SODBA SODIŠČA (veliki senat)

z dne 12. julija 2011 *

V zadevi C-324/09,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 234 ES, ki ga je vložilo High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Združeno kraljestvo) z odločbo z dne 16. julija 2009, ki je prispela na Sodišče 12. avgusta 2009, v postopku

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

proti

eBay International AG,

* Jezik postopka: angleščina.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephenu Pottsu,

Tracy Ratchford,

Marie Ormsby,

Jamesu Clarku,

Joanni Clarke,

Glenu Foxu,

Rukhsani Bi,

SODIŠČE (veliki senat),

v sestavi V. Skouris, predsednik, A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot, K. Schiemann, J.-J. Kasel in D. Šváby, predsedniki senatov, A. Rosas, sodnik, R. Silva de Lapuerta, sodnica, M. Ilešič (poročevalec), M. Safjan, sodnika, in M. Berger, sodnica,

generalni pravobranilec: N. Jääskinen,
sodna tajnica: L. Hewlett, glavna administratorka,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 22. junija 2010,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

– za L'Oréal SA in druge H. Carr in D. Anderson, QC, ter T. Mitcheson, barrister,

– za eBay International AG in druge T. van Innis in G. Glas, odvetnika,

– za vlado Združenega kraljestva H. Walker in L. Seeboruth, zastopnika, skupaj s C. May, barrister,

– za francosko vlado G. de Bergues, B. Beaupère-Manokha, J. Gstalster in B. Cabouat, zastopniki,

– za italijansko vlado G. Palmieri, zastopnica, skupaj s S. Fiorentinom, avvocato dello Stato,

– za poljsko vlado M. Dowgielewicz in A. Rutkowska, zastopnika,

– za portugalsko vlado L. Inez Fernandes, zastopnik,

– za Evropsko komisijo H. Krämer, zastopnik,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 9. decembra 2010

izreka naslednjo

Sodbo

1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago členov 5 in 7 Prve direktive Sveta z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (89/104/EGS) (UL 1989, L 40, str. 1), kakor je bila spremenjena s Sporazumom o Evropskem gospodarskem prostoru z dne 2. maja 1992 (UL 1994, L 1, str. 3, v nadaljevanju: Direktiva 89/104), členov 9 in 13 Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), člena 14 Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju) (UL L 178, str. 1) ter člena 11 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2004/48/ES z dne 29. aprila 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine (UL L 157, str. 45).

2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med družbo L'Oréal SA ter njenimi hčerinskimi družbami Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie in L'Oréal (UK) Ltd (v nadaljevanju, skupaj: L'Oréal) na eni strani ter tremi hčerinskimi družbami družbe eBay Inc., in sicer družbami eBay International AG, eBay Europe SARL in eBay (UK) Ltd (v nadaljevanju skupaj: eBay), ter S. Pottsom, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarkom, J. Clarke, G. Foxom in R. Bi (v nadaljevanju: tožene fizične osebe) na drugi strani glede prodaje proizvodov družbe L'Oréal brez njenega soglasja prek spletnega trga, ki ga upravlja družba eBay.

I – Pravni okvir

A – *Direktiva 89/104 in Uredba št. 40/94*

3 Direktiva 89/104 in Uredba št. 40/94 sta bili razveljavljeni z Direktivo 2008/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (Kodificirana različica) (UL L 299, str. 25), ki je začela veljati 28. novembra 2008, in z Uredbo Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Skupnosti (Kodificirano besedilo) (UL L 78, str. 1), ki je začela veljati 13. aprila 2009. Toda za spor o glavni stvari se glede na čas dejanskega stanja uporabljata Direktiva 89/104 in Uredba št. 40/94.

4 Člen 5 Direktive 89/104, naslovljen „Pravice iz znamke", je določal:

„1. Registrirana znamka podeljuje imetniku izključne pravice. Imetnik ima pravico, da tretjim osebam prepove, da brez njegovega dovoljenja v gospodarskem prometu uporabijo:

(a) katerikoli znak, ki je enak znamki, za enako blago ali storitve, za katere je registrirana znamka;

(b) katerikoli znak, pri katerem zaradi njegove enakosti ali podobnosti z znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, označenih z znamko in znakom, obstaja verjetnost zmede v javnosti, ki vključuje verjetnost povezovanja med znakom in znamko.

2. Vsaka država članica lahko predvidi, da je imetnik upravičen preprečiti vsem tretjim osebam, ki nimajo njegovega soglasja, da v gospodarskem prometu uporabljajo katerikoli znak, enak ali podoben znamki, v zvezi z blagom ali storitvami, ki niso podobne tistim, za katere je registrirana znamka, če ima slednja v državi članici ugled in če bi uporaba takega znaka brez upravičenega razloga izkoristila ali oškodovala razlikovalni značaj ali ugled znamke.

3. Po odstavkih 1 in 2 je lahko med drugim prepovedano naslednje:

(a) opremljanje blaga ali njegove embalaže z znakom;

(b) ponujanje blaga, njegovo dajanje na trg ali skladiščenje v te namene pod tem znakom ali ponujanje ali opravljanje storitev pod tem znakom;

(c) uvoz ali izvoz blaga pod tem znakom;

(d) uporaba znaka na poslovni dokumentaciji in v oglaševanju.

[…]“

5 Besedilo člena 9(1)(a) in (b) Uredbe št. 40/94 je v bistvenem ustrezalo besedilu člena 5(1) Direktive 89/104. Odstavek 2 navedenega člena 9 je ustrezal odstavku 3 navedenega člena 5. Člen 9(1)(c) Uredbe št. 40/94 je določal:

„Znamka Skupnosti daje imetniku izključne pravice. Imetnik ima pravico preprečiti vsem tretjim osebam, ki nimajo njegovega soglasja, da v gospodarskem prometu uporabljajo:

[…]

(c) katerikoli znak, enak ali podoben znamki Skupnosti za blago ali storitve, ki niso podobni tistim, za katere je registrirana znamka Skupnosti, če ima slednja ugled v Skupnosti in če uporaba tega znaka brez upravičenega razloga izkorišča ali škoduje razlikovalnemu značaju ali ugledu znamke Skupnosti.“

6 Člen 7 Direktive 89/104, naslovljen „Izčrpanje pravice iz znamke“, je določal:

„1. Znamka imetniku ne daje pravice, da prepove njeno uporabo v zvezi z blagom, ki je bilo dano na trg pogodbenice [Evropskega gospodarskega prostora] s to znamko s strani imetnika ali z njegovim soglasjem.

2. Odstavek 1 se ne uporablja, če obstajajo zakoniti razlogi, da imetnik nasprotuje nadaljnji komercializaciji blaga, še zlasti, če se stanje blaga spremeni ali poškoduje po tem, ko je bilo dano na trg."

7 Člen 13 Uredbe št. 40/94 v odstavku 1 določa, da „[z]namka Skupnosti imetniku ne daje pravice, da prepove njeno uporabo v zvezi z blagom, ki ga je dal imetnik na trg [v Evropski uniji] ali se je to zgodilo z njegovim soglasjem". Besedilo odstavka 2 tega člena je enako besedilu člena 7(2) Direktive 89/104.

B – *Direktiva 2000/31 (Direktiva o elektronskem poslovanju)*

8 V členu 2(a) Direktive 2000/31 so „storitve informacijske družbe" opredeljene s sklicevanjem na člen 1(2) Direktive 98/34/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. junija 1998 o določitvi postopka za zbiranje informacij na področju tehničnih standardov in tehničnih predpisov (UL L 204, str. 37), kakor je bila spremenjena z Direktivo 98/48/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. julija 1998 (UL L 217, str. 18, v nadaljevanju: Direktiva 98/34), kot „katera koli storitev informacijske družbe ali katera koli storitev, ki se običajno opravi odplačno, na daljavo, elektronsko in na zahtevo prejemnika storitev".

9 Člen 1(2) Direktive 98/34 dalje določa:

„[…]

Za namene te opredelitve pojmov:

– ‚na daljavo' pomeni, da se storitev opravi, ne da bi bile stranke sočasno navzoče,

– ‚elektronsko' pomeni, da se storitev pošlje na začetnem kraju in sprejme na cilju z elektronsko opremo za predelavo (skupaj z digitalnim zgoščevanjem) in shranjevanje podatkov ter se v celoti prenaša, pošilja in sprejema po žici, radijsko, z optičnimi ali drugimi elektromagnetnimi sredstvi,

– ‚na zahtevo prejemnika storitev' pomeni, da se storitev opravlja s prenosom podatkov na posamezno zahtevo.

[…]"

10 Člen 6 Direktive 2000/31 določa:

„Poleg drugih zahtev v zvezi s podatki, ki jih predpisuje pravo [Unije], morajo države članice zagotoviti, da komercialna sporočila, ki so del storitve informacijske družbe […], ustrezajo vsaj naslednjim pogojem:

[…]

(b) fizična ali pravna oseba, v imenu katere je komercialno sporočilo narejeno, mora biti jasno prepoznavna;

[…]"

11 Poglavje II Direktive 2000/31 vsebuje oddelek 4, naslovljen „Odgovornost posrednih ponudnikov storitev“, v katerem so členi od 12 do 15.

12 Člen 14 Direktive 2000/31, naslovljen „Gostiteljstvo“, določa:

„1. Države članice zagotovijo, da ponudnik storitve, če se storitev informacijske družbe nanaša na shranjevanje podatkov, ki jih zagotovi prejemnik storitve, ni odgovoren za podatek, ki ga je shranil na zahtevo prejemnika storitve, pod pogojem, da:

(a) ponudnik dejansko ne ve za nezakonito dejavnost ali podatek in mu glede odškodninskih zahtevkov niso znana dejstva ali okoliščine, iz katerih je očitno, da gre za nezakonito dejavnost ali podatek, ali

(b) ponudnik, takoj ko za to izve ali se tega zave, nemudoma ukrepa in odstrani ali onemogoči dostop do podatka.

2. Odstavek 1 se ne uporabi, če prejemnik storitve ukrepa v okviru pooblastil ali pod nadzorom ponudnika.

3. Ta člen ne posega v možnost, da sodišče ali upravni organ skladno s pravnimi sistemi držav članic od ponudnika storitve zahteva ustavitev ali preprečitev kršitve, in tudi ne v možnost, da države članice določijo postopke, ki urejajo odstranitev ali onemogočenje dostopa do podatkov."

13 Člen 15 Direktive 2000/31 z naslovom „Brez splošne obveznosti za nadzor" določa:

„1. Države članice ponudnikom glede opravljanja storitev iz členov 12, 13 in 14 ne predpišejo splošne obveznosti za nadzor podatkov pri njihovem prenosu ali shranjevanju, pa tudi ne za dejavno raziskovanje okoliščin, na podlagi katerih se domneva, da gre za nezakonito dejavnost.

[…]"

14 Poglavje III Direktive 2000/31 vsebuje med drugim člen 18 z naslovom „Sodno varstvo", ki določa:

„1. Države članice zagotovijo, da sodno varstvo, ki ga predvideva nacionalno pravo glede dejavnosti storitev informacijske družbe, omogoča hitro sprejetje ukrepov, vključno z začasnimi ukrepi, namenjenimi ustavitvi domnevne kršitve in preprečitvi nadaljnjega oškodovanja zadevnih interesov.

[…]"

C – *Direktiva 2004/48 (Direktiva o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine)*

15 V uvodnih izjavah od 1 do 3, 23, 24 in 32 Direktive 2004/48 je navedeno:

„(1) Vzpostavitev notranjega trga vključuje odpravo omejitev prostega gibanja in izkrivljanja konkurence ob hkratnem ustvarjanju okolja, ki je spodbudno za inovacije in vlaganje. V tem smislu je varstvo intelektualne lastnine bistvena sestavina […].

