada nii, et see hõlmab mis tahes olukorda, kus teenuseosutaja saab ühel või teisel moel teada sellistest faktidest või asjaoludest; vastasel korral kaotaks see säte oma kasuliku mõju.

122 Seega on hõlmatud eelkõige olukord, kus e-turu haldaja avastab omal algatusel tehtud kontrolli käigus ebaseadusliku tegevuse või teabe, aga ka olukord, kus teda sellisest tegevusest või teabest informeeritakse. Teisel juhul on nii, et kuna teade väidetavalt ebaseadusliku tegevuse või teabe kohta võib osutuda ebatäpseks või olla piisavalt põhjendamata, ei välista selline informeerimine tõesti automaatselt direktiivi 2000/31 artiklis 14 ette nähtud vastutust puudutava erandi kohaldamist, kuid tegemist on siiski üldreeglina asjaoluga, mida siseriiklik kohus peab arvestama, hinnates seda, kas e-turu haldajale nii edastatud teavet arvestades oli tal tegelikult teave faktide ja asjaolude kohta, mille põhjal kohusetundlik ettevõtja oleks pidanud järeldama, et tegemist on seadusvastasusega.

123 Eeltoodu põhjal tuleb üheksandale küsimusele vastata, et direktiivi 2000/31 artikli 14 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et see on e-turu haldaja suhtes kohaldatav siis, kui ta ei tegutse aktiivselt viisil, mille tulemusel tal oleks teada talletatud andmed või ta saavutaks kontrolli nende üle. E-turu haldaja tegutseb mainitud viisil aktiivselt siis, kui ta osutab abi, mis seisneb eelkõige asjaomaste müügipakkumiste kuvamise optimeerimises või nende müügipakkumiste edendamises.

124 Kui e-turu haldaja ei tegutse aktiivselt eelmises punktis kirjeldatud viisil ja kui tema poolt teenuse osutamine kuulub seega direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 kohaldamisalasse, ei saa ta siiski kohtuasjas, milles võidakse välja mõista kahjuhüvitis ja viivis, tugineda selles sättes ette nähtud vastutust puudutavale erandile siis, kui tal oli teave faktide või asjaolude kohta, mille põhjal kohusetundlik ettevõtja oleks pidanud järeldama, et tegemist on ebaseadusliku müügipakkumisega, ja sellistest asjaoludest teadlikuks saades ta ei tegutsenud kiiresti selle artikli 14 lõike 1 punktis b nõutud viisil.

E. *Kümnes küsimus, mis käsitleb kohtu ettekirjutust e-turu haldajale hoiduda edasisest rikkumisest*

125 Kümnenda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada saada,

– kas direktiivi 2004/48 artikli 11 alusel peab liikmesriik tagama intellektuaalomandi õiguste valdajale võimaluse nõuda kohtult e-turu taolise veebisaidi, mille kaudu tema õigusi on rikutud, haldajale ettekirjutust, millega kõnealust haldajat kohustatakse võtma meetmeid selleks, et ära hoida nende õiguste edasine rikkumine, ning kui vastus on jaatav, siis

– milliste meetmetega võib tegemist olla.

126 eBay leiab, et kohtu ettekirjutus hoiduda edasisest rikkumisest selle artikli tähenduses saab käia vaid intellektuaalomandi õiguse konkreetsete ja täpselt määratletud rikkumiste kohta. L'Oréal, Ühendkuningriigi, Prantsuse, Itaalia, Poola ja Portugali valitsus ning komisjon on seisukohal, et direktiivis 2004/48 sätestatud esialgsed õiguskaitsevahendid võivad käia ka tulevikus toimuvate rikkumiste kohta, juhul kui arvestada teatavaid piiranguid.

