TIESAS SPRIEDUMS (virspalāta)

2011. gada 12. jūlijā *

Lieta C-324/09

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam, ko *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division* (Apvienotā Karaliste) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2009. gada 16. jūlijā un kas Tiesā reģistrēts 2009. gada 12. augustā, tiesvedībā

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

pret

eBay International AG,

* Tiesvedības valoda — angļu.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephen Potts,

Tracy Ratchford,

Marie Ormsby,

James Clarke,

Joanna Clarke,

Glen Fox,

Rukhsana Bi.

TIESA (virspalāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs V. Skouris [*V. Skouris*], palātu priekšsēdētāji A. Tizzano [*A. Tizzano*], H. N. Kunja Rodrigess [*J. N. Cunha Rodrigues*], K. Lēnartss [*K. Lenaerts*], Ž. K. Bonišo [*J.-C. Bonichot*], K. Šīmans [*K. Schiemann*], Ž. Ž. Kāzels [*J.-J. Kasel*] un D. Švābi [*D. Šváby*], tiesneši A. Ross [*A. Rosas*], R. Silva de Lapuerta [*R. Silva de Lapuerta*], M. Ilešičs [*M. Ilešič*] (referents), M. Safjans [*M. Safjan*] un M. Bergere [*M. Berger*],

ģenerāladvokāts N. Jēskinens [*N. Jääskinen*],
sekretāre L. Hjūleta [*L. Hewlett*], galvenā administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2010. gada 22. jūnija tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *L'Oréal SA* u.c. vārdā — H. Kārs [*H. Carr*] un D. Andersons [*D. Anderson*], *QC*, kā arī T. Mičesons [*T. Mitcheson*], *barrister*,

— *eBay International AG* u.c. vārdā — T. van Inniss [*T. van Innis*] un G. Glāss [*G. Glas*], *avocats*,

— Apvienotās Karalistes valdības vārdā — H. Volkere [*H. Walker*] un L. Sīboruts [*L. Seeboruth*], pārstāvji, kuriem palīdz K. Meja [*C. May*], *barrister*,

— Francijas valdības vārdā — Ž. de Bergess [*G. de Bergues*], B. Bopēra-Manoka [*B. Beaupère-Manokha*], Ž. Gstalsters [*J. Gstalster*] un B. Kabuā [*B. Cabouat*], pārstāvji,

— Itālijas valdības vārdā — Dž. Palmjēri [*G. Palmieri*], pārstāve, kurai palīdz S. Fjorentīno [*S. Fiorentino*], *avvocato dello Stato*,

— Polijas valdības vārdā — M. Dovgelevičs [*M. Dowgielewicz*] un A. Rutkovska [*A. Rutkowska*], pārstāvji,

— Portugāles valdības vārdā — L. Inešs Fernandišs [*L. Inez Fernandes*], pārstāvis,

— Eiropas Komisijas vārdā — H. Krēmers [*H. Krämer*], pārstāvis,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus 2010. gada 9. decembra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 1992. gada 2. maija Līgumu par Eiropas Ekonomikas zonu (OV 1994, L 1, 3. lpp.) (turpmāk tekstā — "Direktīva 89/104"), 5. un 7. pantu, Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) 9. un 13. pantu, Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīvas 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū ("Direktīva par elektronisko tirdzniecību") (OV L 178, 1. lpp.) 14. pantu, kā arī Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 29. aprīļa Direktīvas 2004/48/EK par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu (OV L 157, 45. lpp.) 11. pantu.

2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā starp *L'Oréal SA*, kā arī tās meitas sabiedrībām *Lancôme parfums et beauté & Cie SNC*, *Laboratoire Garnier & Cie* un *L'Oréal (UK) Ltd* (turpmāk tekstā kopā — "*L'Oréal*") un trim *eBay Inc.* meitassabiedrībām, proti, *eBay International AG*, *eBay Europe SARL* un *eBay (UK) Ltd* (turpmāk tekstā kopā — "*eBay*"), kā arī S. Potsu [*S. Potts*], T. Rečfordu [*T. Ratchford*], M. Ormsbiju [*M. Ormsby*], Dž. Klārku [*J. Clarke*], Dž. Klārkas [*J. Clarke*] kundzi, G. Foksu [*G. Fox*] un R. Bī [*R. Bi*] (turpmāk tekstā — "atbildētājas fiziskās personas"), par *L'Oréal* preču pārdošanu *eBay* elektroniskajā tirdzniecības vietā bez *L'Oréal* piekrišanas.

I — Atbilstošās tiesību normas

A — *Direktīva 89/104 un Regula Nr. 40/94*

3 Direktīva 89/104 un Regula Nr. 40/94 ir tikušas atceltas attiecīgi ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvu 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificēta versija) (OV L 299, 25. lpp.), kura stājās spēkā 2008. gada 28. novembrī, un ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (Kodificēta versija) (OV L 78, 1. lpp.), kura stājās spēkā 2009. gada 13. aprīlī. Tomēr, ņemot vērā faktu norises laiku, pamata prāvu joprojām reglamentē Direktīva 89/104 un Regula Nr. 40/94.

4 Direktīvas 89/104 5. pants ar nosaukumu "Tiesības, ko piešķir preču zīme" ir formulēts šādi:

"1. Reģistrētā preču zīme piešķir īpašniekam šajā ziņā ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības atturēt visas trešās personas, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot komercdarbībā:

a) jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks preču zīmei [,] attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme;

b) jebkuru apzīmējumu, ja tā identitātes vai līdzības preču zīmei un preču vai pakalpojumu, uz ko attiecas preču zīme, identitātes vai līdzības dēļ pastāv varbūtība maldināt sabiedrību [sabiedrībai rodas sajaukšanas iespēja], kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.

2. Ikviena dalībvalsts var arī paredzēt, ka īpašniekam ir tiesības aizkavēt visas trešās personas, kam nav viņa piekrišanas, lietot komercdarbībā jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tiem, kam šī preču zīme reģistrēta, ja pēdējai ir reputācija dalībvalstī un ja šīs zīmes nepamatota lietošana rada negodīgas priekšrocības [kas izriet no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas] vai rada kaitējumu preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

3. Saskaņā ar šī panta 1. un 2. punktu cita starpā var aizliegt šādas darbības:

a) apzīmējuma piestiprināšanu precēm vai to iepakojumam;

b) preču piedāvāšanu vai to laišanu tirgū, vai uzkrājumu veidošanu šiem nolūkiem, izmantojot šo apzīmējumu, vai pakalpojumu piedāvāšanu vai sniegšanu ar šo apzīmējumu nosaukumu;

c) preču importu vai eksportu, izmantojot šo apzīmējumu;

d) apzīmējuma lietošanu darījumu dokumentos un reklāmā.

[..]"

5 Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkta formulējums būtībā atbilst Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta formulējumam. Minētā 9. panta 2. punkts atbilst minētā 5. panta 3. punktam. Kas attiecas uz Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta c) apakšpunktu, tajā bija noteikts:

"Kopienas preču zīme piešķir tās īpašniekam uz to ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības aizliegt visām treš[aj]ām personām bez viņa piekrišanas darījumos izmantot:

[..]

c) jebkādu apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs Kopienas preču zīmei saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta Kopienas preču zīme, ja šī pēdējā ir Kopienā pazīstama un ja minētās zīmes izmantošanā bez pietiekama iemesla varētu netaisnīgi gūt labumu no Kopienas preču zīmes atšķirīguma [atšķirtspējas] vai pazīstamības [reputācijas] vai tai kaitēt."

6 Direktīvas 89/104 7. pantā ar nosaukumu "Preču zīmes piešķirto tiesību izmantošana" ir noteikts:

"1. Preču zīme nedod īpašniekam tiesības aizliegt tās lietošanu attiecībā uz precēm, ko laidis [Eiropas Ekonomikas zonas] tirgū, izmantojot šo preču zīmi, īpašnieks vai kas laistas [(EEZ)] tirgū ar īpašnieka piekrišanu.

2. Šā panta 1. punktu nepiemēro, ja īpašniekam ir likumīgi iemesli iebilst pret preču turpmāku tirdzniecību, jo īpaši, ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmainījies vai pasliktinājies."

7 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punktu "Kopienas preču zīme nedod tās īpašniekam tiesības aizliegt [to] izmantot saistībā ar precēm, ko īpašnieks pats ir laidis apgrozībā [Eiropas Savienībā] vai kam ir piekritis". Šī paša panta 2. punkta formulējums ir identisks Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta formulējumam.

B — *Direktīva 2000/31 ("Elektroniskās tirdzniecības direktīva")*

8 Direktīvas 2000/31 2. panta a) punktā "informācijas sabiedrības pakalpojumi", atsaucoties uz 1. panta 2. punktu Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 22. jūnija Direktīvā 98/34/EK, kas nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko standartu un noteikumu un Informācijas sabiedrības pakalpojumu noteikumu sfērā (OV L 204, 37. lpp.), redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 20. jūlija Direktīvu 98/48/EK (OV L 217, 18. lpp.) (turpmāk tekstā — "Direktīva 98/34"), definēti kā "jebkāds pakalpojums, ko parasti sniedz par atlīdzību no attāluma, ar elektroniskiem līdzekļiem un pēc pakalpojumu saņēmēja individuāla pieprasījuma".

9 Direktīvas 98/34 1. panta 2. punktā tālāk ir noteikts:

"[..]

Šajā definīcijā:

— "no attāluma" nozīmē, ka pakalpojumus sniedz bez vienlaicīgas pušu klātbūtnes,

— "ar elektroniskiem līdzekļiem" nozīmē, ka pakalpojumus nosūta un galamērķī saņem ar elektroniskas apstrādes [..] un informācijas uzglabāšanas aparatūras palīdzību un ka tos pilnībā pārraida, nosūta un saņem pa vadiem, pa radio ar optiskiem vai citiem elektromagnētiskiem līdzekļiem,

— "pēc pakalpojumu saņēmēja individuāla pieprasījuma" nozīmē, ka pakalpojumus sniedz, pārraidot informāciju pēc individuāla pieprasījuma.

[..]"

10 Direktīvas 2000/31 6. pantā ir noteikts:

"Papildus citām informācijas prasībām, ko nosaka [Savienības] tiesības, dalībvalstis nodrošina, ka komerciņojumi, kas ir informācijas sabiedrības pakalpojuma daļa [..], atbilst vismaz šādiem noteikumiem:

[..]

b) ir skaidri nosakāma fiziska vai juridiska persona, kuras vārdā komerciņojums ir veikts;

[..]."

11 Direktīvas 2000/31 II nodaļā ir 4. iedaļa ar virsrakstu "Starpnieku pakalpojumu sniedzēju saistības", kurā ietilpst 12.–15. pants.

12 Direktīvas 2000/31 14. pantā ar virsrakstu "Glabāšana [mitināšana]" ir noteikts:

"1. Ja tiek piedāvāts informācijas sabiedrības pakalpojums, kas sastāv no pakalpojuma saņēmēja piedāvātās informācijas glabāšanas, dalībvalstis nodrošina, ka pakalpojuma sniedzējs nav atbildīgs par informāciju, kas glabāta pēc pakalpojuma saņēmēja pieprasījuma, ar noteikumu, ka:

a) pakalpojuma sniedzējam nav faktisku zināšanu par nelikumīgu [prettiesisku] darbību vai informāciju un, attiecībā uz prasībām par bojājumiem [zaudējumu atlīdzību], tas nezina par faktiem vai apstākļiem, kas liecina par nelegālu [prettiesisku] darbību vai informāciju; vai

b) pakalpojuma sniedzējs pēc šādu ziņu iegūšanas rīkojas ātri, lai izņemtu šādu informāciju vai liegt[u] tai pieeju [piekļuvi].

2. Šā panta 1. punktu nepiemēro, ja pakalpojuma saņēmējs rīkojas saskaņā ar pakalpojuma sniedzēja pilnvaru vai kontroli [pakalpojuma sniedzēja pakļautībā vai kontrolē].

3. Šis pants neietekmē tiesas vai administratīvās iestādes tiesības saskaņā ar [atbilstoši] dalībvalstu [attiecīgās dalībvalsts] juridisko sistēmu [tiesību sistēmai] pieprasīt pakalpojuma sniedzējam izbeigt vai novērst likuma pārkāpumu, kā arī neietekmē dalībvalstu tiesības izveidot procedūras, kas regulē informācijas izņemšanu vai pieejas [piekļuves] liegšanu tai."

13 Direktīvas 2000/31 15. pantā ar virsrakstu "Vispārēju pārraudzīšanas saistību [Vispārēja uzraudzības pienākuma] neesamība" ir noteikts:

"1. Dalībvalstis neuzliek vispārējas saistības [vispārēju pienākumu] pakalpojuma sniedzējiem, piedāvājot 12., 13. un 14. pantā minētos pakalpojumus, pārraudzīt [uzraudzīt] informāciju, ko tie pārraida vai uzglabā, kā arī neuzliek [vispārēju] pienākumu aktīvi meklēt faktus un apstākļus, kas norāda uz nelegālu [prettiesisku] darbību.

[..]"

