HOTĂRÂREA CURȚII (Marea Cameră)

12 iulie 2011 *

În cauza C-324/09,

având ca obiect o cerere de pronunțare a unei hotărâri preliminare formulată în temeiul articolului 234 CE de High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Regatul Unit), prin decizia din 16 iulie 2009, primită de Curte la 12 august 2009, în procedura

L'Oréal SA,

Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

Laboratoire Garnier & Cie,

L'Oréal (UK) Ltd

împotriva

eBay International AG,

* Limba de procedură: engleza.

eBay Europe SARL,

eBay (UK) Ltd,

Stephen Potts,

Tracy Ratchford,

Marie Ormsby,

James Clarke,

Joanna Clarke,

Glen Fox,

Rukhsana Bi,

CURTEA (Marea Cameră),

compusă din domnul V. Skouris, președinte, domnii A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot, K. Schiemann, J.-J. Kasel și D. Šváby, președinți de cameră, domnul A. Rosas, doamna R. Silva de Lapuerta, domnul M. Ilešič (raportor), domnul M. Safjan și doamna M. Berger, judecători

avocat general: domnul N. Jääskinen,
grefier: doamna L. Hewlett, administrator principal,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 22 iunie 2010,

luând în considerare observațiile prezentate:

— pentru L'Oréal SA și pentru ceilalți reclamanți din acțiunea principală, de domnii H. Carr și D. Anderson, QC, precum și de domnul T. Mitcheson, barrister;

— pentru eBay International AG și pentru ceilalți pârâți din acțiunea principală, de T. van Innis și de G. Glas, avocats;

— pentru guvernul Regatului Unit, de doamna H. Walker și de domnul L. Seeboruth, în calitate de agenți, asistați de doamna C. May, barrister;

— pentru guvernul francez, de domnul G. de Bergues, de doamna B. Beaupère-Manokha și de domnii J. Gstalster și B. Cabouat, în calitate de agenți;

— pentru guvernul italian, de doamna G. Palmieri, în calitate de agent, asistată de domnul S. Fiorentino, avvocato dello Stato;

— pentru guvernul polonez, de domnul M. Dowgielewicz și de doamna A. Rutkowska, în calitate de agenți;

— pentru guvernul portughez, de domnul L. Inez Fernandes, în calitate de agent;

— pentru Comisia Europeană, de domnul H. Krämer, în calitate de agent,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 9 decembrie 2010,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de pronunțare a unei hotărâri preliminare privește interpretarea articolelor 5 și 7 din Prima Directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), astfel cum a fost modificată prin Acordul privind Spațiul Economic European din 2 mai 1992 (JO 1994, L 1, p. 3, denumită în continuare „Directiva 89/104"), a articolelor 9 și 13 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), a articolului 14 din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (Directiva privind comerțul electronic) (JO L 178, p. 1, Ediție specială, 13/vol. 29, p. 257), precum și a articolului 11 din Directiva 2004/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 29 aprilie 2004 privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală (JO L 157, p. 45, Ediție specială, 17/vol. 2, p. 56).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între L'Oréal SA, precum și filialele sale, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie și L'Oréal (UK) Ltd (denumite în continuare, împreună, „L'Oréal"), pe de o parte, și trei filiale ale eBay Inc., respectiv eBay International AG, eBay Europe SARL și eBay (UK) Ltd (denumite în continuare, împreună, „eBay"), precum și domnul Potts, doamna Ratchford, doamna Ormsby, domnul Clarke, doamna Clarke, domnul Fox și doamna Bi (denumiți în continuare „persoanele fizice pârâte"), pe de altă parte, având ca obiect vânzarea fără acordul L'Oréal a unor produse ale acesteia prin intermediul pieței online administrate de eBay.

I — Cadrul juridic

A — *Directiva 89/104 și Regulamentul nr. 40/94*

3 Directiva 89/104 și Regulamentul nr. 40/90 au fost abrogate prin Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (versiune codificată) (JO L 299, p. 25), care a intrat în vigoare la 28 noiembrie 2008, și, respectiv, prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (versiune codificată) (JO L 78, p. 1), care a intrat în vigoare la 13 aprilie 2009. Cu toate acestea, ținând seama de data faptelor, în acțiunea principală sunt aplicabile Directiva 89/104 și Regulamentul nr. 40/94.

4 Articolul 5 din Directiva 89/104, intitulat „Drepturi conferite de marcă", avea următorul cuprins:

„(1) Marca înregistrată conferă titularului său următoarele drepturi exclusive. Titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în cadrul comerțului:

(a) un semn identic mărcii pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care aceasta este înregistrată;

(b) un semn pentru care, din cauza identității sau a similitudinii sale cu marca și din cauza identității sau a similitudinii produselor sau serviciilor aflate sub incidența mărcii și a semnului, există în mintea publicului un risc de confuzie care conține riscul de asociere între semn și marcă;

(2) Orice stat membru poate, de asemenea, să prevadă că titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în comerț, orice semn identic sau similar mărcii pentru produse sau servicii care nu sunt similare celor pentru care marca este înregistrată, atunci când marca aceasta se bucură de renume în statul membru în cauză și când prin utilizarea semnului obține foloase necuvenite din caracterul distinctiv sau renumele mărcii ori aduce atingere acestora.

(3) În temeiul alineatelor (1) și (2), poate fi interzis, *inter alia*:

(a) să se aplice semnul pe produse sau pe ambalajul acestora;

(b) să se ofere produsele, să fie comercializate sau să fie deținute în acest scop, sau să se ofere sau să se furnizeze servicii sub acest semn;

(c) să se importe sau să se exporte produsele sub acest semn;

(d) să se utilizeze semnul în documentele de afaceri sau în publicitate.

[…]"

5 Cuprinsul articolului 9 alineatul (1) literele (a) și (b) din Regulamentul nr. 40/94 corespundea în esență celui al articolului 5 alineatul (1) din Directiva 89/104. Alineatul (2) al articolului 9 menționat corespundea alineatului (3) al articolului 5 menționat. În ceea ce privește articolul 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, acesta prevedea:

„O marcă comunitară conferă titularului său următoarele drepturi exclusive. Titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să folosească, fără acordul său, în comerț:

[…]

(c) un semn identic sau similar cu marca comunitară pentru produse sau servicii care nu sunt similare cu cele pentru care este înregistrată marca comunitară, atunci când aceasta este de notorietate în Comunitate și când folosirea semnului fără motiv întemeiat generează un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii comunitare sau aduce atingere acestora."

6 Articolul 7 din Directiva 89/104, intitulat „Epuizarea drepturilor conferite de o marcă", prevedea:

„(1) Marca nu dă dreptul titularului său să interzică utilizarea acesteia pentru produsele care au fost introduse pe piața [din Spațiul Economic European] sub această marcă de către titular sau cu consimțământul acestuia.

(2) Alineatul (1) nu se aplică atunci când există motive justificate pentru ca titularul să se opună comercializării ulterioare a produselor, în special atunci când starea produselor se modifică sau se deteriorează după introducerea lor pe piață."

7 Potrivit articolului 13 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, „[d]reptul conferit de marca comunitară nu permite titularului să interzică folosirea acesteia pentru produse care au fost introduse pe piață în [Uniunea Europeană] sub această marcă de către titularul mărcii sau cu acordul său". Cuprinsul alineatului (2) este identic cu cel al articolului 7 alineatul (2) din Directiva 89/104.

B — *Directiva 2000/31 („Directiva privind comerțul electronic")*

8 Articolul 2 litera (a) din Directiva 2000/31 definește „serviciile societății informaționale" prin trimitere la articolul 1 alineatul (2) din Directiva 98/34/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 iunie 1998 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul standardelor, al reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (JO L 204, p. 37, Ediție specială, 13/vol. 23, p. 207), astfel cum a fost modificată prin Directiva 98/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 iulie 1998 (JO L 217, p. 18, Ediție specială, 13/vol. 23, p. 282, denumită în continuare „Directiva 98/34"), drept „orice serviciu prestat în mod normal în scopul obținerii unei remunerații, la distanță, prin mijloace electronice și la solicitarea individuală a beneficiarului serviciului".

9 Articolul 1 alineatul (2) din Directiva 98/34 continuă astfel:

„[…]

În sensul prezentei definiții:

— «la distanță» înseamnă că serviciul este prestat fără ca părțile să fie prezente simultan;

— «prin mijloace electronice» înseamnă că serviciul este transmis inițial și primit la destinație prin intermediul echipamentului electronic pentru prelucrarea […] și stocarea datelor și este transmis integral, transferat și recepționat prin cablu, radio, mijloace optice sau alte mijloace electromagnetice;

— «la solicitarea individuală a beneficiarului serviciilor» înseamnă că serviciul este prestat prin transmiterea datelor în urma solicitării individuale.