127 Eelotsusestaotluse põhjal käsitleb esitatud küsimus täpsemalt direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmandat lauset, mille kohaselt tagavad liikmesriigid, „et õiguste valdajad võivad nõuda kohtulikke tõkendeid vahendajate suhtes, kelle teenuseid kasutas kolmas osapool intellektuaalomandi õiguste rikkumisel". Küsimuse eesmärk on kindlaks teha, kas kõnealune säte kohustab liikmesriiki tagama selle, et e-turu haldajat võib kohustada – ilma et see sõltuks tema enda võimalikust vastutusest seoses vaidlusaluste faktiliste asjaoludega – võtma lisaks meetmetele, mis on mõeldud tema teenuse kasutaja poolt toime pandud intellektuaalomandi õiguste rikkumise lõpetamiseks, ka meetmeid, mille eesmärk on hoida ära seda laadi uusi rikkumisi.

1. Liikmesriigi kohustus anda oma kohtutele pädevus kohustada teenuseosutajaid võtma meetmeid uute intellektuaalomandi rikkumiste ärahoidmiseks

128 Et kindlaks teha, kas direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmandas lauses ette nähtud ettekirjutuse eesmärk on ka hoida ära uusi rikkumisi, tuleb kõigepealt märkida, et selle artikli 11 kolmandas lauses termini „kohtulik tõkend" kasutamine erineb sisuliselt sama artikli esimeses lauses termini „edasist rikkumist keelavad tõkendid" kasutamisest,

kuna teisena mainitud termin käib selliste ettekirjutuste kohta, mida võib kohaldada intellektuaalomandi õiguste rikkuja suhtes.

129 Nagu ka eelkõige Poola valitsus on märkinud, selgitab seda erinevust asjaolu, et rikkujale tehtava ettekirjutusega keelatakse loogiliselt tal rikkumist jätkata, samas kui rikkumist võimaldava teenuse osutaja olukord on keerukam ja eeldab teist laadi esialgset õiguskaitset.

130 Seetõttu ei tohi direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmandas lauses kasutatud terminit „kohtulik tõkend" samastada sama artikli esimeses lauses kasutatud terminiga „edasist rikkumist keelavad tõkendid".

131 Järgmiseks tuleb tõdeda, et arvestades direktiivi 2004/48 eesmärki, et liikmesriigid tagaksid eelkõige infoühiskonnas intellektuaalomandi tõhusa kaitse (vt selle kohta 29. jaanuari 2008. aasta otsus kohtuasjas C-275/06: Promusicae, EKL 2008, lk I-271, punkt 43), peab selle direktiivi artikli 11 kolmanda lause alusel liikmesriigi kohtutele antud pädevus võimaldama neil kohustada sellist sidevahendi abil osutatava teenuse osutajat, nagu internetikasutajatele e-turu pakkuja, võtma meetmeid, mis mitte ainult ei aita tõhusalt lõpetada sellel e-turul toimunud rikkumist, vaid aitavad ära hoida ka uusi rikkumisi.

132 Seda tõlgendust toetab direktiivi 2000/31 artikkel 18, mille kohaselt tagavad liikmesriigid, et nende siseriiklike õigusaktide kohaselt kasutada olevad infoühiskonna

teenuseid käsitlevad õiguskaitsevahendid võimaldaksid võtta meetmeid, „et lõpetada iga väidetav rikkumine ja vältida asjaomaste huvide edasist kahjustamist".

133 Direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmanda lause tõlgendamine nii, et selles sättes kohustatakse liikmesriiki üksnes andma intellektuaalomandi õiguste valdajatele võimaluse saavutada kohtus ettekirjutuse tegemine sidevahendi abil osutatava teenuse osutajale, et lõpetada nende õiguste valdajate õiguste rikkumine, nõrgendaks direktiivi 2000/31 artiklis 18 kehtestatud kohustuse ulatust, mis on vastuolus direktiivi 2004/48 artikli 2 lõikest 3 tuleneva reegliga, mille kohaselt direktiiv 2004/48 ei mõjuta direktiivi 2000/31.

134 Lõpuks ei ole direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmanda lause kitsas tõlgendus kooskõlas selle direktiivi põhjendusega 24, mis näeb ette, et sõltuvalt konkreetsest kohtuasjast ning kui asjaolud seda põhjendavad, tuleb võtta meetmed, mis on suunatud uute intellektuaalomandi õiguste rikkumiste ennetamisele.