14 Direktīvas 2000/31 III nodaļā ietilpst tostarp 18. pants ar virsrakstu "Sūdzību ierosināšana [Vēršanās] tiesā", kurā ir noteikts:

"1. Dalībvalstis nodrošina, ka iespējas saskaņā ar valsts tiesību aktiem attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojumu darbību ierosināt sūdzības [vērsties] tiesā ļauj ātri pieņemt [īstenot] pasākumus, tostarp pagaidu pasākumus, kas paredzēti iespējamo pārkāpumu likvidēšanai un iesaistīto interešu tālākas vājināšanas [aizskaršanas] novēršanai.

[..]"

C — *Direktīva 2004/48 ("Direktīva par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu")*

15 Direktīvas 2004/48 par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu preambulas 1.–3., 23., 24. un 32. apsvērumā ir teikts:

"(1) Iekšējā tirgus īstenošana paredz likvidēt pārvietošanās brīvības ierobežojumus un konkurences izkropļojumus, izveidojot vidi, kas veicina jauninājumu ieviešanu un ieguldījumus. Šai sakarā intelektuālā īpašuma aizsardzībai ir ļoti liela loma [..].

(2) [..] Tai pat laikā [intelektuālā īpašuma aizsardzība] nedrīkst traucēt izteiksmes brīvību, brīvu informācijas apriti vai personas datu aizsardzību, tostarp internetā.

(3) Tomēr, nepastāvot efektīviem intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības līdzekļiem, netiek veicināta jauninājumu ieviešana un jaunrade un mazinās ieguldījumi. Tādēļ ir jānodrošina, ka materiālās tiesības intelektuālā īpašuma jomā, kas pašreiz lielā mērā ir *acquis communitaire* sastāvdaļa, [Savienībā] piemēro efektīvi. [..]

[..]

(23) [..] tiesību īpašniekiem ir jābūt iespējai lūgt piemērot tiesiskās aizsardzības līdzekļus [saņemt tiesas rīkojumu] attiecībā uz starpnieku, kura pakalpojumus kāda trešā persona izmanto, lai pārkāptu tiesību īpašnieka rūpnieciskā īpašuma tiesības. Nosacījumi un kārtība, kas attiecas uz minētajiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem [tiesas rīkojumiem], ir jāparedz dalībvalstu tiesību aktos. Attiecībā uz autortiesību un blakustiesību pārkāpumiem visaptverošs saskaņošanas

līmenis jau ir paredzēts [Eiropas Parlamenta un Padomes 2001. gada 22. maija] Direktīvā 2001/29/EK [par dažu autortiesību un blakustiesību aspektu saskaņošanu informācijas sabiedrībā (OV L 167, 10. lpp.)]. Tādēļ Direktīvas 2001/29/EK 8. panta 3. punktu šīs direktīvas noteikumi neietekmē.

(24) Attiecīgā gadījumā un ja ir pamatoti apstākļi, paredzamajiem pasākumiem, kārtībai un aizsardzības līdzekļiem ir jāietver aizlieguma pasākumi, kuru mērķis ir novērst turpmākus intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumus. [..]

[..]

(32) Šī direktīva respektē pamattiesības [..], kas jo īpaši ir atzīt[as] Eiropas Savienības Pamattiesību hartā. Šī direktīva jo īpaši nodrošina intelektuālā īpašuma tiesības saskaņā ar minētās hartas 17. panta 2. punktu."

16 Direktīvas 2004/48 2. pantā, kurā noteikta tās piemērošanas joma, ir noteikts:

"1. Neskarot līdzekļus, kas [Savienības] vai valstu tiesību aktos ir vai var tikt paredzēti, ciktāl šie līdzekļi var būt labvēlīgāki tiesību īpašniekiem, šajā direktīvā paredzētos pasākumus, kārtību un aizsardzības līdzekļus [..] piemēro visiem intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumiem, kas paredzēti [Savienības] un/vai attiecīgās dalībvalsts tiesību aktos.

[..]

3. Šī direktīva neattiecas uz

a) [..] Direktīvu 2000/31/EK kopumā un jo īpaši Direktīvas 2000/31/EK 12.–15. pantu;

[..]."

17 Direktīvas 2004/48 II nodaļā ar virsrakstu "Pasākumi, kārtība un [tiesību] aizsardzības līdzekļi" ietilpst sešas iedaļas, un 1. iedaļā ar virsrakstu "Vispārīgi noteikumi" ietilpst tostarp 3. pants, kurā ir noteikts:

"1. Dalībvalstis paredz pasākumus, kārtību un [tiesību] aizsardzības līdzekļus, kas vajadzīgi, lai nodrošinātu šajā direktīvā paredzēto intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu. Šie pasākumi, kārtība un [tiesību] aizsardzības līdzekļi ir taisnīgi, nav nevajadzīgi sarežģīti vai dārgi un neietver nepamatotus termiņus vai kavēšanos.

2. Šie pasākumi, kārtība un [tiesību] aizsardzības līdzekļi ir arī efektīvi, proporcionāli [samērīgi] un preventīvi, un tos piemēro tā, lai izvairītos no šķēršļu radīšanas likumīgai tirdzniecībai [..]."

18 Direktīvas 2004/48 II nodaļas 5. iedaļas virsraksts ir "Pasākumi, ko veic, pamatojoties uz [no]lēmumu par lietas būtību". Tajā ietilpst 10.–12. pants, kuru nosaukumi attiecīgi ir "Korektīvi pasākumi", "Tiesiskās aizsardzības līdzekļi [tiesas rīkojumi]" un "Alternatīvi pasākumi".

19 Saskaņā ar Direktīvas 2004/48 11. pantu:

"Dalībvalstis nodrošina, ka, ja tiesa ir pieņēmusi [no]lēmumu, kurā konstatēts intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpums, tiesu iestādes var attiecībā uz pārkāpēju izdot izpildrakstu [rīkojumu], lai aizliegtu turpināt pārkāpuma darbības. Ja attiecīgās valsts tiesību akti to paredz, par nepakļaušanos izpildrakstā [rīkojumā] noteiktajam attiecīgā gadījumā ir jāmaksā regulāra [atkārtota] kavējuma [soda] nauda, lai nodrošinātu izpildraksta [rīkojuma] izpildi. Dalībvalstis nodrošina arī to, ka tiesību īpašnieki var lūgt piemērot tiesiskās aizsardzības līdzekļus [tiesas rīkojumus] pret starpniekiem, kuru pakalpojumus izmanto trešā persona intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpšanai, neskarot [neierobežojot] Direktīvas 2001/29/EK 8. panta 3. punkt[a iedarbību]."

20 Minētajā Direktīvas 2001/29 8. panta 3. punktā ir noteikts:

"Dalībvalstis nodrošina to, ka tiesību subjekti [īpašnieki] var pieprasīt rīkojumu pret [attiecībā uz] starpniekiem, kuru pakalpojumus trešā persona izmanto, lai pārkāptu autortiesības vai blakustiesības."

D — *Direktīva 76/768 ("Direktīva par kosmētikas līdzekļiem")*

21 6. panta 1. punktā Padomes 1976. gada 27. jūlija Direktīvā 76/768/EEK par dalībvalstu tiesību aktu tuvināšanu attiecībā uz kosmētikas līdzekļiem (OV L 262, 169. lpp.), redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2003. gada 27. februāra Direktīvu 2003/15/EK (OV L 66, 26. lpp.), ir noteikts:

“Dalībvalstis veic visus nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu, ka kosmētikas līdzekļus var realizēt tikai tad, ja uz to trauka vai iepakojuma neizdzēšamiem, viegli salasāmiem un skaidri saredzamiem burtiem ir norādīta šāda informācija; izņemot g) [apakš]punktā minēto informāciju, ko tomēr var norādīt tikai uz iepakojuma:

a) kosmētikas līdzekļa Kopienā reģistrētā ražotāja vai par tā realizāciju atbildīg[ā]s personas vārds, nosaukums vai firmas zīme un adrese vai reģistrēta uzņēmējdarbības vieta [..];

b) nominālais saturs iepakošanas laikā [..];

c) minimāl[ais] derīguma termiņ[š] [..];

d) īpaši piesardzības noteikumi [..];

e) izstrādājuma partijas numurs vai preču identifikācijas norāde [..];

f) produkta funkcija, ja vien tā nav acīmredzama no produkta noformējuma;

g) sastāvdaļu saraksts [..].

[..]”

E — *Valsts tiesiskais regulējums*

22 Direktīva 89/104 valsts tiesībās tika transponēta ar Likumu par preču zīmēm (*Trade Marks Act*). Direktīvas 89/104 5. panta 1.–3. punkta transponēšana ir veikta ar šī likuma 10. pantu.

23 Direktīva 2000/31 valsts tiesībās tika transponēta ar Noteikumiem par elektronisko tirdzniecību (*Electronic Commerce Regulations*). Direktīvas 2000/31 14. panta transponēšana ir veikta ar šo noteikumu 19. pantu.

24 Attiecībā uz Direktīvas 2004/48 11. panta trešo teikumu Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotā Karaliste nav pieņēmusi īpašus noteikumus šīs tiesību normas ieviešanai. Tomēr tiesības izdot rīkojumus ir reglamentētas Likuma par Augstāko tiesu (*Supreme Court Act*) 37. pantā, saskaņā ar kuru *High Court* var izdot rīkojumu visos gadījumos, kad tas šķiet taisnīgi un atbilstoši ("in all cases in which it appears to be just and convenient to do so").

25 Direktīva 76/768 valsts tiesībās ir transponēta ar Noteikumiem par kosmētikas līdzekļiem (*Cosmetic Products Regulations*). To 12. pants atbilst Direktīvas 76/768 6. panta 1. punktam, un tā pārkāpums var būt noziedzīgs nodarījums.

II — Pamata prāva un prejudiciālie jautājumi

26 *L'Oréal* ražo un pārdod smaržas, kā arī kosmētikas un matu kopšanas līdzekļus. Apvienotajā Karalistē tai pieder vairākas valsts preču zīmes. Tai pieder arī Kopienas preču zīmes.

27 *L'Oréal* izstrādājumu izplatīšana tiek veikta ar slēgta izplatīšanas tīkla palīdzību, kura ietvaros pilnvarotajiem izplatītājiem ir liegts piegādāt izstrādājumus citiem izplatītājiem.

28 *eBay* uztur elektroniskās tirdzniecības vidi, kurā tiek izlikti tādu preču saraksti, kuras pārdošanai piedāvā personas, kas šim mērķim ir reģistrējušās *eBay* un ir tajā izveidojušas savu pārdevēja profilu. *eBay* par tajā īstenotajiem darījumiem iekasē komisijas maksu procentuālā izteiksmē.

29 *eBay* ļauj potenciālajiem pircējiem piedāvāt savu cenu par pārdevēju piedāvātajām precēm. Tā ļauj preces pārdot arī bez izsoles un tādējādi par nemainīgu cenu ("pērc tagad" sistēma). Turklāt pārdevēji *eBay* vietnēs var izveidot t.s. interneta veikalus. Šādos veikalos ir uzskaitītas visas preces, ko pārdevējs piedāvā pārdošanai konkrētā brīdī.

30 Pārdevējiem un pircējiem ir jāpiekrīt *eBay* lietošanas līguma noteikumiem. Starp šiem noteikumiem ir aizliegums pārdot viltotas preces un pārkāpt no preču zīmēm izrietošās tiesības.

31 Vajadzības gadījumā *eBay* pārdevējiem palīdz optimizēt to piedāvājumu, izveidot savus interneta veikalus un veicināt pārdošanu, kā arī palielināt tās apjomu. Turklāt tā reklamē noteiktas tās tirdzniecības vietā internetā pārdošanā esošas preces, izmantojot meklētājprogrammu, tādu kā *Google*, reklāmas saites.

32 Ar 2007. gada 22. maija vēstuli *L'Oréal* informēja *eBay* par savām bažām par plašu tādu preču tirdzniecību *eBay* Eiropas interneta vietnēs, ar kurām tiek pārkāptas *L'Oréal* intelektuālā īpašuma tiesības.

33 *L'Oréal*, nebūdama apmierināta ar tai sniegto atbildi, vairākās dalībvalstīs cēla prasības pret *eBay*, tostarp prasību, kas iesniegta *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division*.

34 *L'Oréal* vērsās *High Court of Justice*, lai panāktu, ka tiek atzīts, pirmkārt, ka *eBay* un atbildētājas fiziskās personas ir atbildīgas par šo pēdējo veiktu septiņpadsmit priekšmetu pārdošanu, izmantojot interneta vietni www.ebay.co.uk, jo ar šo pārdošanu esot pārkāptas tiesības, kuras *L'Oréal* piešķir tostarp Kopienas grafiska preču zīme, kas ietver vārdus "Amor Amor", un valsts vārdiska preču zīme "Lancôme".

35 *L'Oréal* un *eBay* ir vienisprātis, ka divi no šiem septiņpadsmit priekšmetiem bija izstrādājumu ar preču zīmi "*L'Oréal* viltojumi.