[…]"

10 Articolul 6 din Directiva 2000/31 prevede:

„În plus față de celelalte cerințe stabilite în dreptul [Uniunii], statele membre veghează ca acele comunicări comerciale care fac parte dintr-un serviciu al societății informaționale [...] să îndeplinească cel puțin următoarele condiții:

[…]

(b) persoana fizică sau juridică pe seama căreia se face comunicarea comercială să poată fi identificată în mod clar;

[…]"

11 Secțiunea 4 din capitolul II din Directiva 2000/31, intitulată „Răspunderea furnizorilor de servicii intermediari", cuprinde articolele 12-15:

12 Articolul 14 din Directiva 2000/31, intitulat „Stocarea-hosting", prevede:

„(1) Statele membre veghează ca atunci când un serviciu al societății informaționale constă în stocarea informațiilor furnizate de un destinatar al serviciului, furnizorul acelui serviciu să nu fie responsabil pentru informațiile stocate la cererea unui destinatar al serviciului, cu condiția ca:

(a) furnizorul să nu aibă cunoștință despre activitatea sau informația ilicită, iar în ceea ce privește acțiunile în daune, să nu aibă cunoștință de fapte sau circumstanțe din care să rezulte că activitatea sau informația este vădit ilicită sau

(b) furnizorul, din momentul în care ia cunoștință despre acestea, acționează prompt pentru a elimina informațiile sau pentru a bloca accesul la acestea.

(2) Alineatul (1) nu se aplică atunci când destinatarul serviciului acționează sub autoritatea sau sub controlul furnizorului.

(3) Prezentul articol nu afectează posibilitatea ca o instanță judecătorească sau o autoritate administrativă să impună furnizorului de servicii, în conformitate cu cadrul legislativ din statele membre, să pună capăt unei încălcări sau să o prevină și nici nu afectează posibilitatea ca statele membre să instituie proceduri de reglementare a eliminării informațiilor sau a blocării accesului la acestea."

13 Articolul 15 din Directiva 2000/31, intitulat „Absența obligației generale în materie de supraveghere", prevede:

„(1) Statele membre nu trebuie să impună furnizorilor obligația generală de supraveghere a informațiilor pe care le transmit sau le stochează atunci când furnizează serviciile prevăzute la articolele 12, 13 și 14 și nici obligația generală de a căuta în mod activ fapte sau circumstanțe din care să rezulte că activitățile sunt ilicite.

[…]"

14 Capitolul III din Directiva 2000/31 include, între altele, articolul 18, intitulat „Acțiuni în justiție", care prevede:

„(1) Statele membre veghează ca acțiunile în justiție prevăzute în dreptul intern privind activitățile serviciilor societății informaționale să permită adoptarea rapidă de măsuri, inclusiv măsuri interimare, destinate să ducă la încetarea oricărei încălcări presupuse și să prevină orice altă atingere adusă intereselor respective.

[…]"

C — *Directiva 2004/48 („Directiva privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală")*

15 Considerentele (1)-(3), (23), (24) și (32) ale Directivei 2004/48 precizează:

„(1) Realizarea pieței interne presupune eliminarea restricțiilor la libera circulație și a denaturărilor concurenței, creând în același timp un mediu favorabil pentru inovație și investiții. În acest context, protecția proprietății intelectuale este un element esențial [...]

(2) [...] În același timp, protecția proprietății intelectuale nu ar trebui să fie un obstacol în calea libertății de exprimare și nici a circulației informațiilor și a protecției datelor personale, inclusiv pe internet.

(3) Cu toate acestea, fără mijloace eficiente, în măsură să impună respectarea drepturilor de proprietate intelectuală, inovația și creația sunt descurajate, iar investițiile reduse. Este deci necesar să se asigure ca dreptul material al proprietății intelectuale, care este astăzi reglementat pe larg de acquis-ul comunitar, să fie aplicat efectiv în [Uniune]. [...]

[…]

(23) […] titularii drepturilor ar trebui să aibă posibilitatea de a solicita un ordin judecătoresc împotriva unui intermediar ale cărui servicii sunt utilizate de un terț pentru a viola dreptul de proprietate industrială al titularului. Condițiile și procedurile cu privire la un astfel de ordin judecătoresc ar trebui să rămână sub incidența dreptului intern al statelor membre. În ceea ce privește încălcarea dreptului de autor și a drepturilor conexe, un nivel ridicat de armonizare este

deja prevăzut prin Directiva 2001/29/CE [a Parlamentului European și a Consiliului din 22 mai 2001 privind armonizarea anumitor aspecte ale dreptului de autor și ale drepturilor conexe în societatea informațională (JO L 167, p. 10, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 230)]. Prin urmare, ar trebui ca prezenta directivă să nu aducă atingere articolului 8 alineatul (3) din Directiva 2001/29/CE.

(24) După caz și dacă împrejurările justifică aceasta, măsurile, procedurile și mijloacele de reparație care trebuie prevăzute ar trebui să cuprindă măsuri de interdicție, cu scopul de a împiedica viitoare încălcări ale drepturilor de proprietate intelectuală [...].

[…]

(32) Prezenta directivă respectă drepturile fundamentale […] care sunt recunoscute în special de Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene. În special, prezenta directivă urmărește să asigure respectarea deplină a proprietății intelectuale, în conformitate cu articolul 17 alineatul (2) din această cartă."

16 Articolul 2 din Directiva 2004/48, care definește domeniul de aplicare al acesteia, prevede

„(1) Fără a aduce atingere mijloacelor prevăzute sau care pot fi prevăzute prin legislația [Uniunii] sau internă, în măsura în care aceste mijloace sunt favorabile titularilor drepturilor, măsurile, procedurile și mijloacele de reparație prevăzute prin prezenta directivă se aplică [...] oricărei încălcări a drepturilor de proprietate intelectuală, prevăzute de legislația [Uniunii] și/sau de legislația internă a statului membru în cauză.

[...]

(3) Prezenta directivă nu aduce atingere:

(a) [...] Directivei 2003/31/CE în general și articolelor 12-15 ale acestei ultime directive în special;

[...]"

17 Capitolul II din Directiva 2004/48, intitulat „Măsuri, proceduri și mijloace de reparație", cuprinde șase secțiuni, dintre care prima este intitulată „Dispoziții generale" și include, între altele, articolul 3, care prevede:

„(1) Statele membre prevăd măsuri, proceduri și mijloace de reparație necesare pentru a asigura respectarea drepturilor de proprietate intelectuală care intră sub incidența prezentei directive. Aceste măsuri, proceduri și mijloace de reparație trebuie să fie corecte și echitabile, nu trebuie să fie complicate în mod inutil sau costisitoare, ori să presupună termene nerezonabile sau să atragă întârzieri nejustificate.

(2) Măsurile, procedurile și mijloacele de reparație trebuie să fie [...] eficiente, proporționale și disuasive și să fie aplicate astfel încât să se evite crearea unor obstacole în calea comerțului legal [...]."

18 Secțiunea 5 din capitolul II din Directiva 2004/48 este intitulată „Măsuri care rezultă dintr-o hotărâre de fond". Aceasta cuprinde articolele 10-12, intitulate „Măsuri corective", „Ordine judecătorești" și, respectiv, „Măsuri alternative".

19 Potrivit articolului 11 din Directiva 2004/48:

„Statele membre asigură ca, atunci când se pronunță o hotărâre judecătorească de constatare a încălcării unui drept de proprietate intelectuală, autoritățile judecătorești competente să poată pronunța împotriva contravenientului un ordin judecătoresc prin care interzic continuarea încălcării. Atunci când legislația internă prevede aceasta, nerespectarea unui ordin judecătoresc este pasibilă, dacă este cazul, de plata unor daune cominatorii, cu scopul de a-i asigura executarea. Statele membre asigură de asemenea ca titularii drepturilor să poată solicita pronunțarea unui ordin judecătoresc împotriva intermediarilor ale căror servicii sunt utilizate de un terț pentru a încălca un drept de proprietate intelectuală, fără a aduce atingere articolului 8 alineatul (3) din Directiva 2001/29/CE."

20 Sus-menționatul articol 8 alineatul (3) din Directiva 2001/29 prevede:

„Statele membre trebuie să asigure că titularii de drepturi pot solicita ca o ordonanță președințială să fie pronunțată împotriva intermediarilor ale căror servicii sunt folosite de către terți pentru a contraface dreptul de autor sau un drept conex."