2. Sidevahendi teel osutatava teenuse osutaja suhtes kehtestatavad meetmed

135 Vastavalt direktiivi 2004/48 põhjendusele 23 tuleb selliste esialgsete õiguskaitsevahendite, mille liikmesriigid peavad selle direktiivi artikli 11 kolmanda lause alusel ette nägema, kohaldamise üksikasjad – nagu tingimused ja viisid – määratleda liikmesriikide siseriiklikes õigusaktides.

136 Need siseriiklikud normid tuleb siiski sisustada nii, et oleks võimalik saavutada direktiivi eesmärk (vt eelkõige tõhususe põhimõtte kohta 14. detsembri 1995. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-430/93 ja C-431/93: Van Schijndel ja van Veen, EKL 1995,

lk I-4705, punkt 17; 7. juuni 2007. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-222/05–C-225/05: van der Weerd jt, EKL 2007, lk I-4233, punkt 28, ja 6. mai 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-145/08 ja C-149/08: Club Hotel Loutraki jt, EKL 2010, lk I-4165, punkt 74). Sellega seoses tuleb meenutada, et vastavalt direktiivi 2004/48 artikli 3 lõikele 2 peavad asjaomased meetmed olema tõhusad ja hoiatavad.

137 Seoses asjaoluga, millele on osundatud eelotsusetaotluses ja mida on korratud käesoleva otsuse punktis 24, et direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmanda lause rakendamiseks ei ole Ühendkuningriik vastu võtnud konkreetseid õigusnorme, tuleb lisaks meenutada, et siseriiklikku õigust kohaldades peab eelotsusetaotluse esitanud kohus järgima võimalikult täpselt mainitud artikli 11 kolmanda lause sõnastust ja eesmärki (vt analoogia alusel 13. novembri 1990. aasta otsus kohtuasjas C-106/89: Marleasing, EKL 1990, lk I-4135, punkt 8, ja 23. aprilli 2009. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-378/07–C-380/07: Angelidaki jt, EKL 2009, lk I-3071, punkt 106).

138 Samuti peavad liikmesriikides kehtestatud õigusnormid ja nende kohaldamine liikmesriikide kohtute poolt olema vastavuses direktiivist 2004/48 tulenevate piirangutega ja nende õigusallikatega, millele see direktiiv viitab.

139 Esiteks nähtub direktiivi 2000/31 artikli 15 lõikest 1 koostoimes direktiivi 2004/48 artikli 2 lõikega 3, et sidevahendi abil osutatava teenuse osutajalt nõutavad meetmed ei saa seisneda kõigi klientide kõigi andmete aktiivses jälgimises eesmärgiga hoida ära igasugune tulevikus toimuda võiv intellektuaalomandi õiguste rikkumine selle teenuseosutaja veebisaidi kaudu. Pealegi oleks selline üldine jälgimiskohustus vastuolus direktiivi 2004/48 artikliga 3, mille kohaselt peavad selles direktiivis ette nähtud meetmed olema õiglased ja proportsionaalsed ning ei tohi olla ülemäära kulukad.

140 Teiseks peab esialgse õiguskaitsevahendi kohaldamise üle otsustav kohus hoolitsema selle eest, et konkreetsed meetmed ei looks tõkkeid seaduslikule kaubandusele, nagu nähtub ka direktiivi 2004/48 artiklist 3. See tähendab, et niisuguse juhtumi puhul nagu põhikohtuasjas, mis puudutab kaubamärkide võimalikku kahjustamist e-turu haldaja osutatava teenuse raames, ei tohi e-turu haldaja vastu kehtestatud esialgse õiguskaitsevahendi eesmärk või tagajärg olla üldise ja püsivana kehtestatud keeld müüa sellel e-turul neid kaubamärke kandvaid tooteid.