36 Lai gan attiecībā uz pārējiem piecpadsmit priekšmetiem *L'Oréal* neapgalvoja, ka tie ir viltojumi, tā tomēr uzskata, ka ar to tirdzniecību ir pārkāptas tās tiesības, kas izriet no preču zīmēm, jo šie priekšmeti bija vai nu izstrādājumi, kas nav paredzēti pārdošanai, tādi kā testeri un paraugi, vai arī izstrādājumi ar preču zīmi "L'Oréal",

kas paredzēti tirdzniecībai Ziemeļamerikā, nevis Eiropas Ekonomikas zonā (turpmāk tekstā — "EEZ"). Turklāt daži no šiem priekšmetiem tika pārdoti bez iepakojuma.

37 Šajā stadijā gan atturēdamās lemt par to, kādā mērā ir noticis *L'Oréal* preču zīmju tiesību pārkāpums, *High Court of Justice* apstiprināja, ka atbildētājas fiziskās personas www.ebay.co.uk interneta vietnē ir veikušas *L'Oréal* aprakstītos pārdošanas darījumus.

38 Otrkārt, *L'Oréal* apgalvoja, ka eBay ir atbildīga par *L'Oréal* preču zīmju izmantošanu sakarā ar to parādīšanu tās interneta vietnē, kā arī sponsorētu saišu, kuru parādīšanos izraisa šīm preču zīmēm atbilstošo atslēgvārdu izmantošana, parādīšanu interneta meklētājprogrammu, tādu kā *Google*, vietnēs.

39 Šajā pēdējā sakarā nav apstrīdēts, ka *eBay*, *Google* norādīšanas pakalpojuma "AdWords" ietvaros izvēloties *L'Oréal* preču zīmēm atbilstošus atslēgvārdus, katru reizi, kad pastāvēja sakritība starp šo vārdu un interneta lietotāja *Google* meklētājprogrammā ievadītajā pieprasījumā ietverto, lika parādīties reklāmas saitei uz vietni www.ebay.co.uk. Šī saite parādījās sadaļā "Sponsorētās saites", kura parādās vai nu *Google* parādītā ekrāna labajā pusē, vai ekrāna augšā.

40 Tā, piemēram, kad 2007. gada 27. martā kāds interneta lietotājs *Google* meklētājprogrammā ierakstīja meklējamos vārdus "shu uemura", kuri būtībā atbilst *L'Oréal* valsts vārdiskajai preču zīmei "Shu Uemura", minētajā sponsorēto saišu sadaļā parādījās šāds *eBay* reklāmas sludinājums:

"Shu Uemura

Lieliski *Shu uemura* pirkumi

Iepērcies *eBay* un ietaupi!

www.ebay.co.uk"

("Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk")

41 Uzklikšķinot uz šīs reklāmas saites, lietotājs ieraudzīja vietnes www.ebay.co.uk lapu, kurā bija norādīts: "atrastas 96 ar *shu uemura* saistītas preces". Lielākajai daļai šo preču bija skaidri norādīts, ka tās ir no Honkongas.

42 Tāpat viens no citiem piemēriem: kad 2007. gada 27. martā kāds interneta lietotājs *Google* meklētājprogrammā ierakstīja vārdus "matrix hair", kuri daļēji atbilst *L'Oréal* valsts vārdiskai preču zīmei "Matrix", minētajā sponsorēto saišu sadaļā parādījās šāds *eBay* reklāmas sludinājums:

"Matrix hair

Fantastiski zemas cenas šeit

Apmieriniet savu kaislību eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk”

(“Matrix hair

Fantastic low prices here

Feed your passion on eBay.co.uk!

www.ebay.co.uk”)

43 Treškārt, *L'Oréal* apgalvoja, ka pat tad, ja *eBay* pati nav atbildīga par *L'Oréal* tiesību, kas saistītas ar tās preču zīmēm, pārkāpumu, pret to esot jāizdod rīkojums saskaņā ar Direktīvas 2004/48 11. pantu.

44 *L'Oréal* panāca izlīgumu ar dažām no atbildētājām fiziskajām personām, proti, S. Potsu, T. Rečfordu, M. Ormsbiju, Dž. Klārku un Dž. Klārkas kundzi, bet attiecībā uz pārējām, proti, G. Foksu un R. Bī, ir ticis pieņemts aizmugurisks spriedums. Pēc tam, 2009. gada martā, *High Court of Justice* notika tiesas sēde prasībā, kas vērsta pret *eBay*.

45 Ar 2009. gada 22. maija spriedumu *High Court of Justice* izteica dažus faktoloģiskus precizējumus un secināja, ka par lietu nevar pieņemt galīgu nolēmumu, jo vairākiem tiesību jautājumiem pirms tam nepieciešama Eiropas Savienības Tiesas interpretācija.

46 Minētajā spriedumā *High Court of Justice* konstatēja, ka *eBay* izmanto datorprogrammu filtrus, lai identificētu sludinājumus, kuros varētu būt pārkāpti vietnes lietošanas noteikumi. Šī tiesa konstatēja arī, ka *eBay*, izmantojot programmu *VeRO* [*Verified Rights Owner*], ir izveidojusi paziņošanas un izņemšanas sistēmu, kuras mērķis ir sniegt intelektuālā īpašuma tiesību īpašniekiem palīdzību pārkāpjošo sludinājumu izņemšanā no interneta tirdzniecības vietas. *L'Oréal*, uzskatīdama šo programmu par neapmierinošu, ir atteikusies piedalīties tajā.

47 *High Court of Justice* ir norādījusi arī, ka *eBay* attiecībā uz lietotājiem, kuri ir pārkāpuši noteikumus par interneta tirdzniecības vietas izmantošanu, piemēro dažādas sankcijas, kā, piemēram, pagaidu vai pastāvīgu lietotāja izslēgšanu.

48 Neraugoties uz iepriekš aprakstītajiem atzinumiem, *High Court of Justice* uzskatīja, ka *eBay* varētu darīt vairāk, lai samazinātu preču, ar kurām tiek pārkāptas intelektuālā īpašuma tiesības, pārdošanu savā interneta tirdzniecības vietā. Pēc šīs tiesas domām, *eBay* varētu savos noteikumos iekļaut aizliegumu pārdot ārpus EEZ iegūtas preces bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas. Turklāt tā varētu noteikt papildu ierobežojumus attiecībā uz izstrādājumu, par kuriem var būt vienlaicīgi izlikti sludinājumi, pārdošanas apjomu un stingrāk piemērot sankcijas.

49 *High Court of Justice* tomēr uzsver, ka tas, ka *eBay* būtu iespējams veikt vairāk pasākumu, nenozīmē, ka tai ir juridisks pienākums to darīt.

50 Ar 2009. gada 16. jūlija lēmumu, kas pieņemts pēc 2009. gada 22. maija sprieduma, *High Court of Justice* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Ja smaržu un kosmētikas testeri (t.i., paraugi, kas izmantojami izstrādājumu demonstrēšanai patērētājiem mazumtirdzniecības veikalos) un pudeles, no kurām tiek piepildīti paraugi (t.i., trauki, no kuriem izstrādājumu paraugus neliela tilpuma traukos var bez maksas izplatīt patērētājiem), kurus nav paredzēts pārdot patērētājiem (un kas bieži vien ir marķēti ar norādi "nav paredzēts pārdošanai" vai "nav paredzēts pārdot atsevišķi"), bez maksas tiek piegādāti preču zīmes īpašnieka pilnvarotajiem izplatītājiem, vai var uzskatīt, ka šādas preces ir "laistas tirgū" [Direktīvas 89/104] 7. panta 1. punkta un [Regulas Nr. 40/94] 13. panta 1. punkta izpratnē?

2) Vai tas, ka smaržas vai kosmētiku izsaiņo [no ārējā iepakojuma] bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas, ir uzskatāms par "likumīgu iemeslu", lai preču zīmes īpašnieks varētu iebilst pret turpmāku izsaiņoto preču tirdzniecību [Direktīvas 89/104] 7. panta 2. punkta un [Regulas Nr. 40/94] 13. panta 2. punkta izpratnē?

3) Vai atbilde uz 2) jautājumu būtu citāda, ja:

a) izsaiņošanas (no ārējā iepakojuma) rezultātā uz izsaiņotajiem izstrādājumiem nebūtu informācijas, kas paredzēta [Direktīvas 76/768] 6. panta 1. punktā, un it īpaši nebūtu sastāvdaļu saraksta vai derīguma termiņa?

b) šādas informācijas neesamības dēļ izsaiņoto izstrādājumu piedāvāšana pārdošanai vai pārdošana saskaņā ar tās Kopienas dalībvalsts tiesībām, kurā trešās personas tos piedāvā pārdošanai vai pārdod, būtu uzskatāma par noziedzīgu nodarījumu?

4) Vai atbilde uz 2) jautājumu būtu citāda, ja turpmāka tirdzniecība kaitētu vai varētu kaitēt preču tēlam un tādējādi arī preču zīmes reputācijai? Apstiprinošas atbildes gadījumā, vai šādas sekas būtu jāprezumē vai arī tās būtu jāpierāda preču zīmes īpašniekam?

5) Ja interneta tirdzniecības vietas [operators] no meklētājprogrammas operatora nopērk tiesības kā atslēgvārdu izmantot apzīmējumu, kas ir identisks reģistrētai preču zīmei, lai meklētājprogramma lietotājam šo apzīmējumu parādītu sponsorētā saitē uz interneta tirdzniecības vietas operatora interneta vietni, vai apzīmējuma parādīšana sponsorētajā saitē ir uzskatāma par apzīmējuma "izmantošanu" [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta un [Regulas Nr. 40/94] 9. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē?

6) Ja, uzklikšķinot uz sponsorētās saites, kas minēta iepriekš 5) jautājumā, lietotājs tieši piekļūst tādu preču reklāmas sludinājumiem vai pārdošanas piedāvājumiem, kas ir identiskas precēm, attiecībā uz kurām ir reģistrēta preču zīme, un uz kurām norāda apzīmējums, ko interneta vietnē ievietojušas citas personas, un ar dažām no precēm tiek pārkāptas preču zīmes īpašnieka tiesības, bet ar dažām precēm netiek pārkāptas preču zīmes īpašnieka tiesības, jo atšķiras attiecīgo preču statuss, — vai ir uzskatāms, ka interneta tirdzniecības vietas operators šādu apzīmējumu izmanto "attiecībā uz" neatļautām precēm [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta un [Regulas Nr. 40/94] 9. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē?

7) Ja starp precēm, kas interneta vietnē tiek reklamētas un piedāvātas pārdošanai un kas minētas iepriekš 6) jautājumā, ir arī preces, ko preču zīmes īpašnieks nav laidis EEZ tirgū vai kas tajā laistas bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas, vai tam, lai šādai izmantošanai būtu piemērojams [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un [Regulas Nr. 40/94] 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts un nebūtu piemērojams [Direktīvas 89/104] 7. panta 1. punkts un [Regulas Nr. 40/94] 13. panta 1. punkts, pietiek ar to, ka reklāmas sludinājums vai tirdzniecības

piedāvājums ir vērsts uz patērētājiem teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme, vai arī preču zīmes īpašniekam ir jāpierāda, ka reklāmas sludinājums vai tirdzniecības piedāvājums noteikti ir saistīts ar attiecīgo preču laišanu tirgū teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme?

8) Vai atbildes uz 5)–7) jautājumu būtu citādas, ja izmantošana, par ko sūdzas preču zīmes īpašnieks, izpaužas kā apzīmējuma parādīšana paša interneta tirdzniecības vietas operatora interneta vietnē, nevis sponsorētā saitē?

9) Ja tam, lai šādai izmantošanai būtu piemērojams [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un [Regulas Nr. 40/94] 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts un nebūtu piemērojams [Direktīvas 89/104] 7. pants [..] un [Regulas Nr. 40/94] 13. pants [..], pietiek ar to, ka sludinājums vai tirdzniecības piedāvājums ir vērsts uz patērētājiem teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme:

   a) vai šāda izmantošana izpaužas kā vai ietver "pakalpojuma saņēmēja sniegtās informācijas glabāšanu [mitināšanu]" [Direktīvas 2000/31] 14. panta 1. punkta izpratnē?

   b) ja izmantošana neizpaužas tikai un vienīgi kā darbības, kam ir piemērojams [Direktīvas 2000/31] 14. panta 1. punkts, bet tā arī ietver šādas darbības, vai interneta tirdzniecības vietas operators nav atbildīgs tiktāl, ciktāl izmantošana izpaužas kā šādas darbības, un ja tas tā ir, vai nodarītā kaitējuma kompensēšanu vai citādu piemērotu tiesību aizsardzības līdzekli finansiālā izteiksmē var piespriest attiecībā uz šādu izmantošanu tiktāl, ciktāl uz to neattiecas izņēmums no atbildības?

c) ja interneta tirdzniecības vietas operators zina, ka preces tā interneta vietnē tiek reklamētas, piedāvātas pārdošanai un pārdotas, pārkāpjot reģistrētu preču zīmju tiesības, un ka šādu reģistrētu preču zīmju tiesību pārkāpumi, iespējams, turpināsies, tiem pašiem vai citiem interneta vietnes lietotājiem reklamējot, piedāvājot pārdošanai un pārdodot tādas pašas vai līdzīgas preces, vai tas ir uzskatāms par "faktiskām zināšanām" vai "ziņu iegūšanu" [Direktīvas 2000/31] 14. panta 1. punkta izpratnē?