(2) […] Hkrati [varstvo intelektualne lastnine] ne sme ovirati svobode izražanja, prostega pretoka informacij ali varstva osebnih podatkov, vključno z internetom.

(3) Brez učinkovitih sredstev za uveljavljanje pravic intelektualne lastnine sta inovativnost in ustvarjalnost omejeni in vlaganje zmanjšano. Zato je nujno zagotoviti, da se materialno pravo intelektualne lastnine, ki je danes v glavnem del pravnega reda Evropskih skupnosti, v [Uniji] učinkovito uporablja. […]

[…]

(23) […] imetniki pravice [morajo imeti] možnost vložitve zahtevka na opustitev dejanja proti posredniku, katerega storitve tretja stranka uporablja za kršitev pravice industrijske lastnine imetnika pravice. Pogoje in postopke v zvezi s takimi sodnimi odredbami je treba prepustiti nacionalni zakonodaji držav članic. Glede kršitev avtorske in sorodnih pravic je celovita raven uskladitve že dosežena

v Direktivi 2001/29/ES [Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. maja 2001 o usklajevanju določenih vidikov avtorske in sorodnih pravic v informacijski družbi (UL L 167, str. 10)]. Zato ta direktiva ne bi smela vplivati na člen 8(3) Direktive 2001/29/ES.

(24) Odvisno od posameznega primera in če to opravičujejo okoliščine, bi morali ukrepi, postopki in pravna sredstva, ki jih je treba zagotoviti, vključevati ukrepe prepovedi, namenjene preprečevanju nadaljnjih kršitev pravic intelektualne lastnine. […]

[…]

(32) Ta direktiva spoštuje temeljne pravice […], ki so upoštevan[e] zlasti v Listini Evropske unije o temeljnih pravicah. Ta direktiva skuša zlasti zagotoviti polno spoštovanje intelektualne lastnine v skladu s členom 17(2) navedene listine."

16 Člen 2 Direktive 2004/48, ki opredeljuje področje uporabe te direktive, določa:

„1. Brez poseganja v sredstva, ki jih ali jih lahko predvideva zakonodaja [Unije] ali nacionalna zakonodaja, če so lahko ta sredstva ugodnejša za imetnike pravic, se ukrepi, postopki in pravna sredstva, predvideni v tej direktivi, uporabljajo […] za katero koli kršitev pravic intelektualne lastnine, kot je predvidena v pravu [Unije] in/ali nacionalnem pravu zadevne države članice.

[…]

3. Ta direktiva ne vpliva na:

(a) […] Direktivo 2000/31/ES na splošno in zlasti na člene 12 do 15 Direktive 2000/31/ES;

[…]“

17 Poglavje II Direktive 2004/48, naslovljeno „Ukrepi, postopki in pravna sredstva“, vsebuje šest oddelkov, od katerih oddelek 1, naslovljen „Splošne določbe“, med drugim vsebuje člen 3, ki določa:

„1. Države članice predvidijo ukrepe, postopke in pravna sredstva, potrebne za zagotovitev uveljavitve pravic intelektualne lastnine, ki jih zajema ta direktiva. Ti ukrepi, postopki in pravna sredstva so pošteni in pravični in niso po nepotrebnem zapleteni ali dragi in ne vsebujejo nerazumnih časovnih rokov ali neupravičenih zamud.

2. Ti ukrepi, postopki in pravna sredstva so […] dejanski [učinkoviti], sorazmerni in odvračilni in se uporabljajo na tak način, da se izogibajo ustvarjanju ovir za zakonito trgovino […]“.

18 Oddelek 5 poglavja II Direktive 2004/48 ima naslov „Ukrepi, ki izhajajo iz meritorne odločitve o zadevi“. Sestavljajo ga členi od 10 do 12 z naslovi „Popravni ukrepi“, „Sodne odredbe“ in „Alternativni ukrepi“.

19 Člen 11 Direktive 2004/48 določa:

„Države članice zagotovijo, da lahko sodni organi, kadar je sprejeta sodna odločba, s katero je ugotovljena kršitev pravice intelektualne lastnine, izdajo proti kršitelju sodno odredbo, namenjeno prepovedi nadaljevanja kršitve. Kadar je tako predvideno z nacionalno zakonodajo, se za neupoštevanje sodne prepovedi, kadar je to primerno, odredijo ponavljajoče se denarne kazni z namenom zagotavljanja upoštevanja prepovedi. Države članice zagotovijo tudi, da imajo imetniki pravic možnost vložitve zahteve za sodno odredbo proti posrednikom, katerih storitve uporablja tretja stranka za kršitev pravice intelektualne lastnine, brez poseganja v člen 8(3) Direktive 2001/29/ES."

20 Navedeni člen 8(3) Direktive 2001/29 določa:

„Države članice zagotovijo, da imetniki pravic lahko zahtevajo sodno odredbo proti posrednikom, katerih storitve uporablja tretja stranka in s tem krši avtorske ali sorodne pravice."

D – *Direktiva 76/768 (Direktiva o kozmetičnih izdelkih)*

21 Člen 6(1) Direktive Sveta z dne 27. julija 1976 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi s kozmetičnimi izdelki (76/768/EGS) (UL L 262, str. 169), kakor je bila spremenjena z Direktivo 2003/15/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. februarja 2003 (UL L 66, str. 26), določa:

„Države članice sprejmejo vse potrebne ukrepe, da se lahko kozmetični izdelki dajejo na trg samo, če so na zunanji in notranji embalaži naslednji podatki v neizbrisni, čitljivi in vidni pisavi; podatki, navedeni v točki (g), pa so lahko navedeni samo na zunanji embalaži:

(a) ime ali naziv in naslov ali sedež proizvajalca ali osebe, odgovorne za dajanje na trg kozmetičnega izdelka, ki ima sedež v Skupnosti […];

(b) nominalno vsebino ob času pakiranja, […];

(c) minimalni rok trajanja […];

(d) posebni varnostni ukrepi, ki jih je treba upoštevati pri uporabi […];

(e) serijska številka proizvodnje ali referenčna številka za identifikacijo blaga. […]

(f) namen tega izdelka, razen če je očiten iz videza izdelka;

(g) seznam sestavin […].

[…]“

E – *Nacionalna ureditev*

22 Direktiva 89/104 je bila v nacionalno pravo prenesena z zakonom o znamkah (Trade Marks Act). Člen 5, od (1) do (3), Direktive 89/104 je prenesen s členom 10 tega zakona.

23 Direktiva 2000/31 je bila v nacionalno pravo prenesena s predpisi o elektronskem poslovanju (Electronic Commerce Regulations). Člen 14 Direktive 2000/31 je bil prenesen s členom 19 teh predpisov.

24 Združeno kraljestvo Velika Britanija in Severna Irska ni sprejelo posebnih predpisov za izvajanje člena 11, tretji stavek, Direktive 2004/48. Toda pristojnost za izdajanje sodnih odredb je urejena s členom 37 zakona o vrhovnem sodišču (Supreme Court Act), v skladu s katerim lahko High Court izda odredbo v vseh primerih, v katerih se to zdi upravičeno in primerno („in all cases in which it appears to be just and convenient to do so").

25 Direktiva 76/768 je bila v nacionalno pravo prenesena z uredbo o kozmetičnih izdelkih (Cosmetic Products Regulations). Člen 12 te uredbe ustreza členu 6(1) Direktive 76/768, njegova kršitev pa lahko pomeni kaznivo dejanje.

II – Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

26 Družba L'Oréal izdeluje in trži parfume, kozmetične izdelke in izdelke za nego las. V Združenem kraljestvu je imetnica več nacionalnih znamk. Poleg tega je imetnica znamk Skupnosti.

27 Distribucija izdelkov družbe L'Oréal poteka prek zaprte distribucijske mreže, v okviru katere je pooblaščenim distributerjem prepovedano dobavljati izdelke drugim distributerjem.

28 Družba eBay upravlja spletni trg, na katerem so prikazani oglasi za izdelke, ki jih prodajajo osebe, ki so za ta namen vpisane pri družbi eBay, pri kateri so ustvarile račun prodajalca. Družba eBay zaračuna odstotek od transakcij, ki se opravijo.

29 Družba eBay potencialnim kupcem omogoča oddajo ponudb za predmete, ki jih ponujajo prodajalci. Omogoča tudi prodajo predmetov brez dražbe, torej po nespremenljivi ceni, prek sistema „kupi zdaj". Poleg tega lahko prodajalci na spletnih mestih družbe eBay ustvarjajo „spletne trgovine". V taki trgovini so na prodaj vsi izdelki, ki jih prodajalec v nekem trenutku prodaja.

30 Prodajalci in kupci morajo sprejeti pogoje za uporabo spletnega trga, ki jih je določila družba eBay. Med temi pogoji sta tudi prepoved prodaje ponarejenih proizvodov in prepoved kršenja blagovnih znamk.

31 Če je to potrebno, družba eBay prodajalcem pomaga pri optimizaciji njihove ponudbe, ustvarjanju spletnih trgovin ter pri pospeševanju in povečevanju prodaje. Poleg tega oglašuje nekatere od proizvodov, ki se prodajajo na njenem spletnem trgu, in sicer tako, da upravljavci iskalnika, kot je Google, zagotovijo prikazovanje oglasov.

32 Družba L'Oréal je z dopisom z dne 22. maja 2007 družbo eBay seznanila s svojo zaskrbljenostjo glede razširjenosti transakcij, s katerimi se kršijo njene pravice intelektualne lastnine in ki se opravljajo prek evropskih spletnih mest družbe eBay.

33 Ker družba L'Oréal ni bila zadovoljna z odgovorom, ki ga je prejela, je proti družbi eBay vložila tožbe v različnih državah članicah, vključno s tožbo, vloženo pri High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division.

34 Družba L'Oréal je High Court of Justice predlagala, naj ugotovi, prvič, da so družba eBay in tožene fizične osebe odgovorne za to, da so zadnjenavedene prek spletnega mesta www.ebay.co.uk prodale 17 predmetov, pri čemer naj bi bile s temi prodajami kršene pravice, ki jih ima družba L'Oréal zlasti iz figurativne znamke Skupnosti, ki vsebuje besede „Amor Amor", in iz nacionalne besedne znamke „Lancôme".

35 Med družbama L'Oréal in eBay ni sporno, da sta dva od teh 17 predmetov ponarejena izdelka, zaščitena z znamko družbe L'Oréal.

36 Čeprav družba L'Oréal ne trdi, da je preostalih 15 predmetov ponarejeno blago, pa meni, da so bile s prodajo teh predmetov kršene njene pravice iz znamke, saj naj bi bili ti predmeti bodisi izdelki, ki niso namenjeni za prodajo, kot so poskusni izdelki in vzorci, bodisi izdelki, ki so zaščiteni z znamko družbe L'Oréal in so namenjeni za

prodajo v Severni Ameriki, in ne v Evropskem gospodarskem prostoru (v nadaljevanju: EGP). Poleg tega so bili nekateri od teh predmetov prodani brez embalaže.

37 Čeprav se High Court of Justice v tej fazi ni izreklo o vprašanju, koliko so bile kršene pravice iz znamke družbe L'Oréal, pa je potrdilo, da so tožene fizične osebe na spletnem mestu www.ebay.co.uk opravile prodaje, ki jih je opisala družba L'Oréal.

38 Drugič, družba L'Oréal trdi, da je družba eBay odgovorna za uporabo znamk družbe L'Oréal, ker jih je prikazovala na svojem spletnem mestu in ker so bile na spletnih mestih upravljavcev iskalnikov, kot je družba Google, sponzorirane povezave prikazane ob uporabi ključnih besed, enakih navedenim znamkam.