D — *Directiva 76/768 („Directiva privind produsele cosmetice")*

21 Articolul 6 alineatul (1) din Directiva 76/768/CEE a Consiliului din 27 iulie 1976 privind apropierea legislațiilor statelor membre cu privire la produsele cosmetice (JO L 262, p. 169, Ediție specială, 13/vol. 3, p. 101), astfel cum a fost modificată prin Directiva 2003/15/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 27 februarie 2003 (JO L 66, p. 26, Ediție specială, 13/vol. 39, p. 128), prevede:

„Statele membre adoptă toate măsurile necesare pentru a se asigura că produsele cosmetice pot fi introduse pe piață numai în cazul în care pe container și pe ambalaj sunt inscripționate de nești, ușor lizibil și cu caractere vizibile, următoarele informații; informațiile menționate la litera (g) pot fi, totuși, indicate numai pe ambalaj:

(a) numele sau titlul și adresa sau sediul producătorului sau al persoanei responsabile de introducerea pe piață a produsului cosmetic respectiv, stabilit în interiorul Comunității […];

(b) conținutul nominal în momentul ambalării produsului […];

(c) termenul de valabilitate […];

(d) precauțiile speciale referitoare la folosire […];

(e) numărul lotului de fabricație sau mențiunea care să permită identificarea produselor […]

(f) funcția produsului, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea produsului;

(g) lista ingredientelor […]

[…]”

E — *Reglementarea națională*

22 Directiva 89/104 a fost transpusă în dreptul național prin Legea privind mărcile (Trade Marks Act). Transpunerea articolului 5 alineatele (1)-(3) din Directiva 89/104 este realizată la articolul 10 din această lege.

23 Directiva 2000/31 a fost transpusă în dreptul național prin Regulamentul privind comerțul electronic (Electronic Commerce Regulations). Transpunerea articolului 14 din Directiva 2000/31 este realizată la articolul 19 din acest regulament.

24 În ceea ce privește articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48, Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord nu a adoptat norme specifice în vederea transpunerii acestei dispoziții. Competența de a pronunța ordine judecătorești este totuși reglementată prin articolul 37 din Legea privind Supreme Court (Supreme Court Act), potrivit căreia High Court poate pronunța un ordin judecătoresc în toate cazurile în care este corect și adecvat să se ia o asemenea măsură [„in all cases in which it appears to be just and convenient to do so"].

25 Directiva 76/768 a fost transpusă în dreptul național prin Regulamentul privind produsele cosmetice (Cosmetic Products Regulations). Articolul 12 din acesta corespunde articolului 6 alineatul (1) din Directiva 76/768, iar încălcarea acestuia poate constitui infracțiune.

II — Acțiunea principală și întrebările preliminare

26 L'Oréal este o companie producătoare și furnizoare de parfumuri, de produse cosmetice și de produse pentru îngrijirea părului. În Regatul Unit, L'Oréal este titulara mai multor mărci naționale. De asemenea, este titulara unor mărci comunitare.

27 Distribuția produselor L'Oréal are loc prin intermediul unei rețele închise, în cadrul căreia distribuitorii autorizați au obligația de a nu furniza produse altor distribuitori.

28 eBay administrează o piață online pe care sunt afișate produse oferite spre vânzare de persoane care s-au înscris în acest scop pe eBay și care și-au creat un cont de vânzător pe această piață. eBay percepe un anumit procent din tranzacțiile încheiate.

29 eBay permite potențialilor cumpărători să liciteze pentru articolele oferite de vânzători. eBay permite de asemenea vânzarea articolelor fără licitație, așadar, la preț fix, prin intermediul unui sistem numit „cumpărare imediată". Mai mult, vânzătorii pot crea „magazine online" pe site-uri ale eBay. Un astfel de magazin afișează toate articolele puse în vânzare de un vânzător într-un anumit moment.

30 Vânzătorii și cumpărătorii trebuie să accepte condițiile de utilizare a pieței online stabilite de eBay. Acestea includ interdicția de a vinde articole contrafăcute și de a aduce atingere unor mărci.

31 Dacă este cazul, eBay asistă vânzătorii să își optimizeze ofertele, să își creeze propriile magazine online, să promoveze și să crească volumul de vânzări. În plus, eBay face publicitate pentru unele dintre produsele puse în vânzare pe piața sa online prin intermediul afișării unor anunțuri de către operatori de motoare de căutare, precum Google.

32 Prin scrisoarea din 22 mai 2007, L'Oréal a comunicat eBay bănuielile sale referitoare la existența unor tranzacții pe scară largă care încalcă drepturile sale de proprietate intelectuală, realizate prin intermediul site-urilor europene ale eBay.

33 Întrucât L'Oréal nu a fost mulțumită de răspunsul primit, a formulat mai multe acțiuni împotriva eBay în mai multe state membre, inclusiv o acțiune la High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division.

34 L'Oréal a sesizat High Court of Justice solicitând să se constate, mai întâi, că eBay și persoanele fizice pârâte sunt responsabile pentru vânzările a 17 obiecte, vânzări realizate de persoanele fizice amintite prin intermediul site-ului www.ebay.co.uk, aceste vânzări aducând atingere drepturilor conferite L'Oréal în special de marca figurativă comunitară care conține cuvintele „Amor Amor" și de marca națională verbală „Lancôme".

35 Nu se contestă, între L'Oréal și eBay, că, dintre aceste 17 obiecte, două erau contrafaceri ale unor produse cu marca L'Oréal.

36 În ceea ce privește alte cincisprezece articole, deși nu susține că ar fi contrafaceri, L'Oréal consideră totuși că vânzarea acestora aduce atingere drepturilor sale asupra mărcii, întrucât aceste articole sunt fie produse nedestinate vânzării, precum articole demonstrative și mostre, fie produse cu marca L'Oréal destinate vânzării în America

de Nord, iar nu în Spațiul Economic European (denumit în continuare „SEE"). În plus, unele dintre aceste articole au fost vândute fără ambalaj.

37 High Court of Justice nu s-a pronunțat în acest stadiu cu privire la măsura în care a avut loc o încălcare a drepturilor L'Oréal asupra mărcii, însă a confirmat că persoanele fizice pârâte au realizat pe site-ul www.ebay.co.uk vânzările descrise de L'Oréal.

38 În al doilea rând, L'Oréal susține că eBay este răspunzătoare pentru utilizarea mărcilor L'Oréal, dată fiind afișarea acestora pe site-ul său, precum și afișarea pe site-ul operatorilor unor motoare de căutare, precum Google, a unor linkuri sponsorizate care apar în urma utilizării unor cuvinte-cheie care corespund mărcilor amintite.

39 În această ultimă privință, nu se contestă faptul că eBay, prin selectarea cuvintelor-cheie care corespund mărcilor L'Oréal în cadrul serviciului de referențiere „AdWords" al Google, determină apariția unui link promoțional către site-ul www.ebay.co.uk de fiecare dată când există o concordanță între un astfel de cuvânt și cel cuprins în căutarea introdusă de un utilizator de internet în motorul de căutare Google. Acest link apărea la rubrica „linkuri comerciale", care este afișată fie în partea dreaptă, fie în partea superioară a paginii afișate de Google.

40 Astfel, în cazul în care un utilizator de internet introducea, la 27 martie 2007, cuvintele „shu uemura", care corespund în esență mărcii naționale verbale „Shu Uemura" aparținând L'Oréal, ca termeni pentru căutare cu motorul de căutare Google, următorul anunț eBay apărea ca „link comercial":

„Shu Uemura

Prețuri excelente la Shu uemura

Cumpărați prin eBay și faceți economii!

www.ebay.co.uk"

[„Shu Uemura

Great deals on Shu uemura

Shop on eBay and Save!

www.ebay.co.uk"]

41 Accesarea acestui link promoțional determina apariția unei pagini de pe site-ul www.ebay.co.uk, pe care se menționa „96 de articole găsite pentru shu uemura". În cazul majorității acestor articole, se preciza expres că provin din Hong Kong.

42 De asemenea, printre alte exemple, în cazul în care un utilizator de internet introducea, la 27 martie 2007, cuvintele „matrix hair", care corespund în parte mărcii naționale verbale „Matrix", aparținând L'Oréal, ca termeni pentru căutare cu motorul de căutare Google, următorul anunț eBay apărea ca „link sponsorizat":

„Matrix hair

Aici prețuri fantastic de mici

Urmează-ți pasiunea pe 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 În al treilea rând, L’Oréal susține că, deși eBay nu este propriu-zis răspunzătoare pentru încălcarea drepturilor sale asupra mărcilor, se impune ca împotriva acesteia să se emită un ordin judecătoresc în temeiul articolului 11 din Directiva 2004/48.

44 L’Oréal a încheiat un contract de tranzacție cu unele dintre persoanele fizice pârâte, respectiv cu domnul Potts, cu doamna Ratchford, cu doamna Ormsby, cu domnul Clarke și cu doamna Clarke, și a obținut pronunțarea hotărârii în lipsă împotriva celorlalte, respectiv împotriva domnului Fox și a doamnei Bi. În continuare, în cursul lunii martie a anului 2009, la High Court of Justice a avut loc o ședință consacrată acțiunii împotriva eBay.