10) Ja starpnieka, piemēram, interneta vietnes operatora, pakalpojumus izmanto trešā persona, pārkāpjot reģistrētas preču zīmes īpašnieka tiesības, vai [Direktīvas 2004/48] 11. pants liek dalībvalstīm nodrošināt, ka preču zīmes īpašnieks var lūgt izdot tiesas rīkojumu par to, lai starpnieks novērstu turpmākus minētās preču zīmes pārkāpumus, pret kuriem preču zīmes īpašnieks ir iebildis, un, ja tas tā ir, kādas ir šāda pieejamā tiesas rīkojuma juridiskās robežas?"

III — Par prejudiciālajiem jautājumiem

A — *Par pirmo līdz ceturto un par septīto jautājumu — par preču, kas apzīmētas ar preču zīmi, pārdošanu interneta tirdzniecības vietā*

1. Ievada apsvērumi

51 Kā minēts iepriekš šā sprieduma 36. un 37. punktā, nav strīda, ka atbildētājas fiziskās personas ar www.ebay.co.uk vietnes palīdzību Savienības teritorijā ir piedāvājušas pārdošanai un pārdevušas patērētājiem *L'Oréal* preču zīmju izstrādājumus, ko tā bija paredzējusi pārdošanai trešajās valstīs, kā arī izstrādājumus, kas nav domāti

pārdošanai, tādus kā testeri un paraugi. Turklāt nav strīda, ka šie izstrādājumi tika pārdoti bez iepakojuma.

52 Trešajās valstīs ievestu izstrādājumu piedāvāšana pārdošanai www.ebay.co.uk vietnē izriet arī no šā sprieduma 40. un 41. punktā rezumētajiem konstatējumiem, saskaņā ar kuriem *eBay* reklamēja Honkongā (Ķīna) atrodošos izstrādājumu ar "Shu Uemura" preču zīmi pārdošanas minētajā vietnē piedāvājumus.

53 *eBay* apstrīd, ka ar šādu pārdošanu interneta tirdzniecības vietā varētu tikt apdraudētas ar preču zīmēm piešķirtās tiesības. Ar savu pirmo līdz ceturto un septīto jautājumu iesniedzējtiesa vēlas uzzināt, vai *eBay* nostāja ir pareiza.

54 Pirms tiek atbildēts uz šo jautājumu, jāatgādina, kā to darījis ģenerāladvokāts savu secinājumu 79. punktā, ka uz ekskluzīvajām ar preču zīmi piešķirtajām tiesībām var atsaukties vienīgi pret saimnieciskās darbības subjektiem. Lai preču zīmes īpašnieks varētu trešajām personām aizliegt izmantot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, šai izmantošanai jānotiek komercdarbības ietvaros (it īpaši skat. 2004. gada 16. novembra spriedumu lietā C-245/02 *Anheuser-Busch*, Krājums, I-10989. lpp., 62. punkts, kā arī 2009. gada 18. jūnija spriedumu lietā C-487/07 *L'Oréal* u.c., Krājums, I-5185. lpp., 57. punkts).

55 No tā izriet, ka tad, ja fiziska persona pārdod preci, kas apzīmēta ar preču zīmi, ar interneta tirdzniecības vietas palīdzību un šī darbība nenotiek komercdarbības ietvaros, preču zīmes īpašnieks nevar atsaukties uz savām ekskluzīvajām tiesībām, kas paredzētas Direktīvas 89/104 5. pantā un Regulas Nr. 40/94 9. pantā. Savukārt tad, ja šādā tirdzniecības vietā veikta pārdošana sava apjoma, biežuma vai citu īpašību dēļ

pārsniedz privātas darbības ietvarus, pārdevējs nokļūst "komercdarbības" kontekstā minēto pantu izpratnē.

56 Savā 2009. gada 22. maija spriedumā iesniedzējtiesa ir atzinusi, ka S. Potss, kas ir viena no atbildētājām fiziskajām personām, ar www.ebay.co.uk vietnes starpniecību ir pārdevis lielu daudzumu priekšmetu ar *L'Oréal* preču zīmēm. Ņemot vērā šo faktu, iesniedzējtiesa ir atzinusi, ka šī persona ir darbojusies kā komersants. Līdzīgi secinājumi tika izdarīti attiecībā uz T. Rečfordu, M. Ormsbiju, Dž. Klārkas kundzi, R. Bī, kā arī Dž. Klārku un G. Foksu.

57 Tādējādi, tā kā šī sprieduma 51. punktā minētie pārdošanas piedāvājumi un pārdošana ietver preču zīmēm, kuru īpašniece ir *L'Oréal*, identisku vai līdzīgu apzīmējumu izmantošanu un turklāt nav apstrīdēts, ka *L'Oréal* tam nebija devusi savu piekrišanu, jāpārbauda, vai tā, ņemot vērā visus Direktīvas 89/104 5. pantā un Regulas Nr. 40/94 9. pantā paredzētos noteikumus, kā arī judikatūru saistībā ar šiem pantiem, var iebilst pret šiem pārdošanas piedāvājumiem un pārdošanu.

2. Par piedāvājumu ar Savienības teritorijā esošiem patērētājiem domātas interneta tirdzniecības vietas palīdzību pārdot ar preču zīmi apzīmētas preces, kurus šīs preču zīmes īpašnieks paredzējis pārdošanai trešajās valstīs

58 Ar savu septīto jautājumu, kurš jāizskata vispirms, iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai, lai Savienības dalībvalstī reģistrētas preču zīmes īpašnieks varētu saskaņā ar Direktīvas 89/104 5. pantā un Regulas Nr. 40/94 9. pantā paredzētajiem noteikumiem iebilst pret piedāvājumu interneta tirdzniecības vietā pārdot ar šo preču zīmi apzīmētas

preces, kas pirms tam nav tikušas pārdotas EEZ, vai — Kopienu preču zīmes gadījumā, kuras pirms tam nav tikušas pārdotas Savienībā, — ir pietiekami, ka pārdošanas piedāvājums ir vērsts uz patērētājiem teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme.

59 Ar Direktīvas 89/104 5. pantā un Regulas Nr. 40/94 9. pantā paredzēto noteikumu preču zīmes īpašniekam tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības aizliegt visām trešajām personām importēt ar tā preču zīmi apzīmētas preces, tās laist apgrozībā vai uzglabāt šim nolūkam, savukārt šīs pašas direktīvas 7. pantā un šīs pašas regulas 13. pantā ir paredzēts izņēmums no šī noteikuma, proti, ka īpašnieka tiesības tiek izsmeltas, ja pats īpašnieks preci ir laidis apgrozībā EEZ vai — Kopienas preču zīmes gadījumā — Savienībā vai arī tas ir noticis ar viņa piekrišanu (it īpaši skat. 2004. gada 30. novembra spriedumu lietā C-16/03 *Peak Holding*, Krājums, I-11313. lpp., 34. punkts; 2009. gada 15. oktobra spriedumu lietā C-324/08 *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., Krājums, I-10019. lpp., 21. punkts, kā arī 2010. gada 3. jūnija spriedumu lietā C-127/09 *Coty Prestige Lancaster Group*, Krājums, I-4965. lpp., 28. un 46. punkts).

60 Šī jautājuma ietvaros aplūkotajā gadījumā, kad preču zīmes īpašnieks preces nevienā brīdī nav pats laidis apgrozībā EEZ vai kad tas nav noticis ar viņa piekrišanu, Direktīvas 89/104 7. pantā un Regulas Nr. 40/94 13. pantā paredzētais izņēmums nav piemērojams. Šajā sakarā Tiesa atkārtoti ir spriedusi, ka ir būtiski, lai dalībvalstī reģistrētas preču zīmes īpašnieks varētu kontrolēt ar šo preču zīmi apzīmētās preces pirmo laišanu apgrozībā EEZ (it īpaši skat. 2001. gada 20. novembra spriedumu apvienotajās lietās no C-414/99 līdz C-416/99 *Zino Davidoff* un *Levi Strauss*, *Recueil*, I-8691. lpp., 33. punkts; kā arī iepriekš minētos spriedumus lietā *Peak Holding*, 36. un 37. punkts, un lietā *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., 32. punkts).

61 Lai gan *eBay* atzīst šos principus, tā apgalvo, ka dalībvalstī reģistrētas preču zīmes vai Kopienu preču zīmes īpašnieks nevar noderīgi atsaukties uz ekskluzīvajām tiesībām, kas piešķirtas ar šo zīmi, ja ar to apzīmētās preces tiek piedāvātas pārdošanai interneta tirdzniecības vietā, kura atrodas trešā valstī, un netiek katrā ziņā atvestas uz teritoriju, uz kuru attiecas šī preču zīme. Savukārt *L'Oréal*, Apvienotās Karalistes,

Itālijas, Polijas un Portugāles valdības, kā arī Eiropas Komisija uzskata, ka Direktīvas 89/104 un Regulas Nr. 40/94 noteikumi ir piemērojami, tiklīdz izrādās, ka trešā valstī atrodošamies ar preču zīmi apzīmētas preces piedāvājums ir vērsts uz patērētājiem teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme.

62 Ir jāpiekrīt šim pēdējam apgalvojumam. Ja būtu citādi, elektronisko tirdzniecību izmantojošiem subjektiem, kuri interneta tirdzniecības vietā, kura ir vērsta uz patērētājiem Savienībā, piedāvā ar preču zīmi apzīmētas preces, kuras atrodas trešā valstī un kuras ir iespējams aplūkot uz ekrāna un pasūtīt ar šīs tirdzniecības vietas palīdzību, nebūtu nekāda pienākuma ievērot Savienības tiesību normas par intelektuālo īpašumu. Šāda situācija ietekmētu šo tiesību normu lietderīgo iedarbību.

63 Šajā ziņā ir jānorāda, ka atbilstoši Direktīvas 89/104 5. panta 3. punkta b) un d) apakšpunktam un Regulas Nr. 40/94 9. panta 2. punkta b) un d) apakšpunktam trešo personu veikta preču zīmēm identisku vai līdzīgu apzīmējumu izmantošana, pret kuru šo zīmju īpašnieki var iebilst, ietver šādu apzīmējumu izmantošanu pārdošanas piedāvājumos un reklāmā. Kā norādījis ģenerāladvokāts savu secinājumu 127. punktā un Komisija savos rakstveida apsvērumos, ja uz Savienībā reģistrētai preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu pārdošanas piedāvājumā vai reklāmā internetā šīs tiesību normas neattiektos tāpēc vien, ka šo piedāvājumu vai reklāmu izvietojusī trešā persona atrodas trešā valstī, tās izmantotais interneta serveris atrodas šādā valstī vai prece, par kuru ir izteikts šāds piedāvājums vai reklāma, atrodas trešā valstī, tiktu apdraudēta šo tiesību normu efektivitāte.

64 Tomēr jāprecizē, ka tikai vienkārša pieejamība interneta vietnē teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme, nav pietiekama, lai secinātu, ka šai vietnē parādītie pārdošanas piedāvājumi ir domāti patērētājiem, kuri atrodas šajā teritorijā (pēc analoģijas skat.

2010. gada 7. decembra spriedumu apvienotajās lietās C-585/08 un C-144/09 *Pammer* un *Hotel Alpenhof*, Krājums, I-12527. lpp., 69. punkts). Ja pieejamība interneta tirdzniecības vietā minētajā teritorijā būtu pietiekama, lai uz tajā parādītajiem sludinājumiem attiektos Direktīvas 89/104 un Regulas Nr. 40/94 piemērošanas joma, vietnes un sludinājumi, kuri acīmredzami ir vērsti vienīgi uz trešās valstīs esošiem patērētājiem, bet tehniski ir pieejami Savienības teritorijā, nepamatoti tiktu pakļauti Savienības tiesībām.

65 Tādējādi valsts tiesām katrā atsevišķā gadījumā ir jānovērtē, vai pastāv atbilstošas norādes, lai secinātu, ka interneta tirdzniecības vietā, kura pieejama teritorijā, uz kuru attiecas preču zīme, parādīts pārdošanas piedāvājums ir vērsts uz patērētājiem šajā teritorijā. Ja pārdošanas piedāvājumam ir pievienoti precizējumi par ģeogrāfiskajām zonām, uz kurām pārdevējs ir gatavs preci nosūtīt, šī veida precizējumiem minētā vērtējuma ietvaros ir īpaša nozīme.

66 Pamata lietā vietne ar adresi "www.ebay.co.uk", nepastāvot pierādījumiem par pretējo, šķiet esam vērsta uz patērētājiem, kuri atrodas teritorijās, uz kurām attiecas pieminētās valsts un Kopienas preču zīmes, un tādējādi šajā vietnē atrodošies pārdošanas piedāvājumi, par kuriem ir runa pamata lietā, ietilpst Savienības tiesību normu par preču zīmju aizsardzību piemērošanas jomā.