39 Glede zadnjenavedenega ni sporno, da je družba eBay s tem, da je v okviru storitve referenciranja „AdWords" družbe Google izbrala ključne besede, enake znamkam družbe L'Oréal, zagotovila, da se je ob vsakem ujemanju take besede z iskalnim nizom, ki ga je uporabnik interneta vnesel v iskalnik družbe Google, izpisala promocijska povezava do strani www.ebay.co.uk. Ta povezava je bila izpisana v rubriki „sponzorirane povezave", ki je v iskalniku Google prikazana bodisi na desnem bodisi na zgornjem delu zaslona.

40 Če je tako uporabnik interneta 27. marca 2007 v iskalnik Google kot iskalni niz vnesel besede „shu uemura", ki v bistvenem ustrezajo nacionalni besedni znamki „Shu Uemura" družbe L'Oréal, se je v navedeni rubriki „sponzorirane povezave" izpisal ta oglas družbe eBay:

„Shu Uemura

Ugodne ponudbe za Shu uemura

Kupujte na eBay in prihranite!

www.ebay.co.uk“

(„Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk“)

41 S klikom na to promocijsko povezavo se je odprla stran spletnega mesta www.ebay.co.uk, na kateri je bilo izpisano „najdenih 96 izdelkov za shu uemura“. Izrecno je bilo pojasnjeno, da je večina teh predmetov po poreklu „iz Hongkonga“.

42 Prav tako se je med drugimi primeri, če je uporabnik interneta 27. marca 2007 v iskalnik Google kot iskalni niz vnesel besede „matrix hair“, ki deloma ustrezajo nacionalni besedni znamki „Matrix“ družbe L'Oréal, v navedeni rubriki „sponzorirane povezave“ izpisal ta oglas družbe eBay:

„Matrix hair

Fantastične nizke cene tukaj

Izživite svojo strast na 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 Tretjič, družba L'Oréal je trdila, da bi bilo treba proti družbi eBay izdati sodno odredbo na podlagi člena 11 Direktive 2004/48, tudi če ta družba ni odgovorna za kršitve pravic iz njenih znamk.

44 Družba L'Oréal je z nekaterimi od toženih fizičnih oseb sklenila izvensodno poravnavo, in sicer s S. Pottsom, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarkom in J. Clarke, proti drugima, in sicer proti G. Foxu in R. Bi, pa je bila izdana zamudna sodba. Nato je marca 2009 pred High Court of Justice potekala obravnava, ki se je nanašala na tožbo, vloženo proti družbi eBay.

45 High Court of Justice je s sodbo z dne 22. maja 2009 presodilo dejansko stanje in ugotovilo, da o zadevi ni mogoče odločati, saj je najprej treba pridobiti razlago Sodišča Evropske unije glede več pravnih vprašanj.

46 High Court of Justice je v navedeni sodbi ugotovilo, da je družba eBay namestila filtre za prepoznavo oglasov, ki bi utegnili pomeniti kršitve pogojev uporabe spletnega mesta. Navedeno sodišče je ugotovilo tudi, da je družba eBay s programom „VeRO" („Verified Rights Owner") razvila sistem za obveščanje in odstranjevanje, namenjen temu, da imetnikom pravic intelektualne lastnine zagotavlja pomoč pri odstranjevanju oglasov, s katerimi se kršijo pravice, s spletnega trga. Družba L'Oréal je sodelovanje pri programu zavrnila, ker je menila, da ta ni zadovoljiv.

47 High Court of Justice je poudarilo tudi, da družba eBay uporablja sankcije, kot sta začasna ali celo trajna izključitev prodajalcev, ki so kršili pogoje za uporabo spletnega trga.

48 Kljub zgoraj navedenim ugotovitvam je High Court of Justice menilo, da bi družba eBay lahko sprejela več ukrepov za zmanjšanje obsega prodaje prek njenega spletnega trga, s katero so kršene pravice intelektualne lastnine. To sodišče meni, da bi lahko družba eBay uporabila dodatne filtre. V svoje pravilnike naj bi lahko vključila tudi prepoved prodaje izdelkov, ki so zaščiteni z znamko in niso iz EGP, brez soglasja imetnikov znamk. Poleg tega naj bi lahko dodatno omejila količino izdelkov, ki jih je mogoče hkrati oglaševati, in dosledneje izvajala sankcije.

49 Vendar High Court of Justice pojasnjuje, da dejstvo, da bi družba eBay lahko sprejela več ukrepov, ne pomeni nujno, da je k temu pravno zavezana.

50 High Court of Justice je s sklepom z dne 16. julija 2009, sprejetim na podlagi navedene sodbe z dne 22. maja 2009, prekinilo postopek in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

„1. Ali gre pri poskusnih vzorcih parfumov in kozmetike (to je vzorcev, ki jih uporabljajo pri predstavitvi proizvodov potrošnikom na maloprodajnih mestih) ter stekleničk za ponovno polnjenje (to je stekleničk, iz katerih se lahko pretočijo brezplačni vzorci za potrošnike), ki niso namenjeni za prodajo potrošnikom (in so velikokrat označeni z ‚ni za prodajo' ali ‚ni za posamično prodajo') in so pooblaščenim distributerjem imetnika blagovne znake dobavljeni brezplačno, za ‚dajanje na trg' v smislu člena 7(1) [Direktive 89/104] in člena 13(1) [Uredbe št. 40/94]?

2. Ali gre v primerih, ko [je] bil[a] parfumom in kozmetiki [zunanja embalaža] odstranjen[a] brez soglasja imetnika blagovne znamke, za ‚zakonit razlog', da lahko imetnik blagovne znamke nasprotuje nadaljnji prodaji nepakiranih izdelkov, v smislu člena 7(2) [Direktive 89/104] in člena 13(2) [Uredbe št. 40/94]?

3. Ali se odgovor na drugo vprašanje spremeni, če:

(a) kot posledica odstranitve [zunanje embalaže] na nepakiranih proizvodih ni podatkov, zahtevanih v členu 6(1) Direktive 76/768, zlasti če ni naveden seznam sestavin ali rok trajanja izdelka?

(b) zaradi nenavedbe teh podatkov ponudba ali prodaja nepakiranih izdelkov na podlagi prava države članice Skupnosti, v kateri so dani na trg ali jih prodajajo tretje stranke, pomeni kaznivo dejanje?

4. Ali se odgovor na drugo vprašanje spremeni, če nadaljnje trgovanje škoduje ali bi lahko škodovalo podobi blaga in zato ugledu blagovne znamke? Če je odgovor pritrdilen, ali se lahko tak učinek domneva ali ga mora imetnik blagovne znamke dokazati?

5. Ali prikaz znaka v sponzorirani povezavi – če [upravljavec spletnega trga] pridobi pravico do uporabe znaka, ki je enak registrirani blagovni znamki, kot ključne besede iz iskalnika, tako da iskalnik uporabniku prikazuje znak na sponzorirani povezavi do spletnega mesta upravljavca spletnega trga – pomeni ‚uporabo' znaka v smislu člena 5(1)(a) [Direktive 89/104] in člena 9(1)(a) [Uredbe št. 40/94]?

6. Če klik na sponzorirano povezavo iz petega vprašanja uporabnika vodi neposredno do oglasov ali ponudb blaga, ki je enako tistemu, za katero je blagovna znamka registrirana pod znakom, ki so ga na spletnem mestu objavile druge stranke, od katerih nekatere s pomočjo različnih statusov zadevnih vrst blaga kršijo blagovno znamko, nekatere pa ne, ali to pomeni, da upravljavec spletnega trga uporablja znak ‚za' blago, ki je predmet kršitve, v smislu člena 5(1)(a) [Direktive 89/104] in člena 9(1)(a) [Uredbe št. 40/94]?

7. Ali je – če blago, ki se oglašuje in prodaja na spletnem mestu, omenjenem v šestem vprašanju, vključuje blago, ki ga na trg znotraj EGP ni dal imetnik blagovne znamke ali ni bilo dano z njegovim soglasjem – za to, da se za tako uporabo uporabi člen 5(1)(a) [Direktive 89/104] in člen 9(1)(a) [Uredbe št. 40/94] ter da ostane zunaj področja uporabe člena 7(1) [Direktive 89/104] in člena 13(1)

[Uredbe št. 40/94], dovolj, da je oglas ali ponudba namenjena potrošnikom na ozemlju, za katero je bila registrirana blagovna znamka, ali mora imetnik blagovne znamke dokazati, da oglas ali ponudba nujno pomeni dajanje spornega blaga na trg znotraj ozemlja, za katero je bila registrirana blagovna znamka?

8. Ali je odgovor na vprašanja od petega do sedmega drugačen, če uporaba, ki ji nasprotuje imetnik blagovne znamke, obsega prikazovanje znaka na samem spletnem mestu upravljavca spletnega trga, in ne v sponzorirani povezavi?

9. Ali je za to, da taka uporaba spada na področje uporabe člena 5(1)(a) [Direktive 89/104] in člena 9(1)(a) [Uredbe št. 40/94] ter da ostane zunaj področja uporabe člena 7 [Direktive 89/104] in člena 13 [Uredbe št. 40/94], dovolj, da je oglas ali ponudba usmerjena na potrošnike na ozemlju, za katero je bila registrirana blagovna znamka:

   (a) ali taka uporaba vsebuje ali vključuje shranjevanje ‚podatkov, ki jih zagotovi prejemnik storitve' v smislu člena 14(1) [Direktive 2000/31]?

   (b) če uporaba ne obsega izključno dejavnosti, ki spadajo na področje uporabe člena 14(1) [Direktive 2000/31], ampak jih vključuje, ali je upravljavec spletnega trga oproščen odgovornosti, če jih uporaba obsega, in če je tako, ali naj se v zvezi s tako uporabo prizna odškodnina ali druga denarna nadomestila, če ni oproščen odgovornosti?

(c) v okoliščinah, v katerih upravljavec spletnega trga ve, da je bilo blago oglaševano, ponujano in prodano na njegovem spletnem mestu s kršitvijo registriranih blagovnih znamk in da se bodo kršitve takih registriranih blagovnih znamk verjetno še dogajale, ko bodo enako ali podobno blago oglaševali, ponujali in prodajali isti ali drugi uporabniki spletnega mesta, ali to pomeni ‚dejansko vedenje' ali ‚zavedanje' v smislu člena 14(1) [Direktive 2000/31]?

10. Če storitve posrednika, na primer upravljavca spletnega mesta, uporablja tretja stranka, da bi kršila registrirano blagovno znamko, ali člen 11 [Direktive 2004/48] od držav članic zahteva zagotovilo, da lahko imetnik blagovne znamke zoper zadevno osebo doseže izdajo sodne odredbe, da bi preprečil nadaljnje kršitve omenjene blagovne znamke, in ne samo nadaljevanje te specifične kršitve, in če je tako, kakšen je obseg sodne odredbe, ki se lahko zahteva?"

III – Vprašanja za predhodno odločanje

A – *Vprašanja od prvega do četrtega in sedmo vprašanje, ki se nanašajo na prodajo izdelkov, zaščitenih z znamko, na spletnem trgu*

1. Uvodne ugotovitve

51 Kot je navedeno v točkah 36 in 37 te sodbe, ni sporno, da so tožene fizične osebe prek spletnega mesta www.ebay.co.uk potrošnikom v Uniji ponujale ter prodajale izdelke, ki so bili zaščiteni z znamko družbe L'Oréal in jih je ta družba namenila za prodajo v tretjih državah, ter izdelke, ki niso bili namenjeni za prodajo, kot so poskusni

izdelki in vzorci. Poleg tega ni sporno, da so se nekateri od teh izdelkov prodajali brez embalaže.