141 Hoolimata eelmistes punktides nimetatud piirangutest saab sellise teenuseosutaja nagu e-turu haldaja vastu kohaldada esialgset õiguskaitset, mis on nii tõhus kui ka proportsionaalne. Kui e-turu haldaja ei otsusta omal algatusel intellektuaalomandi õiguste rikkujat blokeerida, et vältida sama kaupleja poolt uute samalaadsete rikkumiste toimepanemist seoses samade kaubamärkidega, siis võib e-turu haldajat kohustada seda tegema esialgse õiguskaitsevahendi abil, nagu on märkinud kohtujurist oma ettepaneku punktis 182.

142 Pealegi võib tõhusa õiguskaitse tagamiseks nende vastu, kes on sidevahendi abil osutatavat teenust kasutanud intellektuaalomandi õiguste rikkumiseks, nõuda e-turu haldajalt lisaks meetmeid oma klientidest müüjate identifitseerimise võimaldamiseks. Nagu L'Oréal on põhjendatult esile toonud oma kirjalikes märkustes ja nagu näeb ette direktiivi 2000/31 artikkel 6, peab rikkuja – vaatamata vaieldamatule vajadusele kaitsta isikuandmeid – olema siiski selgelt identifitseeritav siis, kui on tegemist kaubandustegevusega ja mitte eraeluga.

143 Eelnevates punktides näitlikult esitatud meetmed ja ka mis tahes muud meetmed, mille võtmiseks võidakse kohustada esialgse õiguskaitse raames direktiivi 2004/48

artikli 11 kolmanda lause tähenduses, peavad tagama õiglase tasakaalu eespool kirjeldatud eri õiguste ja huvide vahel (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Promusicae, punktid 65–68).

144 Eeltoodu põhjal tuleb kümnendale küsimusele vastata, et direktiivi 2004/48 artikli 11 kolmandat lauset tuleb tõlgendada nii, et liikmesriik peab tagama intellektuaalomandi õiguste kaitse valdkonnas pädevate siseriiklike kohtute pädevuse kehtestada e-turu haldaja vastu esialgse õiguskaitse vahendina kohustuse võtta meetmeid, mis mitte ainult ei aita kaasa nende õiguste rikkumise lõpetamisele selle e-turu kasutajate poolt, vaid hoiavad samuti ära uued seda laadi rikkumised. Sellised esialgse õiguskaitse vahendid peavad olema tõhusad, proportsionaalsed ja hoiatavad ning nendega tuleb vältida tõkete loomist seaduslikule kaubandusele.

IV. Kohtukulud

145 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule märkuste esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (suurkoda) otsustab:

1. Kui ettevõtja müüb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta e-turul liidu liikmesriigis registreeritud kaubamärgiga või ühenduse kaubamärgiga tähistatud kaupa, mis asub kolmandas riigis ja mida ei ole varem turustatud Euroopa Majanduspiirkonnas või ühenduse kaubamärgi puhul liidus, selle kaubamärgiga hõlmatud territooriumil asuvale tarbijale, või kui asjaomase

kauba kohta on sellel e-turul müügipakkumised või reklaam, mis on suunatud nimetatud territooriumil asuvale tarbijale, siis võib kaubamärgi omanik keelata kõnealuse müügi, müügipakkumise või reklaami vastavalt nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta, muudetud 2. mai 1992. aasta Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga, artiklile 5 ja nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta artiklile 9. Siseriikliku kohtu ülesanne on juhtumipõhiselt hinnata, kas asjakohaste tunnuste põhjal saab järeldada, et kõnealuselt territooriumilt juurdepääsetaval e-turul kuvatav müügipakkumine või reklaam on suunatud sellel territooriumil asuvatele tarbijatele.

2. Kui kaubamärgi omanik tarnib oma volitatud edasimüüjatele seda kaubamärki kandvaid esemeid, mis on mõeldud volitatud edasimüügikohtades tarbijale tutvustamiseks, ja seda kaubamärki kandvaid pudeleid, millest saab võtta väikeseid koguseid tarbijale tasuta näidisteks, siis ei ole vastupidiste tõendite puudumise korral tegemist turuleviimisega direktiivi 89/104 või määruse nr 40/94 tähenduses.