67 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz septīto uzdoto jautājumu jāatbild, ka, ja saimnieciskās darbības subjekts trešajās valstīs atrodošās preces, kuras apzīmētas ar Savienības dalībvalstī reģistrētu preču zīmi vai Kopienas preču zīmi un kuras iepriekš nav tikušas pārdotas EEZ vai — Kopienas preču zīmes gadījumā — kuras iepriekš nav pārdotas Savienībā, ar interneta tirdzniecības vietas palīdzību un bez šīs preču zīmes īpašnieka piekrišanas pārdod patērētājam, kurš atrodas teritorijā, uz kuru attiecas šī preču zīme, šis īpašnieks var iebilst pret šo pārdošanu, pārdošanas piedāvājumu vai reklāmu

atbilstoši Direktīvas 89/104 5. pantā vai Regulas Nr. 40/94 9. pantā paredzētajiem noteikumiem. Valsts tiesām ir pienākums katrā atsevišķā gadījumā izvērtēt, vai pastāv atbilstošas norādes, uz kuru pamata var secināt, ka pārdošanas piedāvājums vai reklāma, kas izvietota tirdzniecības vietā internetā, kura pieejama šajā teritorijā, ir vērsti uz patērētājiem šajā teritorijā.

3. Par testeru un paraugu pārdošanas piedāvājumiem

68 Nav strīda, ka iesniedzējtiesas izskatīto faktu laikā atbildētājas fiziskās personas www.ebay.co.uk vietnē piedāvāja pārdošanai testerus un paraugus, kurus *L'Oréal* bija bez maksas piegādājusi pilnvarotajiem izplatītājiem.

69 Ar savu pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai preču zīmes īpašnieka veikta priekšmetu, kuri apzīmēti ar šo preču zīmi un ir domāti demonstrēšanai patērētājiem pilnvarotos mazumtirdzniecības veikalos, kā arī trauku, kuri arī apzīmēti ar šo preču zīmi un no kuriem var tikt paņemts neliels daudzums, lai to kā bezmaksas paraugus izplatītu patērētājiem, piegādāšana ir laišana tirgū Direktīvas 89/104 un Regulas Nr. 40/94 izpratnē.

70 Minētā tiesa šajā sakarā ir konstatējusi, ka *L'Oréal* šiem pilnvarotajiem izplatītājiem bija skaidri norādījusi, ka tie nedrīkst šos priekšmetus pārdot, turklāt tie bieži bija marķēti ar norādi "nav paredzēts pārdošanai".

71 Kā Tiesa jau ir nospriedusi, ja preču zīmes īpašnieks priekšmetiem, kurus tas piedāvā bez maksas savu preču pārdošanas veicināšanai, piestiprina šādu norādi, šie priekšmeti kā tādi nav domāti izplatīšanai, kuras mērķis ir ļaut tiem ienākt tirgū (skat. 2009. gada 15. janvāra spriedumu lietā C-495/07 *Silberquelle*, Krājums, I-137. lpp., 20.–22. punkts). Šādu priekšmetu bezmaksas piegādāšana tādējādi nav minētā tiesību īpašnieka veikta to laišana tirgū.

72 Tiesa ir atzinusi arī, ka, ja preču zīmes īpašnieks piestiprina tādas norādes kā "demonstrēšanai" vai "nav paredzēts pārdošanai" uz tādiem priekšmetiem kā smaržu testeri, tas, nepastāvot pierādījumiem par pretējo, liedz atzīt, ka šis īpašnieks būtu piekritis šo priekšmetu laišanai tirdzniecībā (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Coty Prestige Lancaster Group*, 43., 46. un 48. punkts).

73 Šādos apstākļos uz pirmo jautājumu jāatbild, ka preču zīmes īpašnieka veikta priekšmetu, kuri apzīmēti ar šo preču zīmi un ir domāti demonstrēšanai patērētājiem pilnvarotos mazumtirdzniecības veikalos, kā arī trauku, kuri arī apzīmēti ar šo preču zīmi un no kuriem var tikt paņemts neliels daudzums, lai to kā bezmaksas paraugus izplatītu patērētājiem, piegādāšana saviem pilnvarotajiem izplatītājiem, nepastāvot pierādījumiem par pretējo, nav laišana tirgū Direktīvas 89/104 vai Regulas Nr. 40/94 izpratnē.

4. Par preču bez iepakojuma tirdzniecību

74 Kā norādīts šī sprieduma 36., 37. un 51. punktā, dažus preču, kuras apzīmētas ar preču zīmēm, kuru īpašniece ir *L'Oréal*, eksemplārus komersanti, kuri darbojas ar *eBay* interneta tirdzniecības vietas starpniecību, ir pārdevuši bez ārējā iepakojuma.

75 Ar savu otro līdz ceturto prejudiciālo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā vēlas zināt, vai, tādas preces kā pamata lietā izsaiņojot no ārējā iepakojuma, tiek pārkāptas šīm precēm piestiprinātās preču zīmes īpašnieka ekskluzīvās tiesības, tādējādi viņam piešķirot tiesības iebilst pret šādi izsaiņotu preču pārdošanu.

76 Ņemot vērā, ka izsaiņotās preces, par kurām ir runa pamata lietā, lielākoties ir kosmētikas līdzekļi, iesniedzējtiesa lūdz, lai uz šiem jautājumiem tiktu atbildēts, ņemot vērā Direktīvas 76/768 6. panta 1. punktu, saskaņā ar kuru kosmētikas līdzekļus var realizēt tikai tad, ja uz to iesaiņojuma ir norādīta informācija tostarp par ražotāju vai par šo preču realizāciju atbildīgo personu, produkta sastāvu (sastāvdaļu saraksts), izmantošanu (funkcija un īpaši piesardzības noteikumi) un tā uzglabāšanu (minimālais derīguma termiņš). Šajā ziņā tā būtībā vēlas uzzināt, vai preču zīmes īpašnieks var saskaņā ar savām ekskluzīvajām tiesībām, kas paredzētas Direktīvā 89/104 vai — Kopienas preču zīmes gadījumā — Regulā Nr. 40/94, iebilst pret ar šo preču zīmi apzīmētu preču tirdzniecību, ja šī tirdzniecība notiek, neievērojot minētajā Direktīvas 76/768 tiesību normā minētās prasības.

77 *L'Oréal*, tāpat kā Francijas, Polijas un Portugāles valdības, kā arī Komisija, uzskata, ka neatkarīgi no jautājuma, vai ir vai nav noticis Direktīvas 76/768 noteikumu pārkāpums, iepakojums ir būtiska smaržu un kosmētikas līdzekļu tēla daļa. Šīm precēm piestiprinātas preču zīmes īpašniekam tādējādi jāvar iebilst pret šo preču pārdošanu izsaiņotā veidā. Savukārt *eBay* uzsver, ka smaržu un kosmētikas līdzekļu jomā prestižo luksusa preces tēlu bieži raksturo preces pudele vai trauks, nevis ārējais iepakojums.

78 Pirmkārt, ir jāuzskata, ka, ņemot vērā plašo smaržu un kosmētikas līdzekļu klāstu, jautājums par to, vai šādas preces izsaiņošana apdraud tās tēlu un tādējādi preču zīmes, ar ko tā apzīmēta, reputāciju, jānovērtē katrā atsevišķā gadījumā. Kā norādījis

ģenerāladvokāts savu secinājumu 71.–74. punktā, smaržu vai kosmētikas līdzekļa izskats bez iepakojuma dažreiz var efektīvi komunicēt šīs preces kā prestižas un luksusa preces tēlu, kamēr citos gadījumos izsaiņošana no šī iepakojuma tieši kaitē šim tēlam.

79 Šāda kaitēšana var notikt, ja ārējais iepakojums vienlīdzīgā vai pat lielākā mērā nekā pudele vai trauks kalpo preču zīmes īpašnieka un tā pilnvaroto izplatītāju radītā preces tēla pasniegšanai. Tāpat ir iespējams, ka daļas vai visas Direktīvas 76/768 6. panta 1. punktā prasītās informācijas neesamība kaitē preces tēlam. Preču zīmes īpašniekam jāpierāda, ka pastāv šo kaitējumu veidojošie elementi.

80 Otrkārt, jāatgādina, ka, tā kā preču zīmes pamatfunkcija ir garantēt patērētājam preces izcelsmes identitāti, tā tostarp apliecina, ka visas ar šo preču zīmi apzīmētās preces tikušas ražotas vai piegādātas viena uzņēmuma, kurš ir atbildīgs par to kvalitāti, kontrolē (it īpaši skat. 2002. gada 12. novembra spriedumu lietā C-206/01 *Arsenal Football Club*, *Recueil*, I-10273. lpp., 48. punkts, un 2009. gada 23. aprīļa spriedumu lietā C-59/08 *Copad*, Krājums, I-3421. lpp., 45. punkts).

81 Ja trūkst noteiktas tiesību aktos prasītas informācijas, tādas kā ražotāja vai par realizāciju atbildīgās personas norādīšana, tiek kaitēts preču zīmes izcelsmes norādīšanas funkcijai, jo tai tiek atņemta tās būtiskā iedarbība, proti, tas, ka tās apliecina, ka ar šo preču zīmi apzīmētās preces tikušas piegādātas viena uzņēmuma, kurš ir atbildīgs par to kvalitāti, kontrolē.

82 Visbeidzot un treškārt, jānorāda, kā to minējis ģenerāladvokāts savu secinājumu 76. punktā, ka jautājums par to, vai par preču, kurām noņemts to iepakojums un tādējādi arī noteikta Direktīvas 76/768 6. panta 1. punktā prasīta informācija, piedāvāšanu pārdošanai vai pārdošanu dalībvalsts tiesībās ir paredzēta krimināltiesībās, nevar ietekmēt Savienības tiesību normu par preču zīmju aizsardzību piemērojamību.

83 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz otro līdz ceturto uzdoto jautājumu jāatbild, ka Direktīvas 89/104 5. pants un Regulas Nr. 40/94 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks saskaņā ar tās piešķirtajām ekskluzīvajām tiesībām var iebilst pret tādu preču, par kurām ir runa pamata lietā, tālākpārdošanu tā iemesla dēļ, ka tālākpārdevējs ir noņēmis šo preču ārējo iepakojumu, ja šīs izsaiņošanas rezultātā trūkst tādas būtiskas informācijas kā informācija par kosmētiskā līdzekļa ražotāju vai par realizāciju atbildīgo personu. Ja iepakojuma noņemšana nerada šādu informācijas trūkumu, preču zīmes īpašnieks tomēr var iebilst pret to, ka ar tā preču zīmi apzīmētas smaržas vai kosmētikas līdzeklis tiek tālākpārdots izsaiņotā veidā, ja viņš pierāda, ka ar iepakojuma noņemšanu ir nodarīts kaitējums šīs preces tēlam un līdz ar to — preču zīmes reputācijai.

B — *Par piekto un septīto jautājumu — interneta tirdzniecības vietas operatora veiktu savas vietnes un tajā piedāvāto preču reklāmu*

84 No pamata lietas faktiem, kas apkopoti šā sprieduma 39.–42. punktā, izriet, ka *eBay*, *Google* meklētājprogrammā izvēloties *L'Oréal* preču zīmēm atbilstošus atslēgvārdus, tad, ja interneta lietotājs šajā meklētājprogrammā ievada pieprasījumu, kurš ietver šos atslēgvārdus, liek parādīties reklāmas saitei uz vietni www.ebay.co.uk līdz ar

komerciālu paziņojumu par iespēju iegādāties preces ar meklēto preču zīmi ar minētās vietnes palīdzību. Šī saite parādoties sadaļā "Sponsorētās saites", kura atrodas vai nu *Google* parādīto meklēšanas rezultātu ekrāna labajā pusē, vai ekrāna augšā.

85 Nav strīda, ka šādā situācijā interneta tirdzniecības vietas operators ir reklāmas devējs. Viņš liek parādīties saitēm un paziņojumiem, kuri, kā norādījis ģenerāladvokāts savu secinājumu 89. punktā, reklamē ne vien noteiktus pārdošanas piedāvājumus šajā tirdzniecības vietā, bet arī šo tirdzniecības vietu kā tādu. Reklāma, ko iesniedzējtiesa minējusi starp citiem piemēriem un kas aprakstīta šā sprieduma 40. un 42. punktā, ilustrē šo praksi.

86 Ar savu piekto un sesto jautājumu, kuri jāaplūko kopā, iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt interneta tirdzniecības vietas operatoram, pamatojoties uz atslēgvārdu, kurš ir identisks šai preču zīmei un kurš izvēlēts interneta norādīšanas pakalpojuma ietvaros bez minētā īpašnieka piekrišanas, reklamēt šo tirdzniecības vietu un tajā piedāvātās ar minēto preču zīmi apzīmētās preces.

87 Attiecībā uz reklāmu, kas parādās internetā, pamatojoties uz atslēgvārdiem, kuri atbilst preču zīmei, Tiesa jau ir nospriedusi, ka šāds atslēgvārds ir līdzeklis, ko izmanto, lai parādītu šo reklāmu, un tādējādi tiek izmantots "komercdarbībā" Direktīvas 89/104 5. panta un Regulas Nr. 40/94 9. panta izpratnē (2010. gada 23. marta spriedums apvienotajās lietās no C-236/08 līdz C-238/08 *Google France* un *Google*, Krājums, I-2417. lpp., 51. un 52. punkts, kā arī 2010. gada 25. marta spriedums lietā C-278/08 *BergSpechte*, Krājums, I-2517. lpp., 18. punkts).