45 Prin hotărârea din 22 mai 2009, High Court of Justice a efectuat anumite aprecieri de fapt și a concluzionat că, întrucât mai multe aspecte de drept necesitau mai întâi o interpretare de către Curtea de Justiție a Uniunii Europene, cauza nu era în stare de judecată.

46 În hotărârea menționată, High Court of Justice constată că eBay a utilizat filtre în vederea identificării anunțurilor care ar putea contraveni condițiilor de utilizare a site-ului. Instanța menționată constată de asemenea că, prin intermediul unui program denumit „VeRO" („Verified Rights Owner"), eBay a dezvoltat un sistem de notificare și de retragere destinat asistării titularilor unor drepturi de proprietate intelectuală în vederea retragerii de pe piață a anunțurilor care contravin condițiilor site-ului. L'Oréal a refuzat să participe la acest program, întrucât a considerat că nu este adecvat.

47 High Court of Justice a arătat de asemenea că eBay aplică sancțiuni, precum suspendarea temporară și chiar suspendarea permanentă a conturilor vânzătorilor care au încălcat condițiile de utilizare a pieței online.

48 În pofida constatărilor expuse mai sus, High Court of Justice a considerat că eBay poate să adopte mai multe măsuri în vederea reducerii numărului de vânzări realizate prin intermediul pieței sale online și care încalcă drepturile de proprietate intelectuală. Potrivit instanței menționate, eBay ar putea utiliza filtre suplimentare. Aceasta ar putea include de asemenea în regulamentele sale interdicția vânzării fără consimțământul titularilor mărcilor a produselor de marcă provenite din afara SEE. Pe de altă parte, eBay ar putea să impună limitări suplimentare ale volumelor de produse care pot face obiectul unor anunțuri simultane și să aplice sancțiuni cu mai multă rigoare.

49 High Court of Justice precizează totuși că împrejurarea că eBay poate să adopte mai multe măsuri nu înseamnă neapărat că aceasta este obligată în mod legal să le adopte.

50 Prin decizia din 16 iulie 2009, pronunțată în urma hotărârii menționate din 22 mai 2009, High Court of Justice a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Furnizarea gratuită distribuitorilor autorizați ai titularului mărcii a parfumurilor și a produselor cosmetice pentru demonstrații (de exemplu, mostre destinate să fie utilizate pentru demonstrații pentru consumatori în punctele de vânzare) și a sticluțelor mostră (recipiente din care pot fi luate mici cantități pentru a fi oferite consumatorilor ca mostre gratuite), care nu sunt destinate vânzării către consumatori (fiind adesea marcate cu mențiunea «vânzarea interzisă» sau «vânzarea individuală interzisă»), constituie «introducere pe piață» a acestor produse în sensul articolului 7 alineatul (1) din [Directiva 89/104] și al articolului 13 alineatul (1) din [Regulamentul nr. 40/94]?

2) Scoaterea parfumurilor și a produselor cosmetice [din ambalajul exterior] fără acordul titularului mărcii constituie un «motiv justificat» pentru ca titularul mărcii să se opună comercializării ulterioare a produselor fără ambalaje, în sensul articolului 7 alineatul (2) din [Directiva 89/104] și al articolului 13 alineatul (2) din [Regulamentul nr. 40/94]?

3) Răspunsul la a doua întrebare este diferit dacă:

a) în urma scoaterii [din ambalajul exterior], produsele fără ambalaj nu indică informațiile impuse la articolul 6 alineatul (1) din Directiva 76/768 și, în special, nu indică o listă a ingredientelor sau «data expirării produsului»?

b) lipsa acestor informații are drept consecință faptul că oferta de vânzare sau vânzarea produselor fără ambalaj constituie infracțiune în conformitate cu legea statului membru în care aceste produse sunt oferite spre vânzare sau vândute de terți?

4) Răspunsul la a doua întrebare este diferit în cazul în care comercializarea ulterioară aduce atingere sau este susceptibilă să aducă atingere imaginii produselor și, în consecință, reputației mărcii? În caz afirmativ, acest efect este prezumat sau se impune să fie probat de titularul mărcii?

5) În cazul în care [operatorul unei piețe] online achiziționează de la un operator al unui motor de căutare utilizarea unui semn identic cu o marcă înregistrată drept cuvânt-cheie, astfel încât semnul este afișat unui utilizator de motorul de căutare într-un link sponsorizat către site-ul internet al operatorului pieței online, afișarea semnului în linkul comercial constituie o «utilizare» a semnului în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (a) din [Directiva 89/104] și al articolului 9 alineatul (1) litera (a) din [Regulamentul nr. 40/94]?

6) Accesarea linkului comercial menționat la a cincea întrebare, care trimite utilizatorul direct la publicitate sau la oferte de vânzare a unor produse identice cu cele pentru care marca este înregistrată sub semnul plasat pe site-ul internet de terți, dintre care unele produse aduc atingere mărcii, iar altele nu aduc atingere acesteia, în funcție de statutul diferit al produselor respective, constituie o utilizare a semnului de către operatorul pieței online «pentru» produsele care încalcă marca în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (a) din [Directiva 89/104] și al articolului 9 alineatul (1) litera (a) din [Regulamentul nr. 40/94]?

7) În cazul în care produsele pentru care este efectuată publicitatea și care sunt propuse spre vânzare pe pagina de internet menționată la a șasea întrebare includ produse care nu au fost introduse pe piață în cadrul SEE de titularul mărcii sau cu acordul acestuia, este suficient, pentru ca această utilizare să intre sub incidența articolului 5 alineatul (1) litera (a) din [Directiva 89/104] și a articolului 9 alineatul (1) litera (a) din [Regulamentul nr. 40/94], fără a intra sub incidența articolului 7 alineatul (1) din [Directiva 89/104] și a articolului 13 alineatul (1) din

[Regulamentul nr. 40/94], ca publicitatea sau oferta de vânzare să fie destinată unor consumatori care se află pe teritoriul acoperit de marcă sau, dimpotrivă, titularul mărcii trebuie să demonstreze că publicitatea sau oferta de vânzare implică în mod necesar introducerea pe piață a produselor în cauză pe teritoriul acoperit de marcă?

8) Răspunsurile la a cincea-a șaptea întrebare sunt diferite dacă utilizarea pe care o contestă titularul mărcii constă în afișarea semnului chiar pe site-ul internet al operatorului pieței online, iar nu într-un link comercial?

9) În cazul în care, pentru ca o astfel de utilizare să intre sub incidența articolului 5 alineatul (1) litera (a) din [Directiva 89/104] și a articolului 9 alineatul (1) litera (a) din [Regulamentul nr. 40/94] și să nu intre sub incidența articolului 7 […] din [Directiva 89/104] și a articolului 13 […] din [Regulamentul nr. 40/94], este suficient ca publicitatea sau oferta de vânzare să fie destinată consumatorilor care se află pe teritoriul acoperit de marcă:

   a) o astfel de utilizare constă în sau include «stocarea informațiilor furnizate de un destinatar al serviciului» în sensul articolului 14 alineatul (1) din [Directiva 2000/31]?

   b) dacă utilizarea nu constă exclusiv în activități care intră sub incidența articolului 14 alineatul (1) din [Directiva 2000/31], dar include astfel de activități, operatorul pieței online este exonerat de răspundere în măsura în care utilizarea constă în astfel de activități și, în caz afirmativ, pot fi acordate daune interese sau alte despăgubiri financiare pentru o astfel de utilizare în măsura în care operatorul nu este exonerat de răspundere?

c) în cazul în care operatorul unei piețe online are cunoștință de faptul că anumite produse au făcut obiectul unei publicități, au fost propuse spre vânzare și au fost vândute pe site-ul său internet cu încălcarea drepturilor aferente mărcilor înregistrate și că este probabil ca încălcările acestor mărci să continue prin publicitatea, oferta de vânzare și vânzarea acelorași produse sau a unor produse similare de către aceiași utilizatori sau de către utilizatori diferiți ai site-ului internet, aceasta echivalează cu faptul de a avea «cunoștință în mod efectiv» sau de a avea «cunoștință» în sensul articolului 14 alineatul (1) din [Directiva 2000/31]?

10) În cazul în care serviciile unui intermediar, precum un operator al unui site internet, au fost utilizate de un terț pentru a aduce atingere unei mărci, articolul 11 din [Directiva 2004/48] impune statelor membre să asigure că titularul mărcii poate obține un ordin judecătoresc împotriva intermediarului pentru a împiedica încălcarea ulterioară a mărcii menționate, și nu doar continuarea acestei încălcări specifice, iar în caz afirmativ, care este obiectul acestui ordin ce trebuie instituit?"