3. Direktiivi 89/104 artiklit 5 ja määruse nr 40/94 artiklit 9 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib kaubamärgist tulenevale ainuõigusele tuginedes keelata niisuguste kaupade edasimüügi nagu põhikohtuasjas käsitletavad selle tõttu, et edasimüüja on nende kaupade välispakendi eemaldanud, juhul kui välispakendist väljavõtmise tagajärjel puuduvad sellised olulised andmed nagu kosmeetikatoote tootjat või selle turustamise eest vastutavat isikut identifitseeriv teave. Kui välispakendi eemaldamise tagajärjel sellised andmed ei puudu, võib kaubamärgi omanik siiski keelata talle kuuluvat kaubamärki kandva parfüümi või kosmeetikatoote turustamise välispakendist väljavõetuna, kui ta tõendab, et välispakendi eemaldamine on kahjustanud selle toote kuvandit ja seega kaubamärgi mainet.

4. Direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a ja määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib keelata e-turu haldajal reklaamida sellele kaubamärgile vastava märksõna abil, mille nimetatud haldaja on valinud interneti viitamisteenuse raames, sellel e-turul müüdavaid kõnealuse kaubamärgiga tähistatud kaupu, kui säärane reklaam ei võimalda piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul internetikasutajal aru saada, kas reklaamitavad kaubad pärinevad kaubamärgiomanikult või temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult, või võimaldab tal sellest aru saada üksnes raskustega.

5. E-turu haldaja ei „kasuta" tema veebisaidil kuvatavates müügipakkumistes esinevaid kaubamärkidega identseid või sarnaseid tähiseid direktiivi 89/104 artikli 5 ja määruse nr 40/94 artikli 9 tähenduses.

6. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 8. juuni 2000. aasta direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul („elektroonilise kaubanduse direktiiv") artikli 14 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et see on kohaldatav e-turu haldaja suhtes siis, kui ta ei tegutse aktiivselt viisil, mille tulemusel tal oleks teada talletatud andmed või ta saavutaks kontrolli nende üle.

E-turu haldaja tegutseb mainitud viisil aktiivselt siis, kui ta osutab abi, mis seisneb eelkõige asjaomaste müügipakkumiste kuvamise optimeerimises või nende müügipakkumiste edendamises.

Kui e-turu haldaja ei tegutse aktiivselt eelmises lõigus kirjeldatud viisil ja kui tema poolt teenuse osutamine kuulub seega direktiivi 2000/31 artikli 14 lõike 1 kohaldamisalasse, ei saa ta siiski kohtuasjas, milles võidakse välja mõista kahjuhüvitis ja viivis, tugineda selles sättes ette nähtud vastutust puudutavale erandile siis, kui tal oli teave faktide või asjaolude kohta, mille

põhjal kohusetundlik ettevõtja oleks pidanud järeldama, et tegemist on ebaseadusliku müügipakkumisega, ja sellistest asjaoludest teadlikuks saades ta ei tegutsenud kiiresti selle artikli 14 lõike 1 punktis b nõutud viisil.

7. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 29. aprilli 2004. aasta direktiivi 2004/48/EÜ intellektuaalomandi õiguste jõustamise kohta artikli 11 kolmandat lauset tuleb tõlgendada nii, et liikmesriik peab tagama intellektuaalomandi õiguste kaitse valdkonnas pädevate siseriiklike kohtute pädevuse kehtestada e-turu haldaja vastu esialgse õiguskaitse vahendina kohustuse võtta meetmeid, mis mitte ainult ei aita kaasa nende õiguste rikkumise lõpetamisele selle e-turu kasutajate poolt, vaid hoiavad samuti ära uued seda laadi rikkumised. Sellised esialgse õiguskaitse vahendid peavad olema tõhusad, proportsionaalsed ja hoiatavad ning nendega tuleb vältida tõkete loomist seaduslikule kaubandusele.

Allkirjad