88 Lai noteiktu, vai šāda veida reklāma atbilst citiem nosacījumiem, kuriem saskaņā ar Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) apakšpunktā noteikto jābūt izpildītiem, lai preču zīmes īpašnieks pret to varētu iebilst, jāpārbauda, pirmkārt, vai tādi reklāmas sludinājumi kā tie, kurus parāda *eBay* ar tāda norādīšanas pakalpojuma palīdzību kā *Google* sniegtais, ir veikti attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme, un, otrkārt, vai šādi sludinājumi ietekmē vai var ietekmēt preču zīmes funkcijas (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *BergSpechte*, 21. punkts).

89 Šajā ziņā vispirms jānorāda, ka, tā kā *eBay*, lai reklamētu savu pakalpojumu, ko veido tirdzniecības vietas nodošana pārdevēju un pircēju rīcībā, ir izmantojusi *L'Oréal* preču zīmēm atbilstošus atslēgvārdus, šī izmantošana nav notikusi ne attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir "identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme" Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, ne arī attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir līdzīgi šo pašu pantu 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

90 Tādējādi šī *eBay* veiktā apzīmējumu, kuri atbilst *L'Oréal* preču zīmēm, izmantošana, lai reklamētu savu interneta tirdzniecības vietu, varētu, lielākais, tikt pārbaudīta, pamatojoties uz Direktīvas 89/104 5. panta 2. punktu un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta c) apakšpunktu, jo ar šīm tiesību normām pazīstamām preču zīmēm tiek noteikta plašāka aizsardzība nekā šo pašu pantu 1. punkta a) un b) apakšpunktā paredzētā un tā attiecas tostarp uz gadījumu, kad trešā persona izmanto apzīmējumus, kuri kā tādi atbilst preču zīmēm attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem šīs preču zīmes ir reģistrētas.

91 Turpinot ir jākonstatē, ka tiktāl, ciktāl *eBay*, lai reklamētu pārdevēju — savu klientu pārdošanas piedāvājumus attiecībā uz precēm, kuras apzīmētas ar preču zīmi, ir izmantojusi atslēgvārdus, kuri atbilst *L'Oréal* preču zīmēm, tā ir izmantojusi preču

zīmēm atbilstošus apzīmējumus precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz kuriem šīs preču zīmes ir reģistrētas. Šajā ziņā ir jāatgādina, ka apzīmējums "precēm vai pakalpojumiem" neattiecas vienīgi uz trešo personu, kuras izmanto preču zīmēm atbilstošus apzīmējumus, precēm vai pakalpojumiem, bet var attiekties arī uz citu personu precēm vai pakalpojumiem. Tas, ka saimnieciskās darbības subjekts izmanto preču zīmei atbilstošu apzīmējumu precēm, kuras nav viņa paša preces, tādā ziņā, ka viņam uz tām nav īpašuma tiesību, pats par sevi neliedz šai izmantošanai ietilpt Direktīvas 89/104 5. panta un Regulas Nr. 40/94 9. panta piemērošanas jomā (skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 60. punkts, kā arī 2009. gada 19. februāra rīkojumu lietā C-62/08 *UDV North America*, Krājums, I-1279. lpp., 43. punkts).

92 Konkrētāk, kas attiecas uz situāciju, kurā pakalpojuma sniedzējs, lai reklamētu preces, kuras viens no tā klientiem pārdod ar šī pakalpojuma palīdzību, izmanto citai personai piederošai preču zīmei atbilstošu apzīmējumu, Tiesa uzskata, ka uz šādu izmantošanu attiecas Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta piemērošanas joma, ja tā ir notikusi tā, ka tiek radīta saikne starp šo apzīmējumu un minēto pakalpojumu (skat. iepriekš minēto rīkojumu lietā *UDV North America*, 47. punkts un tajā minētā judikatūra).

93 Kā uzsvēris ģenerāladvokāts savu secinājumu 89. punktā, tāpat kā Francijas valdība tiesas sēdē, šāda saikne tādos apstākļos kā pamata lietā pastāv. *eBay* sludinājumi rada acīmredzamu asociāciju starp sludinājumos minētajām ar preču zīmi apzīmētajām precēm un iespēju tās nopirkt ar *eBay* starpniecību.

94 Visbeidzot, attiecībā uz jautājumu, vai preču zīmei atbilstoša atslēgvārda izmantošana var kaitēt kādai no preču zīmes funkcijām, Tiesa citās lietās ir precizējusi, ka šāds kaitējums pastāv, ja šī reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam interneta lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam, vai

tieši pretēji — trešajai personai (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 99. punkts; kā arī 2010. gada 8. jūlija spriedums lietā C-558/08 *Portakabin* un *Portakabin*, Krājums, I-6963. lpp., 54. punkts).

95 Šajā kontekstā jāatgādina, ka nepieciešamība sludinājumus internetā parādīt pārskatāmi ir uzsvērta Savienības tiesiskajā regulējumā par elektronisko tirdzniecību. Ņemot vērā godīgas tirdzniecības un patērētāju aizsardzības intereses, Direktīvas 2000/31 6. pantā ir noteikta norma, ka jābūt skaidri nosakāmai fiziskai vai juridiskai personai, kuras vārdā komerciņojums, kas ir informācijas sabiedrības pakalpojuma daļa, ir veikts (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 86. punkts).

96 Reklāmai, ko veic interneta tirdzniecības vietas uzturētājs un kuru parāda meklētājprogrammas operators, tādējādi katrā ziņā jādara zināma šī uzturētāja identitāte, kā arī tas, ka ar preču zīmi apzīmētās preces, kas ir sludinājuma priekšmets, tiek piedāvātas pārdošanai ar tā uzturētās tirdzniecības vietas starpniecību.

97 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz piekto un sesto uzdoto jautājumu jāatbild, ka Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt interneta tirdzniecības vietas operatoram, pamatojoties uz atslēgvārdu, kurš ir identisks šai preču zīmei un kuru šis operators izvēlējies interneta norādīšanas pakalpojuma ietvaros, reklamēt ar šo preču zīmi apzīmētās preces, kuras tiek piedāvātas šajā tirdzniecības vietā, ja šī reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam interneta lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam, vai tieši pretēji — trešajai personai.

C — *Par astoto jautājumu — preču zīmēm atbilstošu apzīmējumu izmantošanu pārdošanas piedāvājumos, kuri tiek parādīti interneta tirdzniecības vietas operatora vietnē*

98 Ar savu astoto jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, kā, ņemot vērā Direktīvu 89/104 un Regulu Nr. 40/94, ir jākvalificē preču zīmēm identisku vai līdzīgu apzīmējumu parādīšana interneta tirdzniecības vietas operatora vietnē.

99 Šajā ziņā vispirms jānorāda, ka tirdzniecībā, kas tiek veikta ar tirdzniecības vietu internetā starpniecību, šādas tirdzniecības vietas operatora sniegtais pakalpojums ietver no tā klientiem pārdevējiem nākušu pārdošanas piedāvājumu parādīšanu.

100 Turpinot ir jākonstatē, ka tad, ja šādi piedāvājumi attiecas uz precēm, kas apzīmētas ar preču zīmi, tirdzniecības vietas operatora vietnē neizbēgami parādīsies preču zīmēm identiski vai līdzīgi apzīmējumi.

101 Lai gan ir taisnība, ka šādos apstākļos apzīmējumi tiek "izmantoti" šajā vietnē, no tā tomēr neizriet, ka šo izmantošanu Direktīvas 89/104 un Regulas Nr. 40/94 izpratnē veic tirdzniecības vietas operators.

102 Ja trešā persona izmanto preču zīmes īpašnieka preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu Direktīvas 89/104 5. panta un Regulas Nr. 40/94 9. panta izpratnē, tas nozīmē vismaz to, ka šī trešā persona izmanto apzīmējumu savā pašas komercsaziņā. Tiktāl, ciktāl šī trešā persona sniedz pakalpojumu, ko veido ļaušana tās klientiem to komercdarbības, tādas kā pārdošanas piedāvājumi, ietvaros parādīt tās vietnē preču

zīmei atbilstošus apzīmējumus, tā pati šajā vietnē šos apzīmējumus iepriekš minētā Savienības tiesiskā regulējuma izpratnē neizmanto (šajā ziņā skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 56. un 57. punkts).

103 Kā tiesas sēdē argumentēja tostarp Apvienotās Karalistes valdība un Komisija, tāpat kā ģenerāladvokāts savu secinājumu 119. un 120. punktā, no tā izriet, ka preču zīmēm identisku vai līdzīgu apzīmējumu izmantošanu pārdošanas piedāvājumos, kas tiek parādīti interneta tirdzniecības vietā, faktiski veic šīs tirdzniecības vietas operatora klienti pārdevēji, nevis pats šis operators.

104 Tā kā šis operators ļauj saviem klientiem veikt šo izmantošanu, viņa loma nav jāvērtē vis no Direktīvas 89/104 un Regulas Nr. 40/94 viedokļa, bet gan no citu tiesību normu viedokļa, tādu kā Direktīvā 2000/31, it īpaši tās II nodaļas 4. iedaļā, minētās normas, kas attiecas uz "starpnieku pakalpojumu sniedzēju saistībām" elektroniskajā tirdzniecībā un kuras aptver šīs direktīvas 12.–15. pants (pēc analoģijas skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 57. punkts).

105 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz astoto uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka interneta tirdzniecības vietas operators Direktīvas 89/104 5. panta un Regulas Nr. 40/94 9. panta izpratnē "neizmanto" preču zīmēm identiskus vai līdzīgus apzīmējumus, kas attēloti tā vietnē parādītajos pārdošanas piedāvājumos.

D — *Par devīto jautājumu — interneta tirdzniecības vietas operatora atbildību*

106 Ar savu devīto jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā:

— vai uz interneta tirdzniecības vietas operatora sniegto pakalpojumu attiecas Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkts (glabāšana [mitināšana]) un — apstiprinošas atbildes gadījumā —

— kādos apstākļos jāatzīst, ka interneta tirdzniecības vietas operatoram ir "faktiskas zināšanas" Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta izpratnē par prettiesisku informāciju vai darbību.

1. Par interneta tirdzniecības vietas veikto tā klientu pārdevēju sniegtās informācijas mitināšanu

107 Kā tiesa jau ir norādījusi, Direktīvas 2000/31 12.–15. panta mērķis ir ierobežot gadījumus, kuros saskaņā ar šajā jautājumā piemērojamajām valsts tiesībām starpniecības pakalpojumu sniedzējus var saukt pie atbildības. Tieši šo valsts tiesību ietvaros ir jāmeklē nosacījumi šādas atbildības noteikšanai, tomēr ņemot vērā, ka saskaņā ar iepriekš minētajiem Direktīvas 2000/31 pantiem atsevišķos gadījumos starpnieki pakalpojumu sniedzēji pie atbildības nav saucami (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 107. punkts).

108 Lai gan tādējādi iesniedzējtiesai ir jānosaka, kādi ir nosacījumi tādai atbildībai, uz kādu atsaucas *L'Oréal* attiecībā pret *eBay*, Tiesai ir jānosaka, vai interneta tirdzniecības vietas operators var atsaukties uz Direktīvā 2000/31 paredzēto atkāpi jautājumā par atbildību.

109 Kā norādījušas tostarp Apvienotās Karalistes un Polijas valdības, kā arī Komisija, tāpat kā ģenerāladvokāts savu secinājumu 134. punktā, pakalpojums internetā, ar kuru tiek veicinātas attiecības starp preču pārdevējiem un pircējiem, principā ir pakalpojums Direktīvas 2000/31 izpratnē. Šī direktīva, kā norāda tās nosaukums, attiecas uz "informācijas sabiedrības pakalpojumiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību". Kā izriet no šā sprieduma 8. un 9. punktā minētās definīcijas, jēdziens "informācijas sabiedrības pakalpojums" ietver pakalpojumus, kuri parasti tiek sniegti no attāluma ar elektroniskām iekārtām datu apstrādei un glabāšanai pēc pakalpojuma saņēmēja individuāla pieprasījuma un parasti pret atlīdzību. Acīmredzami interneta tirdzniecības vietas uzturēšana var atbilst visiem šiem nosacījumiem.

110 Attiecībā uz interneta tirdzniecības vietu, par kuru ir runa pamata lietā, nav apstrīdēts, ka *eBay* glabā, proti, ievieto sava servera atmiņā, savu klientu sniegtos datus. *eBay* šo saglabāšanu veic katru reizi, kad klients *eBay* atver pārdevēja kontu. Parasti *eBay* tiek atalgota tādējādi, ka tā par darījumiem, kas tiek veikti, pamatojoties uz šiem pārdošanas piedāvājumiem, saņem komisijas maksu procentuālā izteiksmē.