III — Cu privire la întrebările preliminare

A — *Cu privire la prima-a patra și la a șaptea întrebare, referitoare la vânzarea unor produse de marcă pe o piață online*

1. Considerații introductive

51 Astfel cum s-a arătat la punctele 36 și 37 din prezenta hotărâre, nu se contestă faptul că, prin intermediul site-ului www.ebay.co.uk, persoanele fizice pârâte au oferit spre vânzare și au vândut unor consumatori din cadrul Uniunii produse cu marca L'Oréal destinate vânzării în state terțe, precum și produse nedestinate vânzării, precum

articole demonstrative și mostre. Pe de altă parte, nu se contestă nici faptul că unele dintre aceste produse au fost vândute fără ambalaj.

52 Punerea în vânzare pe site-ul www.ebay.co.uk a unor produse introduse pe piață în state terțe reiese și din constatările rezumate la punctele 40 și 41 din prezenta hotărâre, potrivit cărora eBay a făcut publicitate, pe site-ul menționat, pentru ofertele de vânzare a unor produse cu marca Shu Uemura aflate în Hong Kong (China).

53 eBay contestă că astfel de puneri în vânzare pe piața sa online pot încălca drepturile conferite de mărci. Prin intermediul primei-a patra și al celei de a șaptea întrebări, instanța de trimitere urmărește să afle dacă această poziție a eBay este corectă.

54 Înainte de examinarea acestor întrebări, este important să se amintească, astfel cum a procedat și avocatul general la punctul 79 din concluzii, că drepturile exclusive conferite de mărci nu pot fi invocate, în principiu, decât față de operatori economici. Astfel, pentru ca titularul unei mărci să aibă dreptul de a interzice utilizarea de către un terț a unui semn identic sau similar acestei mărci, este necesar ca această utilizare să aibă loc în cadrul comerțului (a se vedea în special Hotărârea din 16 noiembrie 2004, Anheuser-Busch, C-245/02, Rec., p. I-10989, punctul 62, precum și Hotărârea din 18 iunie 2009, L'Oréal și alții, C-487/07, Rep., p. I-5185, punctul 57).

55 În consecință, în cazul în care o persoană fizică vinde un produs de marcă prin intermediul unei piețe online, fără ca această tranzacție să aibă loc în contextul unei activități comerciale, titularul mărcii nu poate invoca dreptul său exclusiv prevăzut la articolul 5 din Directiva 89/104 și la articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94. În cazul în care, în schimb, vânzările efectuate pe o astfel de piață depășesc, prin volum,

frecvență sau alte caracteristici, sfera unei activități private, vânzătorul face parte din cadrul „comerțului", în sensul articolelor menționate.

56 În hotărârea din 22 mai 2009, instanța de trimitere a constatat că domnul Potts, una dintre persoanele fizice pârâte, a vândut prin intermediul site-ului www.ebay.co.uk un număr semnificativ de articole cu mărci ale L'Oréal. Având în vedere acest fapt, instanța de trimitere a concluzionat că persoana respectivă acționase în calitate de comerciant. Constatări similare au fost efectuate în ceea ce îi privește pe doamnele Ratchford, Ormsby, Clarke și Bi, precum și pe domnii Clarke și Fox.

57 Astfel, dat fiind că ofertele de vânzare și vânzările menționate la punctul 51 din prezenta hotărâre, care implică o utilizare a unor semne identice sau similare mărcilor a căror titulară este L'Oréal, au avut loc în cadrul comerțului și, mai mult, întrucât nu s-a contestat faptul că L'Oréal nu și-a dat consimțământul în acest sens, trebuie să se examineze dacă, având în vedere normele prevăzute la articolul 5 din Directiva 89/104 și la articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94, precum și jurisprudența referitoare la aceste articole, L'Oréal se putea opune ofertelor de vânzare și vânzărilor menționate.

2. Cu privire la oferta de vânzare, prin intermediul unei piețe online destinate consumatorilor din Uniune, a unor produse de marcă destinate de titularul mărcii vânzării în state terțe

58 Prin intermediul celei de a șaptea întrebări, care trebuie examinată mai întâi, instanța de trimitere solicită în esență să se stabilească dacă, pentru ca titularul unei mărci înregistrate într-un stat membru al Uniunii sau al unei mărci comunitare să se poată opune, în temeiul normelor prevăzute la articolul 5 din Directiva 89/104 și la articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94, oferirii spre vânzare pe o piață online a produselor

cu această marcă necomercializate anterior în SEE sau, în ipoteza unei mărci comunitare, necomercializate anterior în Uniune, este suficient ca oferta de vânzare să fie destinată consumatorilor aflați pe teritoriul acoperit de marcă.

59 Regula prevăzută la articolul 5 din Directiva 89/104 și la articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94 conferă titularului mărcii un drept exclusiv care îi permite să interzică oricărui terț să importe produse care poartă marca sa, să ofere produsele, să le introducă pe piață sau să le dețină în acest scop, în timp ce articolul 7 din aceeași directivă și articolul 13 din regulamentul menționat stabilesc o excepție de la această regulă, prevăzând că dreptul titularului este epuizat atunci când produsele au fost introduse pe piață în SEE – sau, în cazul unei mărci comunitare, în Uniune – de titularul însuși sau cu consimțământul acestuia (a se vedea în special Hotărârea din 30 noiembrie 2004, Peak Holding, C-16/03, Rec., p. I-11313, punctul 34, Hotărârea din 15 octombrie 2009, Makro Zelfbedieningsgroothandel și alții, C-324/08, Rep., p. I-10019, punctul 21, precum și Hotărârea din 3 iunie 2010, Coty Prestige Lancaster Group, C-127/09, Rep., p. I-4965, punctele 28 și 46).

60 În ipoteza examinată în cadrul prezentei întrebări, în care produsele nu au fost introduse pe piață în interiorul SEE de titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia, excepția prevăzută la articolul 7 din Directiva 89/104 și la articolul 13 din Regulamentul nr. 40/94 nu este aplicabilă. În această privință, Curtea a decis în mod repetat că este esențial ca titularul unei mărci înregistrate într-un stat membru să poată controla prima introducere pe piață a produselor cu această marcă în cadrul SEE (a se vedea în special Hotărârea din 20 noiembrie 2001, Zino Davidoff și Levi Strauss, C-414/99-C-416/99, Rec., p. I-8691, punctul 33, Hotărârea Peak Holding, citată anterior, punctele 36 și 37, precum și Hotărârea Makro Zelfbedieningsgroothandel și alții, citată anterior, punctul 32).

61 eBay nu contestă aceste principii, însă susține că titularul unei mărci înregistrate într-un stat membru sau al unei mărci comunitare nu poate invoca în mod util dreptul exclusiv conferit de această marcă atât timp cât produsele vizate de aceasta și oferite spre vânzare pe o piață online se află într-un stat terț și nu sunt neapărat trimise spre teritoriul acoperit de marca respectivă. L'Oréal, guvernul Regatului Unit, guvernele

italian, polonez și portughez, precum și Comisia Europeană consideră, în schimb, că normele Directivei 89/104 și cele ale Regulamentului nr. 40/94 se aplică în cazul în care se dovedește că oferirea spre vânzare a produsului de marcă aflat într-un stat terț este destinată unor consumatori aflați pe teritoriul acoperit de marcă.

62 Această ultimă teză trebuie primită. Astfel, în caz contrar, operatorii care folosesc comerțul electronic și oferă spre vânzare pe o piață online destinată consumatorilor aflați în Uniune produse de marcă aflate într-un stat terț și care pot fi vizualizate pe ecran și comandate prin intermediul pieței respective nu ar avea, în ceea ce privește ofertele de vânzare de acest tip, nicio obligație de a se conforma normelor Uniunii în materie de proprietate intelectuală. O astfel de situație ar afecta efectul util al acestor norme.

63 În această privință, este suficient să se arate că, în temeiul articolului 5 alineatul (3) literele (b) și (d) din Directiva 89/104 și al articolului 9 alineatul (2) literele (b) și (d) din Regulamentul nr. 40/94, utilizarea de către terți a unor semne identice sau similare unor mărci căreia i se pot opune titularii mărcilor include utilizarea unor astfel de semne în ofertele de vânzare și în publicitate. Astfel cum au subliniat avocatul general la punctul 127 din Concluzii și Comisia în observațiile sale scrise, s-ar aduce atingere caracterului efectiv al acestor norme dacă, în cazul utilizării, într-o ofertă de vânzare sau în cadrul publicității pe internet destinate consumatorilor aflați în Uniune, a unui semn identic sau similar unei mărci înregistrate în Uniune, nu s-ar aplica normele sus-amintite ca urmare a simplului fapt că terțul aflat la originea acestei oferte sau a acestei publicități este stabilit într-un stat terț, că serverul site-ului internet utilizat de acesta se află într-un astfel de stat sau că produsul care face obiectul ofertei sau al publicității respective se află într-un stat terț.