52 To, da so se prek spletnega mesta www.ebay.co.uk prodajali izdelki, dostavljeni v tretje države, je razvidno tudi iz ugotovitev, povzetih v točkah 40 in 41 te sodbe, v skladu s katerimi je družba eBay na tem spletnem mestu oglaševala ponudbe za prodajo izdelkov, zaščitenih z znamko Shu Uemura, iz Hongkonga (Kitajska).

53 Družba eBay zanika, da bi bile s tako prodajo na spletnem trgu lahko kršene pravice iz znamk. Predložitveno sodišče s prvim vprašanjem za predhodno odločanje in z vprašanji od četrtega do sedmega sprašuje, ali je to stališče družbe eBay pravilno.

54 Pred proučitvijo teh vprašanj je treba opozoriti, kot je to storil generalni pravobranilec v točki 79 sklepnih predlogov, da se izključne pravice iz znamke načeloma lahko uveljavljajo zgolj proti gospodarskim subjektom. Da bi namreč imetnik znamke lahko tretji osebi prepovedal uporabo znaka, ki je enak ali podoben tej znamki, mora biti znak uporabljen v gospodarskem prometu (glej zlasti sodbi z dne 16. novembra 2004 v zadevi Anheuser-Busch, C-245/02, ZOdl., str. I-10989, točka 62, ter z dne 18. junija 2009 v zadevi L'Oréal in drugi, C-487/07, ZOdl., str. I-5185, točka 57).

55 Iz tega je razvidno, da kadar fizična oseba izdelek, zaščiten z znamko, prodaja prek spletnega trga, ne da bi ta transakcija spadala v okvir gospodarske dejavnosti, imetnik znamke ne more uveljavljati svojih izključnih pravic, določenih v členu 5 Direktive 89/104 in členu 9 Uredbe št. 40/94. Če pa prodaja na takem trgu zaradi obsega,

pogostosti in drugih značilnosti presega okvir zasebne dejavnosti, vstopi prodajalec v okvir „gospodarskega prometa“ v smislu navedenih členov.

56 Predložitveno sodišče je v sodbi z dne 22. maja 2009 ugotovilo, da je S. Potts, ena od toženih fizičnih oseb, prek spletnega mesta www.ebay.co.uk prodal veliko predmetov, označenih z znamkami družbe L'Oréal. Predložitveno sodišče je glede tega ugotovilo, da je ta oseba ravnala kot trgovec. Podobne ugotovitve so bile sprejete glede T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke, R. Bi, J. Clarka in G. Foxa.

57 Ker so bile ponudbe za prodajo in prodaja, ki so navedene v točki 51 te sodbe in vključujejo uporabo znakov, enakih ali podobnih znamkam, katerih imetnica je družba L'Oréal, izvedene v okviru gospodarskega prometa in ker hkrati ni sporno, da družba L'Oréal z njimi ni soglašala, je tako treba proučiti, ali ta družba glede na vsa pravila iz člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 ter glede na sodno prakso v zvezi s tema členoma lahko nasprotuje tem ponudbam za prodajo in tej prodaji.

2. Ponudba za prodajo izdelkov, ki so zaščiteni z znamko in jih je imetnik te znamke namenil za prodajo v tretjih državah, prek spletnega trga, namenjenega potrošnikom v Uniji

58 S sedmim vprašanjem, ki ga je treba proučiti najprej, predložitveno sodišče v bistvu sprašuje, ali za to, da bi lahko imetnik znamke, registrirane v državi članici Unije, ali znamke Skupnosti na podlagi pravil iz člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 nasprotoval ponudbi za prodajo izdelkov, ki so zaščiteni s to znamko in

v EGP ali v Uniji, če gre za znamko Skupnosti, še niso bili dani na trg, na spletnem trgu, zadostuje, da je ponudba za prodajo namenjena potrošnikom na ozemlju, za katero je bila znamka registrirana.

59 Pravilo iz člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 daje imetniku znamke izključno pravico prepovedati tretjim osebam, da bi uvozile proizvode njegove znamke, jih ponujale, dale na trg ali v te namene obdržale, medtem ko je bila s členom 7 iste direktive in členom 13 iste uredbe določena izjema od tega pravila, v skladu s katero je pravica imetnika izčrpana, ko je imetnik proizvode dal na trg v EGP ali v Uniji, če gre za znamko Skupnosti, oziroma je bilo to storjeno z njegovim soglasjem (glej zlasti sodbe z dne 30. novembra 2004 v zadevi Peak Holding, C-16/03, ZOdl., str. I-11313, točka 34; z dne 15. oktobra 2009 v zadevi Makro Zelfbedieningsgroothandel in drugi, C-324/08, ZOdl., str. I-10019, točka 21, in z dne 3. junija 2010 v zadevi Coty Prestige Lancaster Group, C-127/09, ZOdl., str. I-4965, točki 28 in 46).

60 V primeru, ki se obravnava pri tem vprašanju in v katerem imetnik znamke izdelkov nikoli ni dal na trg v EGP niti ni bilo to storjeno z njegovim soglasjem, izjeme iz člena 7 Direktive 89/104 in člena 13 Uredbe št. 40/94 ni mogoče uporabiti. Sodišče je v zvezi s tem večkrat razsodilo, da je bistveno, da lahko imetnik znamke, registrirane v državi članici, nadzoruje prvo dajanje proizvodov, označenih s to znamko, na trg v EGP (glej zlasti sodbo z dne 20. novembra 2001 v združenih zadevah Zino Davidoff in Levi Strauss, od C-414/99 do C-416/99, Recueil, str. I-8691, točka 33, ter zgoraj navedeni sodbi Peak Holding, točki 36 in 37, in Makro Zelfbedieningsgroothandel in drugi, točka 32).

61 Čeprav družba eBay priznava ta načela, trdi, da imetnik znamke, registrirane v državi članici, ali znamke Skupnosti ne more uspešno uveljavljati izključnih pravic iz te znamke, če so izdelki, ki so označeni s to znamko in se prodajajo na spletnem trgu, v tretji državi in niso nujno namenjeni za ozemlje, za katero je navedena znamka registrirana. Vendar družba L'Oréal, vlada Združenega kraljestva, italijanska, poljska

in portugalska vlada ter Evropska komisija menijo, da se pravila Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94 uporabljajo, kadar se izkaže, da je ponudba za prodajo izdelka, ki je zaščiten z znamko in je v tretji državi, namenjena potrošnikom na ozemlju, za katero je znamka registrirana.

62 Zadnjo trditev je treba sprejeti. Če bi bilo drugače, potem subjektom, ki uporabljajo elektronsko poslovanje tako, da na spletnem trgu, namenjenem potrošnikom v Uniji, v tretjih državah ponujajo izdelke, zaščitene z znamko, ki jih je mogoče videti na zaslonu in jih je mogoče naročiti prek navedenega spletnega trga, v zvezi s tovrstnimi ponudbami za prodajo nikakor ne bi bilo treba upoštevati predpisov Unije glede intelektualne lastnine. Tak položaj bi ogrožal polni učinek teh predpisov.

63 V zvezi s tem zadostuje opozorilo, da na podlagi člena 5(3)(b) in (d) Direktive 89/104 ter člena 9(2)(b) in (d) Uredbe št. 40/94 uporaba znakov, ki so enaki ali podobni znamkam in jim imetniki teh znamk lahko nasprotujejo, s strani tretjih oseb vključuje uporabo takih znakov pri ponudbah za prodajo in oglaševanju. Kot sta navedla generalni pravobranilec v točki 127 sklepnih predlogov in Komisija v pisnih stališčih, bi bila učinkovitost teh predpisov ogrožena, če ti ne bi veljali za uporabo znaka, enakega ali podobnega znamki, registrirani v Uniji, zgolj zato, ker ima tretja oseba, ki tako ponuja ali oglašuje, prebivališče ali sedež v tretji državi, ker je strežnik spletnega mesta, ki ga uporablja, v taki državi ali celo ker je izdelek, ki je predmet navedene ponudbe ali oglaševanja, v tretji državi.

64 Toda treba je pojasniti, da zgolj dostopnost spletnega mesta na ozemlju, za katero je znamka registrirana, ne zadostuje za ugotovitev, da so ponudbe za prodajo, ki so na tem spletnem mestu prikazane, namenjene potrošnikom na tem ozemlju (glej

po analogiji sodbo z dne 7. decembra 2010 v združenih zadevah Pammer in Hotel Alpenhof, C-585/08 in C-144/09, ZOdl., str. I-12577, točka 69). Če bi namreč okoliščina, da je spletni trg dostopen na navedenem ozemlju, zadostovala za to, da bi oglasi, ki so prikazani na tem spletnem trgu, spadali na področje uporabe Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94, bi za spletne strani in oglase, ki so tehnično dostopni na ozemlju Unije, čeprav so očitno namenjeni izključno potrošnikom v tretjih državah, neupravičeno veljalo pravo Unije.

65 Nacionalna sodišča so zato pristojna, da v vsakem posameznem primeru presodijo, ali obstajajo upoštevni indici za ugotovitev, da je ponudba za prodajo, prikazana na spletnem trgu, dostopnem na ozemlju, za katero je znamka registrirana, namenjena potrošnikom na tem ozemlju. Če so ob ponudbi za prodajo navedena pojasnila glede geografskih območij, na katera je prodajalec izdelek pripravljen poslati, je tovrstno pojasnilo posebno pomembno za to presojo.

66 V postopku v glavni stvari je spletno mesto z naslovom „www.ebay.co.uk“ očitno – ker ni dokazov o nasprotnem – namenjeno potrošnikom na ozemlju, za katero so registrirane nacionalne znamke in znamke Skupnosti, na katere se sklicuje, tako da ponudbe za prodajo, ki so dostopne na tem spletnem mestu in so predmet postopka v glavni stvari, spadajo na področje uporabe predpisov Unije glede varstva znamk.

67 Glede na zgoraj navedeno je treba na sedmo predloženo vprašanje odgovoriti, da če izdelke, ki so v tretji državi in so označeni z znamko, registrirano v državi članici Unije, ali znamko Skupnosti ter v EGP ali v Uniji, če gre za znamko Skupnosti, še niso bili dani na trg, gospodarski subjekt prek spletnega trga brez soglasja imetnika te znamke prodaja potrošnikom na tem ozemlju, lahko navedeni imetnik na podlagi pravil iz

člena 5 Direktive 89/104 ali člena 9 Uredbe št. 40/94 nasprotuje tej prodaji, tej ponudbi za prodajo ali temu oglaševanju. Nacionalna sodišča so pristojna, da v vsakem posameznem primeru presodijo, ali obstajajo upoštevni indici za ugotovitev, da je ponudba za prodajo ali oglas, prikazan na spletnem trgu, dostopnem na navedenem ozemlju, namenjen potrošnikom na tem ozemlju.

3. Ponudba za prodajo poskusnih izdelkov in vzorcev

68 Ni sporno, da so tožene fizične osebe v času dejanskega stanja, ki ga obravnava predložitveno sodišče, na spletnem mestu www.ebay.co.uk dale na prodaj poskusne izdelke in vzorce, ki jih je družba L'Oréal brezplačno dobavila svojim pooblaščenim distributerjem.

69 Predložitveno sodišče s prvim vprašanjem v bistvu sprašuje, ali to, da imetnik znamke dobavlja izdelke, označene s to znamko in namenjene predstavitvi izdelkov potrošnikom na pooblaščenih maloprodajnih mestih, in stekleničke, ki so prav tako označene s to znamko in iz katerih se lahko pretočijo brezplačni vzorci za potrošnike, pomeni dajanje na trg v smislu Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94.