111 Tomēr tas, ka interneta tirdzniecības vietas operatora sniegtais pakalpojums ietver informācijas, ko tai nodevuši tā klienti pārdevēji, glabāšanu, pats par sevi nav pietiekams, lai tiktu atzīts, ka šis pakalpojums katrā ziņā ietilpst Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta piemērošanas jomā. Šī tiesību norma ir jāinterpretē, ņemot vērā ne tikai tās tekstu, bet arī tās kontekstu un tiesību aktā, kurā šī norma ir ietverta, izvirzītos

mērķus (pēc analoģijas skat. 2008. gada 16. oktobra spriedumu lietā C-298/07 *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände*, Krājums, I-7841. lpp., 15. punkts un tajā minētā judikatūra).

112 Šajā ziņā Tiesa jau ir precizējusi, ka, lai pakalpojuma internetā sniedzējs ietilptu Direktīvas 2000/31 piemērošanas jomā, ir būtiski, lai viņš būtu "starpnieka pakalpojuma sniedzējs" darbībai tādā nozīmē, kādu šīs direktīvas II nodaļas 4. iedaļā ir domājis likumdevējs (skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 112. punkts).

113 Tas tā nav gadījumā, ja pakalpojuma sniedzējam tā vietā, lai [šo pakalpojumu] sniegtu neitrāli ar tīri tehniskas un automātiskas klientu sniegtās informācijas apstrādes palīdzību, ir aktīva loma, kas tam ļauj zināt par uzglabāto informāciju vai kontrolēt to (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 114. un 120. punkts).

114 No lietas materiāliem un no šā sprieduma 28.–31. punktā ietvertā apraksta izriet, ka *eBay* apstrādā tā klientu pārdevēju ievadīto informāciju. Pārdošana, kas var notikt šo piedāvājumu rezultātā, notiek atbilstoši *eBay* noteiktajai kārtībai. Vajadzības gadījumā *eBay* sniedz arī palīdzību, lai optimizētu vai reklamētu noteiktus pārdošanas piedāvājumus.

115 Kā pareizi norādījusi Apvienotās Karalistes valdība, tas vien, ka interneta tirdzniecības vietas operators uz sava servera glabā pārdošanas piedāvājumus, nosaka sava pakalpojuma nosacījumus, saņem par to atlīdzību un saviem klientiem sniedz vispārīga rakstura informāciju, tam nevar liegt Direktīvā 2000/31 paredzētās atkāpes atbildības jomā (pēc analoģijas skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 116. punkts).

116 Savukārt tad, ja šis operators sniedz palīdzību, kura ietver pārdošanas piedāvājumu pasniegšanas optimizāciju vai šo piedāvājumu reklamēšanu, jāuzskata, ka tam nav bijusi neitrāla pozīcija starp attiecīgo klientu pārdevēju un potenciālajiem pircējiem, bet gan bijusi aktīva loma, kas tam ļauj zināt par uzglabāto informāciju vai kontrolēt to. Tādējādi tas attiecībā uz šo informāciju nevar atsaukties uz Direktīvas 2000/31 14. pantā paredzēto atkāpi atbildības jomā.

117 Iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai *eBay* attiecībā uz pārdošanas piedāvājumiem, par kuriem ir runa pamata lietā, ir bijusi tāda loma kā iepriekšējā punktā aprakstītā.

2. Par interneta tirdzniecības vietas operatora "faktiskajām zināšanām"

118 Gadījumā, ja iesniedzējtiesa atzītu, ka *eBay* nav rīkojusies šā sprieduma 116. punktā aprakstītajā veidā, tai būs jāpārbauda, vai tādos apstākļos kā pamata lietā šis uzņēmums atbilst nosacījumiem, kādi paredzēti Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta a) un b) apakšpunktā atkāpes atbildības jomā piemērošanai (pēc analoģijas skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 120. punkts).

119 Situācijā, kad pakalpojuma sniedzējs ir vienīgi tīri tehniski un automātiski apstrādājis informāciju un līdz ar to tam ir piemērojams Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punktā paredzētais noteikums, viņu saskaņā ar minēto 1. punktu no jebkādas atbildības var atbrīvot tikai ar nosacījumu, ka viņam nav bijis "faktisku zināšanu par nelegālu [prettiesisku] darbību vai informāciju", un attiecībā uz zaudējumu atlīdzību — ka viņš "nezin[āja] par faktiem vai apstākļiem, kas liecina par nelegālu [prettiesisku] darbību

vai informāciju", vai ka pēc šādu ziņu iegūšanas viņš rīkojās ātri, lai izņemtu šādu informāciju vai liegtu tai piekļuvi.

120 Tā kā pamata lietas iznākumā var tikt piespriests atlīdzināt zaudējumus, iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai *eBay* attiecībā uz attiecīgajiem pārdošanas piedāvājumiem un tiktāl, ciktāl ar tiem tika pārkāptas *L'Oréal* preču zīmju tiesības, bija "faktiskas zināšanas par nelegālu [prettiesisku] darbību vai informāciju". Šai pēdējā ziņā, lai informācijas sabiedrības pakalpojuma sniedzējam tiktu liegts Direktīvas 2000/31 14. pantā paredzētais atbrīvojums no atbildības, ir pietiekami, ka viņam bija zināms par faktiem vai apstākļiem, pamatojoties uz kuriem rūpīgs saimnieciskās darbības subjekts būtu varējis konstatēt attiecīgo prettiesiskumu un rīkoties atbilstoši minētā 14. panta 1. punkta b) apakšpunktam.

121 Turklāt, lai Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta a) apakšpunktā paredzētajiem noteikumiem netiktu liegta to lietderīgā iedarbība, tie ir jāinterpretē tādējādi, ka tie attiecas uz jebkuru situāciju, kurā attiecīgais pakalpojuma sniedzējs vienā vai otrā veidā uzzina par šādiem faktiem vai apstākļiem.

122 Tādējādi tostarp tiek ietverta situācija, kurā interneta tirdzniecības vietas operators atklāj prettiesisku darbību vai informāciju pēc pārbaudes, ko tas veicis pēc savas iniciatīvas, kā arī situācija, kad tam par šādu darbību vai informāciju ir ticis paziņots. Otrajā gadījumā, lai gan šāda paziņošana, ņemot vērā, ka paziņošana par apgalvotajām prettiesiskajām darbībām un informāciju var izrādīties nepietiekami precīza un pamatota, automātiski nevar liegt tiesības uz Direktīvas 2000/31 14. pantā paredzēto atbrīvojumu no atbildības, tomēr principā tā ir faktors, kas valsts tiesai ir jāņem vērā, lai, ņemot vērā operatoram šādi nodoto informāciju, novērtētu, vai tam ir bijis zināms par faktiem vai apstākļiem, pamatojoties uz kuriem rūpīgam saimnieciskās darbības subjektam būtu bijis jāatklāj nelikumība.

123 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz devīto uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tas ir piemērojams interneta tirdzniecības vietas operatoram, ja tam nav bijusi aktīva loma, kas tam ļāva zināt par uzglabāto informāciju vai kontrolēt to. Minētajam operatoram ir šāda loma, ja viņš sniedz palīdzību, ko veido tostarp pārdošanas piedāvājumu optimizācija un to reklamēšana.

124 Ja interneta tirdzniecības vietas operatoram nav bijusi aktīva loma iepriekšējā punkta nozīmē un tā pakalpojuma sniegšana tādējādi ietilpst Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta piemērošanas jomā, lietā, kuras rezultātā var tikt piespriests atlīdzināt zaudējumus, tas tomēr nevar atsaukties uz šajā tiesību normā paredzēto atbrīvojumu no atbildības, ja viņam ir bijis zināms par faktiem vai apstākļiem, pamatojoties uz kuriem rūpīgam saimnieciskās darbības subjektam būtu bijis jāatklāj attiecīgo pārdošanas piedāvājumu prettiesiskums, un šādu zināšanu gadījumā viņš nav rīkojies ātri minētā 14. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

E — *Par desmito jautājumu — tiesas rīkojumiem interneta tirdzniecības vietas operatoram*

125 Ar savu desmito jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā:

— vai Direktīvas 2004/48 11. pants dalībvalstīm liek nodrošināt intelektuālā īpašuma tiesību īpašniekiem iespēju lūgt pret interneta vietnes, ar kuru ir tikušas pārkāptas to tiesības, operatoru, tādu kā interneta tirdzniecības vietas operators, izdot tiesas rīkojumus, ar kuriem šim operatoram tiek uzdots veikt pasākumus, lai novērstu turpmākus šo tiesību pārkāpumus, un apstiprinošas atbildes gadījumā,

— kādi var būt šie pasākumi.

126 *eBay* uzskata, ka rīkojums minētā panta izpratnē var attiekties vienīgi uz konkrētiem un skaidri identificētiem intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumiem. *L'Oréal*, Apvienotās Karalistes, Francijas, Itālijas, Polijas un Portugāles valdības, kā arī Komisija uzskata, ka Direktīvā 2004/48 paredzētie rīkojumi, ievērojot noteiktus ierobežojumus, var attiekties arī uz pārkāpumu nākotnē novēršanu.

127 Uzdotais jautājums, kāds tas izriet no lēmuma par prejudiciālo jautājumu uzdošanu, it īpaši attiecas uz Direktīvas 2004/48 11. panta trešo teikumu, saskaņā ar kuru dalībvalstīm ir jānodrošina, "ka tiesību īpašnieki var lūgt piemērot tiesiskās aizsardzības līdzekļus [tiesas rīkojumus] pret starpniekiem, kuru pakalpojumus izmanto trešā persona intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpšanai". Tā mērķis ir noteikt, vai šajā tiesību normā dalībvalstīm ir noteikts pienākums nodrošināt, lai interneta tirdzniecības vietas operatoram neatkarīgi no viņa paša iespējamās atbildības par strīdīgajiem faktiem būtu pienākums papildus pasākumiem, kuri vērsti uz tā pakalpojumu izmantotāju veikto intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu pārtraukšanu, veikt pasākumus, kuri vērsti uz jaunu šāda veida pārkāpumu novēršanu.

1. Par dalībvalstu pienākumu savām tiesām piešķirt kompetenci izdot interneta pakalpojumu sniedzējiem rīkojumus veikt pasākumus turpmāku intelektuālā īpašuma pārkāpumu novēršanai

128 Lai noteiktu, vai Direktīvas 2004/48 11. panta trešajā teikumā paredzēto rīkojumu mērķis ir arī jaunu pārkāpumu novēršana, vispirms ir jānorāda, ka termina "izpildraksts [rīkojums]" izmantošana minētā 11. panta trešajā teikumā būtiski atšķiras no termina "izpildraksts [rīkojums], lai aizliegtu turpināt pārkāpuma darbības"

izmantošanas šī paša panta pirmajā teikumā, jo šis termins apzīmē rīkojumus, kuri var tikt vērsti pret intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpuma izdarītājiem.

129 Kā norāda tostarp Polijas valdība, šo atšķirību izskaidro tas, ka pārkāpējam adresētu rīkojumu loģiski veido aizliegums turpināt pārkāpumu, savukārt pakalpojuma, ar kura palīdzību pārkāpums ir izdarīts, sniedzēja situācija ir sarežģītāka un prasa cita veida rīkojumus.

130 Šī iemesla dēļ jēdziens "rīkojums", kas lietots Direktīvas 2004/48 11. panta trešajā teikumā, nevar tikt pielīdzināts šī paša panta pirmajā teikumā izmantotajam jēdzienam "izpildraksts [rīkojums], lai aizliegtu turpināt pārkāpuma darbības".

131 Turpinājumā jānorāda, ka, ņemot vērā Direktīvas 2004/48 mērķi nodrošināt efektīvu intelektuālā īpašuma aizsardzību informācijas sabiedrībā (šajā ziņā skat. 2008. gada 29. janvāra spriedumu lietā C-275/06 *Promusicae*, Krājums, I-271. lpp., 43. punkts), atbilstoši šīs direktīvas 11. panta trešajam teikumam valsts tiesām paredzētajai kompetencei tām jāļauj izdot rīkojumu, uzdodot tādam interneta pakalpojumu sniedzējam kā pakalpojuma sniedzējs, kurš interneta lietotāju rīcībā nodod interneta tirdzniecības vietu, veikt pasākumus, kuri efektīvi veicina ne vien ar šīs tirdzniecības vietas palīdzību veikto pārkāpumu izbeigšanu, bet arī jaunu pārkāpumu novēršanu.

132 Šo interpretāciju apstiprina Direktīvas 2000/31 18. pants, kurā prasīts, lai dalībvalstis nodrošinātu, ka iespējas saskaņā ar valsts tiesību aktiem attiecībā uz informācijas sabiedrības pakalpojumu darbību vērsties tiesā ļauj īstenot pasākumus, "kas paredzēti

iespējamo pārkāpumu likvidēšanai un iesaistīto interešu tālākas vājināšanas [aizskaršanas] novēršanai".