64 Trebuie să se precizeze totuși că simpla accesibilitate a unui site internet pe teritoriul acoperit de marcă nu este suficientă pentru a se concluziona în sensul că ofertele de vânzare afișate pe acesta sunt destinate consumatorilor aflați pe acest teritoriu (a se

vedea, prin analogie, Hotărârea din 7 decembrie 2010, Pammer și Hotel Alpenhof, C-585/08 și C-144/09, Rep., p. I-12577, punctul 69). Astfel, în cazul în care accesibilitatea unei piețe online pe teritoriul respectiv ar fi suficientă pentru ca anunțurile afișate pe aceasta să aparțină domeniului de aplicare al Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94, atunci, în cazul site-urilor și al anunțurilor care, deși sunt în mod evident destinate exclusiv unor consumatori situați în state terțe, sunt totuși accesibile tehnic pe teritoriul Uniunii, ar fi aplicabil în mod nejustificat dreptul Uniunii.

65 În consecință, revine instanțelor naționale sarcina de a aprecia de la caz la caz dacă există indicii relevante care permit concluzia că o ofertă de vânzare afișată pe o piață online accesibilă pe teritoriul acoperit de marcă este destinată unor consumatori aflați pe teritoriul amintit. În cazul în care oferta de vânzare este însoțită de precizări privind zonele geografice în care vânzătorul acceptă să expedieze produsul, acest tip de precizare are o importanță specială în cadrul aprecierii menționate.

66 În acțiunea principală, site-ul www.ebay.co.uk este, în lipsa unor probe contrarii, destinat consumatorilor aflați pe teritoriul acoperit de mărcile naționale și comunitare invocate, astfel încât ofertele de vânzare care apar pe acest site și care fac obiectul acțiunii principale aparțin domeniului de aplicare al reglementărilor Uniunii în materie de protecție a mărcilor.

67 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a șaptea întrebare adresată că, în cazul în care produse aflate într-un stat terț, care poartă o marcă înregistrată într-un stat membru al Uniunii sau o marcă comunitară, necomercializate anterior în SEE sau, în cazul mărcii comunitare, necomercializate anterior în Uniune, sunt vândute de un operator economic prin intermediul unei piețe online și fără consimțământul titularului acestei mărci unui consumator aflat pe teritoriul acoperit de marca menționată sau fac obiectul unei oferte de vânzare sau al unei publicități pe o astfel de piață destinată unor consumatori aflați pe acest teritoriu, titularul respectiv se poate opune vânzării, ofertei de vânzare sau publicității menționate în temeiul

normelor prevăzute la articolul 5 din Directiva 89/104 sau la articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94. Revine instanțelor naționale sarcina să aprecieze de la caz la caz dacă există indicii relevante care permit să se concluzioneze că o ofertă de vânzare sau publicitatea afișată pe o piață online accesibilă pe teritoriul respectiv este destinată consumatorilor aflați pe acest teritoriu.

3. Cu privire la oferta de vânzare a articolelor demonstrative și a mostrelor

68 În acțiunea principală nu se contestă că, la data faptelor examinate de instanța de trimitere, persoanele fizice pârâte au oferit spre vânzare, pe site-ul www.ebay.co.uk, articole demonstrative și mostre pe care L'Oréal le-a furnizat gratuit distribuitorilor săi autorizați.

69 Prin intermediul primei întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă furnizarea de către titularul unei mărci a unor articole care poartă această marcă și sunt destinate demonstrațiilor pentru consumatori în puncte de vânzare autorizate, precum și a unor flacoane care poartă la rândul lor această marcă, din care se pot lua cantități mici care sunt oferite drept mostre gratuite consumatorilor, constituie o introducere pe piață în sensul Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94.

70 În acest context, instanța respectivă a constatat că L'Oréal a precizat în mod clar distribuitorilor săi autorizați că nu pot vinde astfel de articole și de flacoane, iar pe acestea apărea de altfel deseori mențiunea „vânzarea interzisă".

71 Astfel cum a decis deja Curtea, în cazul în care titularul unei mărci aplică marca respectivă pe obiecte pe care le oferă gratuit pentru a promova vânzarea produselor sale, obiectele propriu-zise menționate nu sunt supuse niciunei operațiuni de distribuire în scopul introducerii lor pe piață (a se vedea Hotărârea din 15 ianuarie 2009, Silberquelle, C-495/07, Rep., p. I-137, punctele 20-22). Prin urmare, furnizarea gratuită a unor astfel de obiecte nu constituie, în principiu, o introducere pe piață a acestora de către titularul amintit.

72 Curtea a constatat de asemenea că, atunci când titularul unei mărci aplică indicații precum „tester" și „vânzarea interzisă" pe obiecte precum testerele pentru parfum, aceasta se opune, în lipsa unor elemente care demonstrează contrariul, concluziei că există un consimțământ al acestui titular în vederea introducerii pe piață a obiectelor menționate (a se vedea Hotărârea Coty Prestige Lancaster Group, citată anterior, punctele 43, 46 și 48).

73 În aceste condiții, trebuie să se răspundă la prima întrebare adresată că furnizarea de către titularul unei mărci distribuitorilor săi autorizați a unor articole care poartă această marcă și sunt destinate demonstrațiilor pentru consumatori în puncte de vânzare autorizate, precum și a unor flacoane care poartă această marcă, din care se pot lua cantități mici care sunt oferite drept mostre gratuite consumatorilor, nu constituie, în lipsa unor probe contrare, o introducere pe piață în sensul Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94.

4. Cu privire la comercializarea de produse fără ambalaj

74 Astfel cum s-a precizat la punctele 36, 37 și 51 din prezenta hotărâre, unele dintre exemplarele de produse cu mărci a căror titulară este L'Oréal au fost vândute fără ambalajul exterior de comercianți care își desfășoară activitatea prin intermediul pieței eBay.

75 Prin intermediul celor de a doua-a patra întrebări, instanța de trimitere urmărește să afle, în esență, dacă scoaterea ambalajelor exterioare ale produselor, precum cele în cauză în acțiunea principală, aduce atingere dreptului exclusiv al titularului mărcii aplicate pe aceste produse și îi permite acestuia din urmă să se opună revânzării produselor ale căror ambalaje au fost astfel scoase.

76 Având în vedere împrejurarea că produsele în cauză în acțiunea principală, ale căror ambalaje au fost scoase, sunt în majoritate produse cosmetice, instanța de trimitere solicită să se răspundă la aceste întrebări ținând seama de articolul 6 alineatul (1) din Directiva 76/768, potrivit căruia produsele cosmetice nu pot fi introduse pe piață decât dacă pe recipient și pe ambalaj se menționează, între altele, identitatea producătorului sau a persoanei responsabile de introducerea pe piață, compoziția produsului (conținutul și lista ingredientelor), modul de folosire a produsului (utilizarea și precauțiile speciale referitoare la folosire) și date privind conservarea acestuia (termenul de valabilitate). În această privință, instanța de trimitere urmărește să afle, în esență, dacă titularul unei mărci poate, în temeiul dreptului său exclusiv prevăzut în Directiva 89/104 sau, în cazul unei mărci comunitare, în Regulamentul nr. 40/94, să se opună revânzării produselor care poartă această marcă în cazul în care comercializarea are loc cu nerespectarea cerințelor prevăzute de dispoziția menționată din Directiva 76/768.

77 L'Oréal, ca și guvernele francez, polonez și portughez și Comisia, consideră că, independent de aspectul dacă a avut sau nu a avut loc o încălcare a Directivei 76/768, ambalajul constituie o parte esențială a imaginii parfumurilor și a produselor cosmetice. În consecință, titularul mărcii aplicate pe aceste produse și pe ambalajul menționat ar trebui să se poată opune unei revânzări a acestor produse fără ambalaj. În schimb, eBay subliniază că, în domeniul parfumurilor și al cosmeticelor, deseori flaconul sau recipientul produsului, iar nu ambalajul extern, este cel care conferă imaginea de prestigiu și de lux.

78 Trebuie să se considere, în primul rând, că, având în vedere varietatea gamelor de parfumuri și de produse cosmetice, problema dacă scoaterea ambalajelor unui astfel de produs aduce atingere imaginii acestuia și, astfel, reputației mărcii pe care o

poartă trebuie examinată de la caz la caz. Astfel, după cum a arătat avocatul general la punctele 71-74 din concluzii, aspectul unui parfum sau al unui produs cosmetic fără ambalaj exterior poate transmite uneori în mod eficace imaginea de prestigiu și de lux a acestui produs, în timp ce, în alte cazuri, scoaterea ambalajului respectiv are drept consecință o atingere adusă acestei imagini.