70 Navedeno sodišče je v zvezi s tem ugotovilo, da je družba L'Oréal svoje pooblaščene distributerje jasno obvestila, da ne smejo prodajati takih izdelkov in stekleničk, na katerih je poleg tega pogosto oznaka „ni za prodajo".

71 Sodišče je že razsodilo, da če imetnik znamke to namesti na predmete, ki jih ponuja brezplačno za spodbujanje prodaje svojih izdelkov, se navedeni predmeti ne razširjajo z namenom vstopa na trg (glej sodbo z dne 15. januarja 2009 v zadevi Silberquelle, C-495/07, ZOdl., str. I-137, točke od 20 do 22). Brezplačna dobava takih predmetov torej načeloma ne pomeni, da jih navedeni imetnik daje na trg.

72 Sodišče je tudi ugotovilo, da če imetnik znamke predmete, kot so poskusni vzorci parfumov, označi z oznakami, kot sta „za predstavitev“ in „ni za prodajo“, to brez dokaza o nasprotnem nasprotuje ugotovitvi, da obstaja soglasje tega imetnika k dajanju navedenih predmetov na trg (glej zgoraj navedeno sodbo Coty Prestige Lancaster Group, točke 43, 46 in 48).

73 V teh okoliščinah je treba na prvo predloženo vprašanje odgovoriti, da kadar imetnik znamke svojim pooblaščenim distributerjem dobavlja izdelke, označene s to znamko in namenjene predstavitvi izdelkov potrošnikom na pooblaščenih maloprodajnih mestih, in stekleničke, ki so prav tako označene s to znamko in iz katerih se lahko pretočijo brezplačni vzorci za potrošnike, to brez dokazov o nasprotnem ne pomeni dajanja na trg v smislu Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94.

4. Trženje izdelkov brez embalaže

74 Kot je navedeno v točkah 36, 37 in 51 te sodbe, so trgovci, ki poslujejo prek spletnega trga družbe eBay, nekatere primerke izdelkov, ki so zaščiteni z znamkami družbe L'Oréal, prodajali brez zunanje embalaže.

75 Predložitveno sodišče z drugim, tretjim in četrtim vprašanjem za predhodno odločanje v bistvu sprašuje, ali gre pri odstranitvi embalaže izdelkov, kakršni so ti v postopku v glavni stvari, za kršitev izključnih pravic imetnika znamke, s katero so ti izdelki označeni, tako da lahko ta imetnik nasprotuje nadaljnji prodaji takih nepakiranih izdelkov.

76 Glede na to, da so nepakirani izdelki v postopku v glavni stvari večinoma kozmetični izdelki, predložitveno sodišče predlaga, naj se na ta vprašanja odgovori ob upoštevanju člena 6(1) Direktive 76/768, v skladu s katerim se smejo kozmetični izdelki tržiti le, če so na njihovih posodah in embalaži navedeni tudi identiteta izdelovalca ali osebe, odgovorne za trženje, sestava izdelka (vsebnost in seznam sestavin), uporaba izdelka (namen in posebni previdnostni ukrepi, ki jih je treba upoštevati pri uporabi) in shranjevanje izdelka (minimalni rok trajanja). V zvezi s tem v bistvu sprašuje, ali lahko imetnik znamke na podlagi svojih izključnih pravic iz Direktive 89/104 ali iz Uredbe št. 40/94, če gre za znamko Skupnosti, nasprotuje nadaljnji prodaji izdelkov, označenih s to znamko, kadar se ti dajejo na trg v nasprotju z zahtevami iz navedene določbe Direktive 76/768.

77 Družba L'Oréal – tako kot francoska, poljska in portugalska vlada ter Komisija – meni, da je ne glede na to, ali je podana kršitev Direktive 76/768, embalaža bistveni del podobe parfumov in kozmetičnih izdelkov. Imetnik znamke, s katero so ti izdelki označeni, naj bi zato moral imeti možnost nasprotovati nadaljnji prodaji teh izdelkov brez embalaže. Družba eBay pa poudarja, da v sektorju parfumov in kozmetike prestižno in luksuzno podobo izdelka pogosto ustvarja njegova steklenička ali posoda, in ne zunanja embalaža.

78 Ugotoviti je treba, prvič, da je treba glede na raznovrstno izbiro parfumov in kozmetičnih izdelkov vprašanje, ali odstranitev embalaže takega izdelka škoduje njegovi podobi in zato ugledu znamke, s katero je označen, proučiti za vsak posamezen primer.

Kot je poudaril generalni pravobranilec v točkah od 71 do 74 sklepnih predlogov, lahko namreč videz kozmetičnega izdelka brez zunanje embalaže včasih učinkovito odraža prestižno in luksuzno podobo tega proizvoda, v drugih primerih pa prav odstranitev navedene embalaže škoduje tej podobi.

79 Tako škodovanje se lahko zgodi, kadar zunanja embalaža enako ali celo bolj kot steklenička ali posoda prispeva k predstavljanju podobe izdelka, ki jo je ustvaril imetnik znamke, in njegovih pooblaščenih distributerjev. Mogoče je tudi, da nenavedba nekaterih ali nobenih podatkov, zahtevanih v členu 6(1) Direktive 76/768, škoduje podobi izdelka. Imetnik znamke mora dokazati obstoj elementov, ki pomenijo to kršitev.

80 Drugič, opozoriti je treba, da znamka, katere temeljna funkcija je zagotavljati potrošniku izvor izdelka, pomeni zlasti jamstvo, da so bili vsi izdelki, ki jih označuje, izdelani ali dobavljeni pod nadzorom edinega podjetja, ki mu je mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost (glej zlasti sodbi z dne 12. novembra 2002 v zadevi Arsenal Football Club, C-206/01, Recueil, str. I-10273, točka 48, in z dne 23. aprila 2009 v zadevi Copad, C-59/08, ZOdl., str. I-3421, točka 45).

81 Če pa nekateri zakonsko zahtevani podatki, na primer v zvezi z identiteto izdelovalca ali osebe, odgovorne za trženje kozmetičnega izdelka, niso navedeni, se posega v funkcijo označbe izvora znamke, saj ta znamka izgubi temeljni učinek zagotavljanja, da so izdelki, ki jih označuje, dobavljeni pod nadzorom edinega podjetja, ki mu je mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost.

82 Tretjič in nazadnje, opozoriti je treba, kot je to storil generalni pravobranilec v točki 76 sklepnih predlogov, da vprašanje, ali je ponudba za prodajo ali prodaja izdelkov, zaščitenih z znamko, brez zunanje embalaže in tako brez nekaterih podatkov, ki se zahtevajo na podlagi člena 6(1) Direktive 76/768, kazniva po nacionalnem pravu, ne more vplivati na uporabo predpisov Unije glede varstva znamk.

83 Glede na navedeno je treba na predložena vprašanja od drugega do četrtega odgovoriti, da je treba člen 5 Direktive 89/104 in člen 9 Uredbe št. 40/94 razlagati tako, da lahko imetnik znamke na podlagi izključnih pravic iz te znamke nasprotuje nadaljnji prodaji izdelkov, kakršni so ti v postopku v glavni stvari, na podlagi tega, da je preprodajalec odstranil zunanjo embalažo teh proizvodov, če zaradi te odstranitve embalaže niso navedeni bistveni podatki, kot so tisti v zvezi z identiteto izdelovalca ali osebe, odgovorne za trženje kozmetičnega izdelka. Tudi če odstranitev zunanje embalaže ne povzroči take nenavedbe podatkov, lahko imetnik znamke nasprotuje nadaljnji prodaji parfuma ali kozmetičnega izdelka, označenega z znamko, katere imetnik je, brez embalaže, če dokaže, da je odstranitev embalaže škodovala podobi navedenega izdelka in zato ugledu znamke.

B – *Peto in šesto vprašanje, ki se nanašata na oglaševanje, ki ga upravljavec spletnega trga opravlja za svoje spletno mesto in izdelke, ki so na njem ponujeni*

84 Iz dejanskega stanja, povzetega v točkah od 39 do 42 te sodbe, izhaja, da je družba eBay s tem, da je pri upravljavcu iskalnika Google izbrala ključne besede, enake znamkam družbe L'Oréal, zagotovila, da se je, ko so uporabniki interneta v ta iskalnik vnesli iskalni niz, ki je vseboval navedene besede, izpisala promocijska povezava do mesta www.ebay.co.uk skupaj z oglasnim sporočilom o tem, da je mogoče izdelke, zaščitene

z iskano znamko, kupiti prek navedenega spletnega mesta. Ta promocijska povezava je bila navedena v rubriki „sponzorirane povezave“ bodisi v desnem bodisi v zgornjem delu izpisa rezultatov iskanja z iskalnikom Google na zaslonu.

85 Ni sporno, da je v takih okoliščinah upravljavec spletnega trga oglaševalec. Zagotavlja izpis povezav in sporočil, ki – kot je poudaril generalni pravobranilec v točki 89 sklepnih predlogov – ne pomenijo oglaševanja samo nekaterih ponudb za prodajo na navedenem spletnem trgu, temveč tudi tega spletnega trga kot takega. Oglasi, ki jih poleg drugih primerov omenja predložitveno sodišče in so predstavljeni v točkah 40 in 42 te sodbe, odražajo to prakso.

86 S petim in šestim vprašanjem, ki ju je treba obravnavati skupaj, predložitveno sodišče v bistvu sprašuje, ali je treba člen 5(1)(a) Direktive 89/104 in člen 9(1)(a) Uredbe št. 40/94 razlagati tako, da sme imetnik znamke upravljavcu spletnega trga prepovedati, da ob uporabi ključne besede, ki je enaka tej znamki in jo je ta upravljavec v okviru storitve internetnega referenciranja izbral brez soglasja navedenega imetnika, oglašuje ta spletni trg in izdelke, ki so zaščiteni z navedeno znamko in se na njem ponujajo.

87 Glede oglaševanja po internetu ob uporabi ključnih besed, enakih znamkam, je Sodišče že razsodilo, da je taka ključna beseda sredstvo, ki ga oglaševalec uporabi za objavo svojega oglasa, in je torej uporabljena „v gospodarskem prometu“ v smislu člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 (sodbi z dne 23. marca 2010 v združenih zadevah Google France in Google, od C-236/08 do C-238/08, ZOdl., str. I-2417, točki 51 in 52, in z dne 25. marca 2010 v zadevi BergSpechte, C-278/08, ZOdl., str. I-2517, točka 18).

88 Za ugotovitev, ali tovrstno oglaševanje izpolnjuje tudi druge pogoje, ki morajo biti v skladu s pravili iz člena 5(1)(a) Direktive 89/104 in člena 9(1)(a) Uredbe št. 40/94 izpolnjeni, da bi lahko imetnik znamke temu oglaševanju nasprotoval, je treba proučiti, prvič, ali se oglasi, kakršne družba eBay prikazuje v okviru storitve referenciranja, kakršno zagotavlja družba Google, nanašajo na izdelke ali storitve, enake tistim, za katere je znamka registrirana, in drugič, ali taki oglasi škodujejo ali bi lahko škodovali eni od funkcij znamke (glej zgoraj navedeno sodbo BergSpechte, točka 21).

89 V zvezi s tem je najprej treba poudariti, da v delu, v katerem je družba eBay uporabila ključne besede, enake znamkam družbe L'Oréal, za promocijo svoje storitve zagotavljanja spletnega trga za prodajalce in kupce izdelkov, te besede niso bile uporabljene niti za blago ali storitve, „enake tistim, za katere je [znamka] registrirana", v smislu odstavka 1(a) člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 niti za podobno blago ali storitve v smislu odstavka 1(b) istih členov.