133 Tāda Direktīvas 2004/48 11. panta trešā teikuma interpretācija, saskaņā ar kuru dalībvalstīm tajā noteiktais pienākums vienīgi ļautu intelektuālā īpašuma tiesību īpašniekiem panākt pret interneta pakalpojumu sniedzējiem vērstus rīkojumus izbeigt to tiesību pārkāpumus, vājinātu Direktīvas 2000/31 18. pantā paredzētā pienākuma piemērojamību, un tas būtu pretrunā Direktīvas 2004/48 2. panta 3. punkta noteikumam, saskaņā ar kuru šī direktīva neietekmē Direktīvu 2000/31.

134 Visbeidzot, šaura Direktīvas 2004/48 11. panta trešā teikuma interpretācija nebūtu savienojama ar šīs direktīvas preambulas divdesmit ceturto apsvērumu, kurā noteikts, ka attiecīgos gadījumos un ja ir pamatoti apstākļi, ir jāparedz pasākumi, kuru mērķis ir novērst turpmākus intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumus.

2. Par interneta pakalpojumu sniedzējiem noteiktajiem pasākumiem

135 Kā izriet no Direktīvas 2004/48 preambulas divdesmit trešā apsvēruma, kārtība, kā izpildāmi nosacījumi un ievērojama procedūra, kas attiecas uz tiesas rīkojumiem, kuri dalībvalstīm jāparedz atbilstoši minētās direktīvas 11. panta trešajam teikumam, ir jāparedz dalībvalstu tiesību aktos.

136 Šīs valsts tiesību normas tomēr jāparedz tā, lai varētu tikt sasniegts direktīvas mērķis (jautājumā par efektivitātes principu it īpaši skat. 1995. gada 14. decembra spriedumu apvienotajās lietās C-430/93 un C-431/93 *Van Schijndel* un *van Veen*,

Recueil, I-4705. lpp., 17. punkts; 2007. gada 7. jūnija spriedumu apvienotajās lietās no C-222/05 līdz C-225/05 *van der Weerd* u.c., Krājums, I-4233. lpp., 28. punkts, un 2010. gada 6. maija spriedumu apvienotajās lietās C-145/08 un C-149/08 *Club Hotel Loutraki* u.c., Krājums, I-4165. lpp., 74. punkts). Šajā ziņā ir jāatgādina, ka atbilstoši Direktīvas 2004/48 3. panta 2. punktam attiecīgajiem pasākumiem jābūt efektīviem un preventīviem.

137 Turklāt, ņemot vērā lēmumā par prejudiciālu jautājumu uzdošanu minēto un šī sprieduma 24. punktā atkārtoto apstākli, ka Apvienotā Karaliste attiecībā uz Direktīvas 2004/48 11. panta trešo teikumu nav veikusi īpašus transponēšanas pasākumus, jāatgādina, ka, piemērojot valsts tiesības, iesniedzējtiesai tas būs jādara, cik iespējams, ņemot vērā gan minētā 11. panta trešā teikuma tekstu, gan mērķi (pēc analoģijas skat. 1990. gada 13. novembra spriedumu lietā C-106/89 *Marleasing*, *Recueil*, I-4135. lpp., 8. punkts, kā arī 2009. gada 23. aprīļa spriedumu apvienotajās lietās no C-378/07 līdz C-380/07 *Angelidaki* u.c., Krājums, I-3071. lpp., 106. punkts).

138 Dalībvalstu noteiktajām tiesību normām, kā arī valsts tiesu veiktajai to piemērošanai jāievēro arī no Direktīvas 2004/48, kā arī no tiesību avotiem, uz kuriem šajā direktīvā ietverta atsauce, izrietošie ierobežojumi.

139 Pirmkārt, no Direktīvas 2000/31 15. panta 1. punkta, lasot to kopā ar Direktīvas 2004/48 2. panta 3. punktu, izriet, ka pasākumi, kuru veikšana tiek prasīta no interneta pakalpojuma sniedzēja, nevar būt aktīva visas katra tā klienta informācijas uzraudzīšana, lai novērstu jebkādus turpmākus intelektuālā īpašuma tiesību aizskārumus ar šī pakalpojuma sniedzēja vietnes palīdzību. Turklāt šāds vispārējas uzraudzības pienākums būtu nesaderīgs ar Direktīvas 2004/48 3. pantu, kurā noteikts, ka šajā direktīvā paredzētajiem pasākumiem jābūt taisnīgiem un samērīgiem un nav jābūt pārāk dārgiem.

140 Otrkārt, kā izriet arī no Direktīvas 2004/48 3. panta, tiesai, kura izdod rīkojumu, jāraugās, lai paredzētie pasākumi neradītu šķēršļus likumīgai tirdzniecībai. Tas nozīmē, ka tādā lietā kā pamata lieta, kura attiecas uz iespējamiem preču zīmju pārkāpumiem interneta tirdzniecības vietas operatora sniegta pakalpojuma ietvaros, šim operatoram adresēta rīkojuma mērķis vai sekas nevar būt vispārējs un pastāvīgs aizliegums šajā tirdzniecības vietā pārdot ar šīm preču zīmēm apzīmētas preces.

141 Neraugoties uz iepriekšējos punktos aprakstītajiem ierobežojumiem, pret tādiem pakalpojumu sniedzējiem kā interneta tirdzniecības vietas operatori var tikt vērsti vienlaicīgi kā efektīvi, tā samērīgi rīkojumi. Kā ģenerāladvokāts atzīmējis savu secinājumu 182. punktā, ja interneta tirdzniecības vietas operators pēc savas iniciatīvas nenolemj apturēt intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpuma izdarītāja [darbību], lai izvairītos no jauniem šī paša tirgotāja šāda paša veida pārkāpumiem attiecībā uz tām pašām preču zīmēm, viņš var tikt piespiests to darīt ar tiesas rīkojuma palīdzību.

142 Turklāt, lai tiktu nodrošinātas tiesības uz efektīvu tiesību aizsardzības līdzekli pret personām, kuras ir izmantojušas interneta pakalpojumu, lai pārkāptu intelektuālā īpašuma tiesības, interneta tirdzniecības vietas operatoram var izdot rīkojumu veikt pasākumus, kas atvieglo tā klientu pārdevēju identificēšanu. Šajā ziņā, kā *L'Oréal* pamatoti norādījusi savos rakstveida apsvērumos un kā izriet no Direktīvas 2000/31 6. panta, lai gan, protams, ir jāievēro personas datu aizsardzība, tomēr tad, ja pārkāpuma izdarītājs darbojas komercdarbības jomā, nevis privātās dzīves jomā, tam ir jābūt skaidri identificējamam.

143 Iepriekšējos punktos neizsmeļoši aprakstītajiem pasākumiem, tāpat kā jebkuram citam pasākumam, kurš var tikt noteikts ar rīkojumu Direktīvas 2004/48 11. panta trešā

teikuma izpratnē, jānodrošina taisnīgs līdzsvars starp dažādajām iepriekš minētajām tiesībām un interesēm (pēc analoģijas skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Promusicae*, 65.–68. punkts).

144 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz desmito uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 2004/48 11. panta trešais teikums ir jāinterpretē tādējādi, ka ar to no dalībvalstīm tiek pieprasīts, lai valsts tiesas, kurām ir kompetence aizsargāt intelektuālā īpašuma tiesības, varētu interneta tirdzniecības vietas operatoram ar rīkojumu uzdot veikt pasākumus, kas ne vien veicina šīs tirdzniecības vietas lietotāju veikto šo tiesību pārkāpumu izbeigšanu, bet arī jaunu šāda veida pārkāpumu novēršanu. Šiem rīkojumiem jābūt efektīviem, samērīgiem un preventīviem, un tie nevar radīt šķēršļus likumīgai tirdzniecībai.

IV — Par tiesāšanās izdevumiem

145 Attiecībā uz pamata lietas dalībniekiem šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto lietas dalībnieku izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (virspalāta) nospriež:

1) ja saimnieciskās darbības subjekts trešajās valstīs atrodošās preces, kuras apzīmētas ar Savienības dalībvalstī reģistrētu preču zīmi vai Kopienas preču zīmi un kuras iepriekš nav tikušas pārdotas Eiropas Ekonomikas zonā vai — Kopienas preču zīmes gadījumā — kuras iepriekš nav pārdotas Savienībā, ar interneta tirdzniecības vietas palīdzību un bez šīs preču zīmes īpašnieka

piekrišanas pārdod patērētājam, kurš atrodas teritorijā, uz kuru attiecas šī preču zīme, šis īpašnieks var iebilst pret šo pārdošanu, pārdošanas piedāvājumu vai reklāmu atbilstoši Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 1992. gada 2. maija Līgumu par Eiropas Ekonomikas zonu, 5. pantā vai Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 9. pantā paredzētajiem noteikumiem. Valsts tiesām ir pienākums katrā atsevišķā gadījumā izvērtēt, vai pastāv atbilstošas norādes, uz kuru pamata var secināt, ka pārdošanas piedāvājums vai reklāma, kas izvietota tirdzniecības vietā internetā, kura pieejama šajā teritorijā, ir vērsti uz patērētājiem šajā teritorijā;

2) preču zīmes īpašnieka veikta priekšmetu, kuri apzīmēti ar šo preču zīmi un ir domāti demonstrēšanai patērētājiem pilnvarotos mazumtirdzniecības veikalos, kā arī trauku, kuri arī apzīmēti ar šo preču zīmi un no kuriem var tikt paņemts neliels daudzums, lai to kā bezmaksas paraugus izplatītu patērētājiem, piegādāšana saviem pilnvarotajiem izplatītājiem, nepastāvot pierādījumiem par pretējo, nav laišana tirgū Direktīvas 89/104 vai Regulas Nr. 40/94 izpratnē;

3) Direktīvas 89/104 5. pants un Regulas Nr. 40/94 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks saskaņā ar tās piešķirtajām ekskluzīvajām tiesībām var iebilst pret tādu preču, par kurām ir runa pamata lietā, tālākpārdošanu tā iemesla dēļ, ka tālākpārdevējs ir noņēmis šo preču ārējo iepakojumu, ja šīs izsaiņošanas rezultātā trūkst tādas būtiskas informācijas kā informācija par kosmētiskā līdzekļa ražotāju vai par realizāciju atbildīgo personu. Ja iepakojuma noņemšana nerada šādu informācijas trūkumu, preču zīmes īpašnieks tomēr var iebilst pret to, ka ar tā preču zīmi apzīmētas smaržas vai kosmētikas līdzeklis tiek tālākpārdots izsaiņotā veidā, ja viņš pierāda, ka ar iepakojuma noņemšanu ir nodarīts kaitējums šīs preces tēlam un līdz ar to — preču zīmes reputācijai;

4) Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un Regulas Nr. 40/94 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt interneta tirdzniecības vietas operatoram, pamatojoties uz atslēgvārdu, kurš ir identisks šai preču zīmei un kuru šis operators izvēlējies interneta norādīšanas pakalpojuma ietvaros, reklamēt ar šo preču zīmi apzīmētās preces, kuras tiek piedāvātas šajā tirdzniecības vietā, ja šī reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam interneta lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam, vai tieši pretēji — trešajai personai;

5) interneta tirdzniecības vietas operators Direktīvas 89/104 5. panta un Regulas Nr. 40/94 9. panta izpratnē "neizmanto" preču zīmēm identiskus vai līdzīgus apzīmējumus, kas attēloti tā vietnē parādītajos pārdošanas piedāvājumos;

6) Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīvas 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū ("Direktīva par elektronisko tirdzniecību") 14. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tas ir piemērojams interneta tirdzniecības vietas operatoram, ja tam nav bijusi aktīva loma, kas tam ļāva zināt par uzglabāto informāciju vai kontrolēt to.

Minētajam operatoram ir šāda loma, ja viņš sniedz palīdzību, ko veido tostarp pārdošanas piedāvājumu optimizācija un to reklamēšana.

Ja interneta tirdzniecības vietas operatoram nav bijusi aktīva loma iepriekšējā daļā minētajā nozīmē un tā pakalpojuma sniegšana tādējādi ietilpst Direktīvas 2000/31 14. panta 1. punkta piemērošanas jomā, lietā, kuras rezultātā var tikt piespriests atlīdzināt zaudējumus, tas tomēr nevar atsaukties uz šajā tiesību normā paredzēto atbrīvojumu no atbildības, ja viņam ir bijis zināms par faktiem vai apstākļiem, pamatojoties uz kuriem rūpīgam saimniecisķās

darbības subjektam būtu bijis jāatklāj attiecīgo pārdošanas piedāvājumu prettiesiskums, un šādu zināšanu gadījumā viņš nav rīkojies ātri minētā 14. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē;

7) **Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 29. aprīļa Direktīvas 2004/48/EK par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu 11. panta trešais teikums ir jāinterpretē tādējādi, ka ar to no dalībvalstīm tiek pieprasīts, lai valsts tiesas, kurām ir kompetence aizsargāt intelektuālā īpašuma tiesības, varētu interneta tirdzniecības vietas operatoram ar rīkojumu uzdot veikt pasākumus, kas ne vien veicina šīs tirdzniecības vietas lietotāju veikto šo tiesību pārkāpumu izbeigšanu, bet arī jaunu šāda veida pārkāpumu novēršanu. Šiem rīkojumiem jābūt efektīviem, samērīgiem un preventīviem, un tie nevar radīt šķēršļus likumīgai tirdzniecībai.**

[Paraksti]