79 O astfel de atingere poate avea loc atunci când ambalajul exterior contribuie în măsură egală sau superioară în raport cu flaconul sau cu recipientul la prezentarea imaginii produsului create de titularul mărcii și de distribuitorii săi autorizați. De asemenea, este posibil ca absența unora sau a tuturor informațiilor solicitate la articolul 6 alineatul (1) din Directiva 76/768 să aducă prejudicii imaginii produsului. Revine titularului mărcii sarcina de a demonstra existența elementelor constitutive ale acestei atingeri.

80 Este important să se amintească, în al doilea rând, că, întrucât funcția esențială a mărcii este de a garanta consumatorului identitatea originii produsului, aceasta are în special rolul de a atesta că toate produsele care poartă marca respectivă au fost fabricate sau furnizate sub controlul unei întreprinderi unice, căreia i se poate atribui răspunderea pentru calitatea acestora (a se vedea în special Hotărârea din 12 noiembrie 2002, Arsenal Football Club, C-206/01, Rec., p. I-10273, punctul 48, și Hotărârea din 23 aprilie 2009, Copad, C-59/08, Rep., p. I-3421, punctul 45).

81 Or, în cazul în care lipsesc anumite informații impuse de lege, precum cele referitoare la identificarea producătorului sau a responsabilului introducerii pe piață a produsului cosmetic, se aduce atingere funcției mărcii de indicare a originii, în măsura în care marca este lipsită de efectul său esențial, care constă în a garanta că produsele care o poartă sunt furnizate sub controlul unei întreprinderi unice, căreia i se poate atribui răspunderea pentru calitatea lor.

82 În al treilea și ultimul rând, trebuie să se arate, astfel cum a procedat avocatul general la punctul 76 din concluzii, că aspectul dacă oferirea spre vânzare sau vânzarea de produse de marcă lipsite de ambalaj exterior și, astfel, de anumite informații necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) din Directiva 76/768 este sau nu este incriminată penal în dreptul național nu poate influența aplicabilitatea normelor Uniunii în materia protecției mărcilor.

83 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a doua-a patra întrebare că articolul 5 din Directiva 89/104 și articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretate în sensul că titularul unei mărci poate, în temeiul dreptului exclusiv conferit de aceasta, să se opună revânzării de produse precum cele în cauză în acțiunea principală pentru motivul că vânzătorul subsecvent a scos ambalajul exterior al acestor produse, în cazul în care scoaterea acestui ambalaj are drept consecință lipsa unor informații esențiale, precum cele referitoare la identificarea producătorului sau a persoanei responsabile pentru introducerea pe piață a produsului cosmetic. Dacă scoaterea ambalajului exterior nu a condus la o astfel de lipsă de informații, titularul mărcii se poate opune totuși ca un parfum sau un produs cosmetic ce poartă marca al cărei titular este să fie revândut fără ambalaj în cazul în care demonstrează că scoaterea ambalajului a adus atingere imaginii produsului respectiv și, astfel, reputației mărcii.

B — *Cu privire la a cincea și la a șasea întrebare, referitoare la publicitatea realizată de operatorul pieței online pentru site-ul său și pentru produsele oferite pe acesta*

84 Reiese din situația de fapt din acțiunea principală, rezumată la punctele 39-42 din prezenta hotărâre, că, prin selectarea la operatorul motorului de căutare Google a cuvintelor-cheie care corespund unor mărci L'Oréal, eBay a determinat, în cazul în care utilizatorii de internet introduceau în motorul de căutare o interogare care cuprindea cuvintele menționate, afișarea unui link promoțional la site-ul www.ebay.co.uk, însoțit de un anunț publicitar care privește posibilitatea de a cumpăra produse de

marca solicitată prin intermediul site-ului respectiv. Acest link promoțional apărea în rubrica „linkuri comerciale", aflată în partea dreaptă sau în partea superioară a ecranului cu rezultatele căutării afișate de Google.

85 Părțile nu contestă că, într-o astfel de situație, operatorul pieței online are calitatea de persoană care publică un anunț. Acesta solicită afișarea de linkuri și de mesaje care, astfel cum a arătat avocatul general la punctul 89 din concluzii, constituie publicitate nu numai pentru anumite oferte de vânzare de pe piața respectivă, ci și pentru piață în sine. Anunțurile publicitare menționate între alte exemple de instanța de trimitere și prezentate la punctele 40 și 42 din această hotărâre ilustrează această practică.

86 Prin intermediul celei de a cincea și al celei de a șasea întrebări, care trebuie examinate împreună, instanța de trimitere solicită în esență să se stabilească dacă articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 89/104 și articolul 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretate în sensul că titularul unei mărci are dreptul să interzică operatorului unei piețe online să facă publicitate pentru această piață și pentru produsele cu această marcă oferite pe piața amintită, pornind de la un cuvânt-cheie identic cu marca respectivă pe care acest operator l-a selecționat în cadrul unui serviciu de referențiere pe internet fără acordul titularului respectiv.

87 În ce privește publicitatea afișată pe internet pornind de la cuvinte-cheie care corespund unor mărci, Curtea a decis deja că un astfel de cuvânt-cheie este mijlocul utilizat de persoana care publică anunțul pentru a declanșa afișarea anunțului său și face, așadar, obiectul unei utilizări „în cadrul comerțului" în sensul articolului 5 din Directiva 89/104 și al articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94 (Hotărârea din 23 martie 2010, Google France și Google, C-236/08-C-238/08, Rep., p. I-2417, punctele 51 și 52, precum și Hotărârea din 25 martie 2010, BergSpechte, C-278/08, Rep., p. I-2517, punctul 18).

88 În scopul de a determina dacă un anunț publicitar de acest tip îndeplinește și celelalte condiții care, potrivit normelor prevăzute la articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 89/104 și la articolul 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie îndeplinite pentru ca titularul mărcii să i se poată opune, trebuie să se examineze, pe de o parte, dacă anunțurile precum cele afișate de eBay prin intermediul unui serviciu de referențiere precum cel furnizat de Google sunt realizate pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care a fost înregistrată marca și, pe de altă parte, dacă astfel de anunțuri aduc atingere sau pot aduce atingere uneia dintre funcțiile mărcii (a se vedea Hotărârea BergSpechte, citată anterior, punctul 21).

89 În această privință, trebuie mai întâi să se arate că, în măsura în care eBay a utilizat cuvinte-cheie care corespund unor mărci ale L'Oréal pentru a-și promova propriul serviciu, care constă în a pune la dispoziția vânzătorilor și a cumpărătorilor de produse o piață online, această utilizare nu a avut loc nici pentru produse sau servicii „identice cu cele pentru care [marca] este înregistrată", în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 89/104 și al articolului 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94, și, de altfel, nici pentru produse sau servicii similare acestora din urmă, în sensul alineatului (1) litera (b) al articolelor menționate.

90 Prin urmare, această utilizare de către eBay a unor semne care corespund unor mărci ale L'Oréal în scopul promovării pieței sale online ar putea fi examinată, în cel mai bun caz, în temeiul articolului 5 alineatul (2) din Directiva 89/104 și al articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât aceste dispoziții instituie, în favoarea mărcilor de renume, o protecție mai extinsă decât cea prevăzută la alineatul (1) literele (a) și (b) al acelorași articole și care vizează în special ipoteza în care terțul utilizează semnele care corespund unor astfel de mărci pentru produse sau servicii care nu sunt similare produselor sau serviciilor pentru care mărcile menționate au fost înregistrate.

91 În continuare, trebuie să se constate că, în măsura în care eBay a utilizat cuvinte-cheie care corespund unor mărci ale L'Oréal în vederea promovării unor oferte de vânzare de produse de marcă provenite de la clienții săi vânzători, aceasta le-a utilizat pentru

produse sau servicii identice celor pentru care sunt înregistrate aceste mărci. În această privință, trebuie amintit că expresia „pentru produse sau servicii" nu privește exclusiv produsele sau serviciile terțului care utilizează semne care corespund mărcilor, ci poate privi și produsele sau serviciile altor persoane. Astfel, împrejurarea că un operator economic utilizează un semn care corespunde cu marca unor produse care nu îi aparțin, în sensul că nu dispune de un titlu asupra acestora, nu reprezintă în sine un obstacol pentru aplicarea articolului 5 din Directiva 89/104 și a articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94 (a se vedea Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 60, precum și Ordonanța din 19 februarie 2009, UDV North America, C-62/08, Rep., p. I-1279, punctul 43).