90 To, da družba eBay uporablja znake, enake znamkam družbe L'Oréal, za promocijo svojega spletnega trga, bi bilo torej mogoče proučiti tudi na podlagi odstavka 2 člena 5 Direktive 89/104 in odstavka 1(c) člena 9 Uredbe št. 40/94, saj je s tema določbama uvedeno širše varstvo znamk z ugledom, kot je določeno v odstavku 1(a) in (b) istih členov, nanašata pa se zlasti na primer, v katerem tretja oseba uporablja znake, enake takim znamkam, za izdelke ali storitve, ki niso podobni izdelkom ali storitvam, za katere so bile te znamke registrirane.

91 Dalje, ugotoviti je treba, da je družba eBay, ker je ključne besede, enake znamkam družbe L'Oréal, uporabila za promocijo ponudb za prodajo izdelkov svojih strank prodajalcev, zaščitenih z znamkami, uporabila izdelke ali storitve, enake tistim, za

katere so bile te znamke registrirane. Glede tega je treba opozoriti, da se izraz „za blago ali storitve“ ne nanaša izključno na izdelke ali storitve tretje osebe, ki uporablja znak, enak znamki, temveč se lahko nanaša tudi na izdelke ali storitve drugih oseb. Okoliščina, da gospodarski subjekt uporablja znak, ki je enak registrirani znamki, za blago, ki ni njeno, ker nima lastninske pravice na njem, namreč sama po sebi ne preprečuje, da bi ta uporaba spadala v okvir člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 (glej zgoraj navedeno sodbo Google France in Google, točka 60, in sklep z dne 19. februarja 2009 v zadevi UDV North America, C-62/08, ZOdl., str. I-1279, točka 43).

92 Prav v zvezi s položajem, v katerem ponudnik storitve uporablja znak, enak znamki druge osebe, za promocijo blaga, ki ga prek te storitve trži ena od njegovih strank, Sodišče meni, da taka uporaba spada na področje uporabe odstavka 1 člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94, kadar je ta uporaba taka, da se ustvari povezava med navedenim znakom in navedeno storitvijo (glej zgoraj navedeni sklep UDV North America, točka 47 in navedena sodna praksa).

93 Kot sta poudarila generalni pravobranilec v točki 89 sklepnih predlogov in francoska vlada na obravnavi, taka povezava obstaja v okoliščinah, kakršne so te v postopku v glavni stvari. Oglasi družbe eBay namreč ustvarjajo očitno povezavo med izdelki, zaščitenimi z znamko in navedenimi v teh oglasih, ter možnostjo njihovega nakupa prek spletnega mesta eBay.

94 Nazadnje, glede vprašanja, ali uporaba ključne besede, enake znamki, lahko škodi eni od funkcij znamke, je Sodišče v drugih zadevah pojasnilo, ta tako škodovanje obstaja, kadar oglaševanje običajno obveščenemu in razumno pozornemu uporabniku interneta ne omogoča ali le omejeno omogoča, da se seznani s tem, ali izdelki ali storitve iz oglasa izvirajo od imetnika znamke ali podjetja, ki je z njim gospodarsko povezano,

ali nasprotno, od tretje osebe (zgoraj navedena sodba Google France in Google, točka 99, ter sodba z dne 8. julija 2010 v zadevi Portakabin in Portakabin, C-558/08, ZOdl., str. I-6963, točka 54).

95 V teh okoliščinah je treba opozoriti, da se nujnost preglednega internetnega prikazovanja oglasov poudarja v zakonodaji Unije o elektronskem poslovanju. Ob upoštevanju interesov poštenega trgovanja in varstva potrošnikov člen 6 Direktive 2000/31 določa pravilo, da mora biti fizična ali pravna oseba, v imenu katere je komercialno sporočilo, ki je del storitve informacijske družbe, narejeno, jasno prepoznavna (zgoraj navedena sodba Google France in Google, točka 86).

96 Iz oglasa upravljavca spletnega trga, ki ga prikazuje upravljavec iskalnika, morata biti torej vsekakor razvidna identiteta tega upravljavca spletnega trga in dejstvo, da se izdelki, ki so zaščiteni z znamko in so predmet oglasa, tržijo prek spletnega trga, ki ga ta upravljavec spletnega trga upravlja.

97 Glede na zgoraj navedeno je treba na peto in šesto predloženo vprašanje odgovoriti, da je treba člen 5(1)(a) Direktive 89/104 in člen 9(1)(a) Uredbe št. 40/94 razlagati tako, da sme imetnik znamke upravljavcu spletnega trga prepovedati, da ob uporabi ključne besede, ki je enaka tej znamki in jo je ta upravljavec izbral v okviru storitve internetnega referenciranja, oglašuje izdelke, ki so zaščiteni s to znamko in se prodajajo na navedenem trgu, če to oglaševanje običajno obveščenemu in razumno pozornemu uporabniku interneta ne omogoča ali mu le omejeno omogoča, da se seznani s tem, ali navedeni izdelki izvirajo od imetnika znamke ali podjetja, ki je z njim gospodarsko povezano, ali nasprotno, od tretje osebe.

C – *Osmo vprašanje, ki se nanaša na uporabo znakov, enakih znamkam, v ponudbah za prodajo, prikazanih na spletnem mestu upravljavca spletnega trga*

98 Predložitveno sodišče z osmim vprašanjem v bistvu sprašuje, kako je treba glede na Direktivo 89/104 in Uredbo št. 40/94 opredeliti prikazovanje znakov, ki so enaki ali podobni znamkam, na spletnem mestu upravljavca spletnega trga.

99 Glede tega je treba najprej poudariti, da je pri poslovanju prek spletnih trgov storitev upravljavca takega trga to, da strankam prodajalcem zagotavlja prikaz njihovih ponudb za prodajo.

100 Dalje, ugotoviti je treba, da kadar se take ponudbe nanašajo na izdelke, zaščitene z znamko, se bodo znaki, enaki ali podobni znamkam, neizogibno pojavili na spletnem mestu upravljavca spletnega trga.

101 Čeprav se sicer v takih okoliščinah ti znaki „uporabljajo“ na navedenem spletnem mestu, pa to ne pomeni, da jih v smislu Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94 uporablja upravljavec spletnega trga.

102 „Uporaba“ znaka, enakega ali podobnega znamki imetnika, s strani tretje osebe v smislu člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94 namreč pomeni vsaj, da ta uporabi znak v okviru svojega komercialnega sporočila. Če pa ta tretja oseba zagotavlja storitev, s katero strankam omogoča, da se v okviru njihovih poslovnih dejavnosti, kot so njihove ponudbe za prodajo, na njenem spletnem mestu prikazujejo znaki,

enaki znamkam, potem ta oseba na tem spletnem mestu sama ne uporablja teh znakov v smislu navedene zakonodaje Unije (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo Google France in Google, točki 56 in 57).

103 Kakor sta na obravnavi poudarili zlasti vlada Združenega kraljestva in Komisija ter kot je poudaril generalni pravobranilec v točkah 119 in 120 sklepnih predlogov, iz tega izhaja, da znake, enake ali podobne znamkam, v ponudbah za prodajo, prikazanih na spletnem trgu, uporabljajo stranke prodajalci upravljavca tega trga, in ne ta upravljavec sam.

104 Če ta upravljavec strankam dovoljuje to uporabo, njegove vloge ni mogoče presojati glede na določbe Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94, temveč jo je treba proučiti z vidika drugih pravnih pravil, kakršna so tista iz Direktive 2000/31, zlasti iz oddelka 4 njenega poglavja II, ki se nanaša na „odgovornost posrednih ponudnikov storitev“ v elektronskem poslovanju in vsebuje člene od 12 do 15 (glej po analogiji zgoraj navedeno sodbo Google France in Google, točka 57).

105 Glede na zgoraj navedeno je treba na osmo predloženo vprašanje odgovoriti, da upravljavec spletnega trga znakov, ki so enaki ali podobni znamkam iz ponudb za prodajo, prikazanim na njegovem spletnem mestu, ne „uporablja“ v smislu člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94.

D – *Deveto vprašanje, ki se nanaša na odgovornost upravljavca spletnega trga*

106 Predložitveno sodišče z devetim vprašanjem v bistvu sprašuje:

– ali je storitev, ki jo zagotovi upravljavec spletnega trga, zajeta s členom 14(1) Direktive 2000/21 (gostiteljstvo), in če je odgovor pritrdilen,

– pod katerimi pogoji je treba ugotoviti, da upravljavec spletnega trga „izve ali se zave“ v smislu člena 14(1) Direktive 2000/31.

1. Gostiteljstvo podatkov, ki jih upravljavcu spletnega trga, ki to gostiteljstvo opravlja, sporočijo njegove stranke prodajalci

107 Kot je Sodišče že poudarilo, so členi od 12 do 15 Direktive 2000/31 namenjeni omejitvi primerov, v katerih je mogoče v skladu z veljavnim nacionalnim pravom s tega področja uveljavljati odgovornost posrednih ponudnikov storitev informacijske družbe. Pogoje za ugotavljanje take odgovornosti je torej treba iskati v tem nacionalnem pravu, čeprav na podlagi zgoraj navedenih členov Direktive 2000/31 v nekaterih primerih ni mogoče ugotoviti odgovornosti navedenih ponudnikov storitev (zgoraj navedena sodba Google France in Google, točka 107).

108 Čeprav predložitveno sodišče tako ugotovi, kateri so pogoji za odgovornost, kakršno družba L'Oréal uveljavlja proti družbi eBay, pa to, ali se lahko upravljavec spletnega trga sklicuje na izjemo v zvezi z odgovornostjo, določeno z Direktivo 2000/31, preveri Sodišče.

109 Kot so ugotovili zlasti vlada Združenega kraljestva, poljska vlada, Komisija in generalni pravobranilec v točki 134 sklepnih predlogov, je internetna storitev, namenjena omogočanju stika med prodajalci in kupci izdelkov, načeloma storitev v smislu Direktive 2000/31. Ta direktiva se nanaša, kot je navedeno v njenem naslovu, na „storitve informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja". Iz opredelitve pojma „storitve informacijske družbe", navedene v točkah 8 in 9 te sodbe, je razvidno, da ta obsega storitve, opravljene na daljavo, z elektronsko opremo za predelavo in shranjevanje podatkov, na zahtevo prejemnika storitev in običajno odplačno. Upravljanje spletnega trga očitno lahko vključuje vse te elemente.

110 Glede spletnega trga v postopku v glavni stvari ni sporno, da družba eBay shranjuje – to je zapisuje v pomnilnik svojega strežnika – podatke, ki jih sporočijo njene stranke. Družba eBay tako shranitev opravi vsakič, ko stranka pri njej odpre račun prodajalca in ji sporoči podatke o svojih ponudbah za prodajo. Poleg tega je družba eBay običajno plačana, saj prejme odstotni delež vrednosti transakcij, opravljenih na podlagi navedenih ponudb za prodajo.

111 Toda dejstvo, da storitev upravljavca spletnega trga vključuje shranjevanje podatkov, ki mu jih sporočijo njegove stranke prodajalci, samo po sebi ne zadostuje za ugotovitev, da ta storitev vsekakor spada na področje uporabe člena 14(1) Direktive 2000/31. Te določbe namreč ni mogoče razlagati zgolj glede na njeno besedilo, temveč jo je

treba razlagati tudi glede na njeno sobesedilo in cilje, ki jim sledi ureditev, katere del je (glej po analogiji sodbo z dne 16. oktobra 2008 v zadevi Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, C-298/07, ZOdl., str. I-7841, točka 15 in navedena sodna praksa).

112 Sodišče je glede tega že pojasnilo, da je za to, da bi ponudnik internetne storitve lahko spadal na področje uporabe člena 14 Direktive 2000/31, bistveno, da je v skladu z namenom, ki ga je imel zakonodajalec v okviru oddelka 4 poglavja II te direktive, „posredni ponudnik storitev“ (glej zgoraj navedeno sodbo Google France in Google, točka 112).

113 To pa ne velja, če ima ponudnik storitve, namesto da bi zgolj nevtralno opravljal storitev s povsem tehnično in samodejno obdelavo podatkov, ki jih sporočijo njegove stranke, dejavno vlogo, zaradi katere bi lahko te podatke poznal ali nadzoroval (zgoraj navedena sodba Google France in Google, točki 114 in 120).

114 Iz spisa in iz opisa iz točk od 28 do 31 te sodbe je razvidno, da eBay obdeluje podatke, ki jih sporočijo njegove stranke prodajalci. Prodaja, ki je mogoča na podlagi teh ponudb, poteka po pravilih, ki jih določi družba eBay. Družba eBay po potrebi zagotovi tudi pomoč, namenjeno optimizaciji ali promociji nekaterih ponudb za prodajo.

115 Kot je pravilno ugotovila vlada Združenega kraljestva, zgolj zato, ker upravljavec spletnega trga v svojem strežniku shranjuje ponudbe za prodajo, določa podrobna pravila svoje storitve, zanjo prejema plačilo in strankam daje splošne informacije, mu ne more biti odvzeta možnost sklicevanja na izjeme v zvezi z odgovornostjo, ki jih določa Direktiva 2000/31 (glej po analogiji zgoraj navedeno sodbo Google France in Google, točka 116).

116 Če je, nasprotno, navedeni upravljavec dajal pomoč, ki je obsegala zlasti optimizacijo predstavitve ponudb za prodajo ali njihovo promocijo, pa je treba ugotoviti, da se ni postavil v nevtralen položaj med zadevno stranko prodajalcem in potencialnimi kupci, temveč je imel dejavno vlogo, zaradi katere je lahko poznal ali nadzoroval podatke o teh ponudbah. Glede navedenih podatkov se torej ne bo mogel sklicevati na izjemo v zvezi z odgovornostjo iz člena 14 Direktive 2000/31.

117 To, ali je imela družba eBay v zvezi s ponudbami za prodajo v postopku v glavni stvari vlogo, kakršna je opisana v prejšnji točki, preveri predložitveno sodišče.

2. „Védenje“ upravljavca spletnega trga

118 Če bi predložitveno sodišče ugotovilo, da družba eBay ni ravnala tako, kot je opisano v točki 116 te sodbe, bi moralo preveriti, ali je to podjetje v okoliščinah postopka v glavni stvari izpolnilo pogoje, ki jih člen 14(1)(a) in (b) Direktive 2000/31 določa za uveljavljanje izjeme v zvezi z odgovornostjo (glej po analogiji sodbo Google France in Google, točka 120).

119 V položaju, v katerem se je ta ponudnik storitev omejil na povsem tehnično in samodejno obdelavo podatkov in v katerem se torej zanj lahko uporabi pravilo iz člena 14(1) Direktive 2000/31, je namreč ta na podlagi navedenega odstavka 1 lahko oproščen kakršne koli odgovornosti za nezakonite podatke, ki jih je shranjeval, zgolj pod pogojem, da „dejansko [ni vedel] za nezakonito dejavnost ali podatek“ in mu glede odškodninskih zahtevkov niso bila „znana dejstva ali okoliščine, iz katerih je

očitno, da gre za nezakonito dejavnost ali podatek," oziroma da je, takoj ko je to izvedel, nemudoma ukrepal in zadevne podatke odstranil ali onemogočil dostop do njih.

120 Ker se v postopku v glavni stvari lahko naloži plačilo odškodnine, mora predložitveno sodišče preveriti, ali so bila družbi eBay glede na zadevne ponudbe za prodajo in njihovo morebitno škodovanje znamkam družbe L'Oréal „znana dejstva ali okoliščine, iz katerih je očitno, da gre za nezakonito dejavnost ali podatek". Glede zadnjega za izključitev oprostitve odgovornosti ponudnika storitve informacijske družbe, določene v členu 14 Direktive 2000/31, zadostuje, da je ta vedel za dejstva ali okoliščine, na podlagi katerih bi moral skrben gospodarski subjekt ugotoviti zadevno nezakonitost in ukrepati v skladu z odstavkom 1(b) navedenega člena 14.

121 Poleg tega je treba pravila iz člena 14(1)(a) Direktive 2000/31, da jim ne bi bil odvzet polni učinek, razlagati tako, da se nanašajo na kateri koli položaj, v katerem zadevni ponudnik storitve tako ali drugače izve za ta dejstva ali okoliščine.

122 S tem sta mišljena zlasti položaj, v katerem upravljavec spletnega trga odkrije obstoj nezakonite dejavnosti ali podatka na podlagi preizkusa, opravljenega na lastno pobudo, in položaj, v katerem je o obstoju take dejavnosti ali takega podatka obveščen. Čeprav v tem drugem primeru s seznanitvijo sicer ne bi bila samodejno izključena oprostitev odgovornosti, določena v členu 14 Direktive 2000/31, saj se utegne seznanitev z domnevno nezakonitimi dejavnostmi in podatki izkazati za premalo natančno in utemeljeno, pa je ta praviloma še vedno dejavnik, ki ga mora nacionalno sodišče glede na podatke, ki so tako sporočeni upravljavcu, upoštevati pri presoji resničnosti njegovega vedenja o dejstvih in okoliščinah, na podlagi katerih bi moral skrben gospodarski subjekt ugotoviti obstoj nezakonitosti.

123 Glede na zgoraj navedeno je treba na deveto predloženo vprašanje odgovoriti, da je treba člen 14(1) Direktive 2000/31 razlagati tako, da se uporablja za upravljavca spletnega trga, kadar ta ni imel dejavne vloge, zaradi katere bi lahko poznal ali nadzoroval podatke, ki se shranjujejo. Navedeni upravljavec ima tako vlogo, kadar daje pomoč, ki obsega zlasti optimizacijo predstavitve ponudb za prodajo ali njihovo promocijo.

124 Če upravljavec spletnega trga ni imel dejavne vloge v smislu prejšnje točke in njegovo opravljanje storitve zato spada na področje uporabe člena 14(1) Direktive 2000/31, se v zadevi, v kateri se lahko naloži plačilo odškodnine, vseeno ne more sklicevati na oprostitev odgovornosti, določeno v tej določbi, če je vedel za dejstva ali okoliščine, na podlagi katerih bi moral skrben gospodarski subjekt ugotoviti nezakonitost zadevnih ponudb za prodajo, in v primeru takega vedenja ni takoj ukrepal v skladu z odstavkom 1(b) navedenega člena 14.

E – *Deseto vprašanje, ki se nanaša na sodne odredbe proti upravljavcu spletnega trga*

125 Predložitveno sodišče z desetim vprašanje v bistvu sprašuje:

– ali člen 11 Direktive 2004/48 zahteva, da države članice zagotovijo, da imajo imetniki pravic intelektualne lastnine možnost, da proti upravljavcu spletnega mesta – kot je upravljavec spletnega trga – s katerim so bile kršene njihove pravice, zahtevajo izdajo sodnih odredb, s katerimi se temu upravljavcu odredi sprejetje ukrepov za preprečitev prihodnjih kršitev navedenih pravic, in če je odgovor pritrdilen,

– kateri so lahko ti ukrepi.

126 Družba eBay meni, da se lahko odredba v smislu navedenega člena nanaša zgolj na posebne in jasno opredeljene kršitve pravice intelektualne lastnine. Družba L'Oréal, vlada Združenega kraljestva, francoska, italijanska, poljska in portugalska vlada ter Komisija menijo, da se lahko odredbe iz Direktive 2004/48 nanašajo tudi na preprečevanje prihodnjih kršitev, če se upoštevajo nekatere omejitve.

127 Kot je razvidno iz predložitvene odločbe, se predloženo vprašanje nanaša zlasti na tretji stavek člena 11 Direktive 2004/48, v skladu s katerim morajo države članice zagotoviti, „da imajo imetniki pravic možnost vložitve zahteve za sodno odredbo proti posrednikom, katerih storitve uporablja tretja stranka za kršitev pravice intelektualne lastnine […]". Z njim se sprašuje, ali ta določba države članice zavezuje k zagotavljanju tega, da je mogoče upravljavca spletnega trga ne glede na njegovo morebitno odgovornost za sporna dejanja prisiliti k temu, da poleg ukrepov za prekinitev kršitev pravic intelektualne lastnine, ki jih povzročajo uporabniki teh storitev, sprejme tudi ukrepe za preprečevanje nadaljnjih tovrstnih kršitev.

1. Obveznost držav članic, da svoja sodišča pooblastijo za izdajo sodnih odredb proti ponudnikom spletnih storitev, s katerimi jim odredijo sprejetje ukrepov za preprečitev nadaljnjih kršitev intelektualne lastnine

128 Za ugotovitev, ali se sodne odredbe iz člena 11, tretji stavek, Direktive 2004/48 nanašajo tudi na preprečevanje nadaljnjih kršitev, je najprej treba poudariti, da se uporaba izraza „sodna odredba" v tretjem stavku navedenega člena 11 bistveno razlikuje od uporabe izraza „sodna odredba, namenjena prepovedi nadaljevanja kršitve" v prvem

stavku istega člena, pri čemer ta izraza označujeta sodni odredbi, ki ju je mogoče nasloviti na kršitelje pravice intelektualne lastnine.

129 Kot je ugotovila zlasti poljska vlada, je to razliko mogoče pojasniti z dejstvom, da se s sodno odredbo, naslovljeno na kršitelja, temu logično prepove nadaljevanje kršitve, medtem ko je položaj ponudnika storitve, s katero je kršitev storjena, bolj zapleten in so zanj primernejše druge vrste sodnih odredb.

130 Zato izraza „sodna odredba", uporabljenega v členu 11, tretji stavek, Direktive 2004/48 ni mogoče povezovati z izrazom „sodna odredba, namenjena prepovedi nadaljevanja kršitve" iz prvega stavka tega člena.

131 Dalje je treba poudariti, da mora glede na cilj Direktive 2004/48 – namreč, da države članice zagotovijo, zlasti v informacijski družbi, učinkovito varstvo intelektualne lastnine (glej v tem smislu sodbo z dne 29. januarja 2008 v zadevi Promusicae, C-275/06, ZOdl., str. I-271, točka 43) – pristojnost, ki je v skladu s členom 11, tretji stavek, navedene direktive priznana nacionalnim sodiščem, tem omogočati, da ponudniku spletne storitve, kot je tisti, ki uporabnikom interneta daje na voljo spletni trg, odredijo, naj sprejme ukrepe, ki učinkovito prispevajo ne le k prenehanju kršitev, ki se izvajajo prek tega spletnega trga, temveč tudi k preprečevanju nadaljnjih kršitev.

132 Ta razlaga je potrjena s členom 18 Direktive 2000/31, s katerim se od držav članic zahteva, da zagotovijo, da sodno varstvo, ki ga določa njihovo nacionalno pravo glede dejavnosti storitev informacijske družbe, omogoča sprejetje ukrepov, ki so

„namenjeni ustavitvi domnevne kršitve in preprečitvi nadaljnjega oškodovanja zadevnih interesov“.

133 Razlaga člena 11, tretji stavek, Direktive 2004/48, v skladu s katero ta člen države članice zavezuje zgolj k temu, da imetnikom pravic intelektualne lastnine zagotovijo možnost, da proti ponudnikom spletnih storitev dosežejo izdajo sodne odredbe za prenehanje kršitev njihovih pravic, bi zmanjšala obseg obveznosti iz člena 18 Direktive 2000/31, kar bi bilo v nasprotju s pravilom iz člena 2(3) Direktive 2004/48, v skladu s katerim Direktiva 2004/48 ne vpliva na Direktivo 2000/31.

134 Nazadnje, stroga razlaga člena 11, tretji stavek, Direktive 2004/48 ne bi bila skladna z uvodno izjavo 24 te direktive, v kateri je navedeno, da je treba – odvisno od posameznega primera in če to upravičujejo okoliščine – predvideti ukrepe, namenjene preprečevanju nadaljnjih kršitev pravic intelektualne lastnine.

2. Ukrepi, naloženi ponudnikom spletnih storitev

135 Kot je razvidno iz uvodne izjave 23 Direktive 2004/48, spadajo podrobna pravila o sodnih odredbah, ki jih morajo države članice sprejeti na podlagi člena 11, tretji stavek, te direktive, kakršna so podrobna pravila o pogojih, ki morajo biti izpolnjeni, in o postopku, ki ga je treba uporabiti, v nacionalno pravo.

136 Toda ta pravila nacionalnega prava morajo biti zasnovana tako, da je mogoče doseči cilj, ki mu sledi direktiva (glede načela učinkovitosti glej zlasti sodbe z dne 14. decembra 1995 v združenih zadevah Van Schijndel in van Veen, C-430/93 in C-431/93,

Recueil, str. I-4705, točka 17; z dne 7. junija 2007 v združenih zadevah Van der Weerd in drugi, od C-222/05 do C-225/05, ZOdl., str. I-4233, točka 28, in z dne 6. maja 2010 v združenih zadevah Club Hotel Loutraki in drugi, C-145/08 in C-149/08, ZOdl., str. I-4165, točka 74). V zvezi s tem je treba spomniti, da morajo biti na podlagi člena 3(2) Direktive 2004/48 zadevni ukrepi učinkoviti in odvračalni.

137 Poleg tega je glede na okoliščino, navedeno v predložitveni odločbi in povzeto v točki 24 te sodbe, in sicer, da člen 11, tretji stavek, Direktive 2004/48 v Združenem kraljestvu ni bil predmet posebnih ukrepov za prenos, treba opozoriti, da bo moralo predložitveno sodišče nacionalno pravo uporabiti, kolikor je mogoče, ob upoštevanju besedila in namena navedenega člena 11, tretji stavek (glej po analogiji sodbi z dne 13. novembra 1990 v zadevi Marleasing, C-106/89, Recueil, str. I-4135, točka 8, ter z dne 23. aprila 2009 v združenih zadevah Angelidaki in drugi, od C-378/07 do C-380/07, str. I-3071, točka 106).

138 Predpisi, ki jih uvedejo države članice, in njihova uporaba s strani nacionalnih sodišč morajo biti tudi skladni z omejitvami iz Direktive 2004/48 in pravnih virov, na katere ta direktiva napotuje.

139 Prvič, iz člena 15(1) Direktive 2000/31 v povezavi s členom 2(3) Direktive 2004/48 je razvidno, da ukrepi, ki se zahtevajo od ponudnika zadevne spletne storitve, ne morejo zajemati nadzora vseh podatkov vseh strank, da bi se preprečila kakršna koli prihodnja kršitev pravic intelektualne lastnine prek spletne strani tega ponudnika. Poleg tega taka obveznost splošnega nadzora ne bi bila skladna s členom 3 Direktive 2004/48, ki določa, da so ukrepi, na katere se nanaša ta direktiva, pravični in sorazmerni ter niso pretirano dragi.

140 Drugič, kot je razvidno iz člena 3 Direktive 2004/48, mora sodišče, ki izda sodno odredbo, skrbeti, da opredeljeni ukrepi ne ustvarjajo ovir za zakonito trgovino. To pomeni, da v zadevi, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ki se nanaša na morebitne kršitve znamk v okviru storitve, ki jo opravlja upravljavec spletnega trga, predmet ali posledica sodne odredbe, izdane proti temu upravljavcu, ne more biti uvedba splošne in trajne prepovedi prodaje proizvodov, zaščitenih s temi znamkami, na tem spletnem trgu.

141 Kljub omejitvam, navedenim v prejšnjih točkah, je mogoče sodne odredbe, ki so hkrati učinkovite in sorazmerne, izdati proti ponudnikom storitev, kot so upravljavci spletnih trgov. Kakor je poudaril generalni pravobranilec v točki 182 sklepnih predlogov, če se upravljavec spletnega trga ne odloči na lastno pobudo izključiti storilca kršitve pravic intelektualne lastnine, da bi se preprečile nadaljnje tovrstne kršitve istih znamk s strani istega trgovca, ga je mogoče s sodno odredbo prisiliti, da to stori.

142 Poleg tega je zaradi varstva pravice do učinkovitega pravnega sredstva proti osebam, ki so z uporabo spletne storitve kršile pravice intelektualne lastnine, upravljavcu spletnega trga mogoče odrediti sprejetje ukrepov, ki omogočajo lažjo prepoznavo njegovih strank prodajalcev. Kot je družba L'Oréal pravilno navedla v pisnih stališčih in kot je razvidno iz člena 6 Direktive 2000/31, mora biti storilec kršitve, če deluje v poslovnem prometu, in ne zasebno, jasno prepoznaven, čeprav je sicer treba upoštevati varstvo osebnih podatkov.

143 Ukrepi, ki so neizčrpno opisani v prejšnjih točkah, in vsakršen drug ukrep, ki ga je mogoče naložiti v obliki sodne odredbe v smislu člena 11, tretji stavek, Direktive

2004/48, morajo zagotavljati pravilno ravnovesje med različnimi zgoraj navedenimi pravicami in interesi (glej po analogiji zgoraj navedeno sodbo Promusicae, točke od 65 do 68).

144 Glede na zgoraj navedeno je treba na deseto predloženo vprašanje odgovoriti, da je treba člen 11, tretji stavek, Direktive 2004/48 razlagati tako, da od držav članic zahteva, da zagotovijo, da lahko nacionalna sodišča, ki so pristojna za varstvo pravic intelektualne lastnine, upravljavcu spletnega trga odredijo, naj sprejme ukrepe, ki ne prispevajo le k prenehanju kršitev teh pravic s strani uporabnikov tega spletnega trga, temveč tudi k preprečevanju nadaljnjih tovrstnih kršitev. Te sodne odredbe morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračalne ter ne smejo ovirati zakonite trgovine.

IV – Stroški

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

Iz teh razlogov je Sodišče (veliki senat) razsodilo:

1. Če izdelke, ki so v tretji državi in so označeni z znamko, registrirano v državi članici Unije, ali znamko Skupnosti ter v Evropskem gospodarskem prostoru ali v Uniji, če gre za znamko Skupnosti, še niso bili dani na trg, gospodarski subjekt prek spletnega trga brez soglasja imetnika te znamke prodaja potrošnikom na tem ozemlju, lahko navedeni imetnik na podlagi pravil iz člena 5 Prve direktive Sveta z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (89/104/EGS), kakor je

bila spremenjena s Sporazumom o Evropskem gospodarskem prostoru z dne 2. maja 1992, ali člena 9 Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti nasprotuje tej prodaji, tej ponudbi za prodajo ali temu oglaševanju. Nacionalna sodišča so pristojna, da v vsakem posameznem primeru presodijo, ali obstajajo upoštevni indici za ugotovitev, da je ponudba za prodajo ali oglas, prikazan na spletnem trgu, dostopnem na navedenem ozemlju, namenjen potrošnikom na tem ozemlju.

2. Kadar imetnik znamke svojim pooblaščenim distributerjem dobavlja izdelke, označene s to znamko in namenjene predstavitvi izdelkov potrošnikom na pooblaščenih maloprodajnih mestih, in stekleničke, ki so prav tako označene s to znamko in iz katerih se lahko pretočijo brezplačni vzorci za potrošnike, to brez dokazov o nasprotnem ne pomeni dajanja na trg v smislu Direktive 89/104 in Uredbe št. 40/94.

3. Člen 5 Direktive 89/104 in člen 9 Uredbe št. 40/94 je treba razlagati tako, da lahko imetnik znamke na podlagi izključnih pravic iz te znamke nasprotuje nadaljnji prodaji izdelkov, kakršni so ti v postopku v glavni stvari, na podlagi tega, da je preprodajalec odstranil zunanjo embalažo teh proizvodov, če zaradi te odstranitve embalaže niso navedeni bistveni podatki, kot so tisti v zvezi z identiteto izdelovalca ali osebe, odgovorne za trženje kozmetičnega izdelka. Tudi če odstranitev zunanje embalaže ne povzroči take nenavedbe podatkov, lahko imetnik znamke nasprotuje nadaljnji prodaji parfuma ali kozmetičnega izdelka, označenega z znamko, katere imetnik je, brez embalaže, če dokaže, da je odstranitev embalaže škodovala podobi navedenega izdelka in zato ugledu znamke.

4. Člen 5(1)(a) Direktive 89/104 in člen 9(1)(a) Uredbe št. 40/94 je treba razlagati tako, da sme imetnik znamke upravljavcu spletnega trga prepovedati, da ob uporabi ključne besede, ki je enaka tej znamki in jo je ta upravljavec izbral v okviru storitve internetnega referenciranja, oglašuje izdelke, ki so zaščiteni s to znamko in se prodajajo na navedenem trgu, če to oglaševanje običajno obveščenemu in razumno pozornemu uporabniku interneta ne omogoča ali mu le omejeno omogoča, da se seznani s tem, ali navedeni izdelki izvirajo od imetnika znamke ali podjetja, ki je z njim gospodarsko povezano, ali nasprotno, od tretje osebe.

5. Upravljavec spletnega trga znakov, ki so enaki ali podobni znamkam iz ponudb za prodajo, prikazanim na njegovem spletnem mestu, ne „uporablja" v smislu člena 5 Direktive 89/104 in člena 9 Uredbe št. 40/94.

6. Člen 14(1) Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju) je treba razlagati tako, da se uporablja za upravljavca spletnega trga, kadar ta ni imel dejavne vloge, zaradi katere bi lahko poznal ali nadzoroval podatke, ki se shranjujejo.

Navedeni upravljavec ima tako vlogo, kadar daje pomoč, ki obsega zlasti optimizacijo predstavitve ponudb za prodajo ali njihovo promocijo.

Če upravljavec spletnega trga ni imel dejavne vloge v smislu prejšnjega odstavka in njegovo opravljanje storitve zato spada na področje uporabe člena 14(1) Direktive 2000/31, se v zadevi, v kateri se lahko naloži plačilo odškodnine, vseeno ne more sklicevati na oprostitev odgovornosti, določeno v tej določbi, če je vedel za dejstva ali okoliščine, na podlagi katerih bi moral skrben gospodarski subjekt ugotoviti nezakonitost zadevnih ponudb

za prodajo, in v primeru takega vedenja ni takoj ukrepal v skladu z odstavkom 1(b) navedenega člena 14.

7. Člen 11, tretji stavek, Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2004/48/ES z dne 29. aprila 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine je treba razlagati tako, da od držav članic zahteva, da zagotovijo, da lahko nacionalna sodišča, ki so pristojna za varstvo pravic intelektualne lastnine, upravljavcu spletnega trga odredijo, naj sprejme ukrepe, ki ne prispevajo le k prenehanju kršitev teh pravic s strani uporabnikov tega spletnega trga, temveč tudi k preprečevanju nadaljnjih tovrstnih kršitev. Te sodne odredbe morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračalne ter ne smejo ovirati zakonite trgovine.

Podpisi