92 În ceea ce privește tocmai o situație în care prestatorul unui serviciu utilizează un semn care corespunde unei mărci a altei persoane în vederea promovării unor produse pe care unul dintre clienții săi le comercializează cu ajutorul acestui serviciu, Curtea consideră că o astfel de utilizare aparține domeniului de aplicare al articolului 5 alineatul (1) din Directiva 89/104 și al articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94 în cazul în care se desfășoară astfel încât se stabilește o legătură între semnul și serviciul menționat (a se vedea Ordonanța UDV North America, citată anterior, punctul 47 și jurisprudența citată).

93 Astfel cum au subliniat avocatul general la punctul 89 din concluzii și guvernul francez în ședință, există o astfel de legătură în împrejurări precum cele din cauza principală. Astfel, anunțurile efectuate pe eBay creează o asociere evidentă între produsele de marcă menționate în aceste anunțuri și posibilitatea de a le achiziționa prin intermediul eBay.

94 În ceea ce privește, în cele din urmă, aspectul dacă utilizarea cuvântului-cheie care corespunde unei mărci poate aduce atingere uneia dintre funcțiile mărcii, Curtea a precizat în alte cauze că există o astfel de atingere atunci când anunțul nu permite sau permite numai cu dificultate utilizatorului de internet normal informat și suficient de atent să își dea seama dacă produsele sau serviciile vizate în anunț provin de la titularul mărcii sau de la o întreprindere legată din punct de vedere economic de acesta

sau dacă, dimpotrivă, provin de la un terț (Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 99, precum și Hotărârea din 8 iulie 2010, Portakabin și Portakabin, C-558/08, Rep., p. I-6963, punctul 54).

95 În acest context, trebuie amintit că necesitatea unei afișări transparente a anunțurilor pe internet este subliniată în legislația Uniunii cu privire la comerțul electronic. Având în vedere interesul comerțului onest și interesul protecției consumatorilor, articolul 6 din Directiva 2000/31 prevede norma potrivit căreia persoana fizică sau juridică pe seama căreia se face comunicarea comercială ce face parte dintr-un serviciu al societății informaționale trebuie să poată fi identificată în mod clar (Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 86).

96 Prin urmare, publicitatea provenită de la operatorul unei piețe online și afișată de operatorul unui motor de căutare trebuie să comunice, în orice caz, identitatea operatorului pieței respective, precum și faptul că produsele de marcă în legătură cu care este realizat anunțul sunt puse în vânzare prin intermediul pieței administrate de acesta.

97 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a cincea și la a șasea întrebare că articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 89/104 și articolul 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretate în sensul că titularul unei mărci are dreptul să interzică operatorului unei piețe online să facă publicitate pentru produse cu această marcă, vândute pe piața respectivă, pornind de la un cuvânt-cheie identic cu marca respectivă pe care acest operator l-a selecționat în cadrul unui serviciu de referențiere pe internet în cazul în care publicitatea nu permite sau permite numai cu dificultate utilizatorului de internet normal informat și suficient de atent să își dea seama dacă produsele menționate provin de la titularul mărcii sau de la o întreprindere legată din punct de vedere economic de acesta sau dacă, dimpotrivă, provin de la un terț.

C — *Cu privire la a opta întrebare, referitoare la utilizarea unor semne care corespund unor mărci în ofertele de vânzare afișate pe site-ul operatorului pieței online*

98 Prin intermediul celei de a opta întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească modul în care trebuie calificată, în raport cu Directiva 89/104 și cu Regulamentul nr. 40/94, afișarea pe site-ul operatorului unei piețe online a unor semne identice sau similare unor mărci.

99 În această privință, trebuie să se arate mai întâi că, în comerțul desfășurat prin intermediul piețelor online, serviciul furnizat de operatorul unei astfel de piețe include afișarea pentru clienții săi vânzători a ofertelor de vânzare provenite de la aceștia.

100 În continuare, trebuie să se constate că, în cazul în care astfel de oferte vizează produse de marcă, semne identice sau similare mărcii apar în mod inevitabil pe site-ul operatorului pieței.

101 Deși este adevărat că, în aceste condiții, aceste semne fac obiectul unei „utilizări” pe site-ul respectiv, nu reiese totuși că această utilizare, în sensul Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94, este realizată de operatorul pieței.

102 Astfel, existența unei „utilizări” de către un terț a unui semn identic sau similar cu marca titularului, în sensul articolului 5 din Directiva 89/104 și al articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94, presupune cel puțin că terțul utilizează semnul în cadrul propriei comunicări comerciale. Or, în măsura în care acest terț furnizează un serviciu care constă în a permite clienților săi ca, în cadrul activităților lor comerciale, precum ofertele de vânzare, să afișeze semne care corespund unor mărci, operatorul

menționat nu utilizează el însuși semnele respective în sensul vizat prin reglementarea Uniunii menționată (a se vedea în acest sens Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctele 56 și 57).

103 Astfel cum au arătat în special guvernul Regatului Unit și Comisia în ședință, precum și avocatul general la punctele 119 și 120 din concluzii, reiese că utilizarea unor semne identice sau similare mărcilor în ofertele de vânzare afișate pe o piață online se face de către clienții vânzători ai operatorului acestei piețe, iar nu de către operator însuși.

104 În măsura în care permite clienților săi o astfel de utilizare, rolul operatorului pieței online nu poate fi examinat în raport cu dispozițiile Directivei 89/104 și cu cele ale Regulamentului nr. 40/94, ci trebuie examinat în lumina altor norme de drept, precum cele prevăzute în Directiva 2000/31, în special în secțiunea 4 din capitolul II din aceasta, care privește „răspunderea furnizorilor de servicii intermediari" în comerțul electronic și care include articolele 12-15 din directiva menționată (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 57).

105 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a opta întrebare că operatorul unei piețe online nu realizează o „utilizare", în sensul articolului 5 din Directiva 89/104 și al articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94, a semnelor identice sau similare unor mărci care apar în ofertele de vânzare afișate pe site-ul său.

D — *Cu privire la a noua întrebare, referitoare la răspunderea operatorului pieței online*

106 Prin intermediul celei de a noua întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească:

— dacă serviciul furnizat de operatorul unei piețe online intră în domeniul de aplicare al articolului 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31 (Stocarea- hosting) și, în cazul unui răspuns afirmativ,

— în ce condiții trebuie să se concluzioneze că operatorul unei piețe online a luat „cunoștință" în sensul articolului 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31.

1. Cu privire la stocarea de către operatorul pieței online a informațiilor furnizate de clienții vânzători ai acestuia

107 Astfel cum a arătat deja Curtea, articolele 12-15 din Directiva 2000/31 urmăresc să restrângă cazurile în care, în conformitate cu dreptul național aplicabil în domeniu, poate fi angajată răspunderea furnizorilor intermediari de servicii ale societății informaționale. În consecință, condițiile pentru constatarea unei astfel de răspunderi trebuie analizate în cadrul acestui drept național, înțelegându-se totuși că, în temeiul articolelor amintite din Directiva 2000/31, anumite cazuri nu pot da naștere unei răspunderi a furnizorilor menționați (Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 107).

108 Deși revine instanței de trimitere competența de a determina condițiile unei răspunderi precum cea invocată de L'Oréal în raport cu eBay, Curtea are competența de a examina dacă operatorul unei piețe online se poate prevala de derogarea în materie de răspundere prevăzută de Directiva 2000/31.

109 Astfel cum au observat în special guvernul Regatului Unit, guvernul polonez și Comisia, precum și avocatul general la punctul 134 din concluzii, un serviciu pe internet care are ca scop facilitarea contactului dintre vânzătorii și cumpărătorii de produse este, în principiu, un serviciu în sensul Directivei 2000/31. Această directivă privește, astfel cum arată titlul său, „serviciil[e] societății informaționale, în special ale comerțului electronic". Reiese din definiția noțiunii „serviciu al societății informaționale" citată la punctele 8 și 9 din prezenta hotărâre că acesta include serviciile prestate la distanță prin mijloace electronice de prelucrare și stocare a datelor, la solicitarea individuală a beneficiarului serviciului, și, în mod normal, în scopul obținerii unei remunerații. În mod evident, administrarea unei piețe online poate întruni toate aceste caracteristici.

110 În ceea ce privește piața online în discuție în acțiunea principală, nu se contestă că eBay stochează, respectiv salvează, pe serverul său date furnizate de clienții săi. eBay efectuează această stocare de fiecare dată când un client își deschide un cont de vânzător la aceasta și îi furnizează datele ofertelor sale de vânzare. De asemenea, în mod normal, eBay este remunerată, întrucât percepe un procentaj din tranzacțiile efectuate în urma ofertelor de vânzare menționate.

111 Totuși, faptul că serviciul furnizat de operatorul unei piețe online include stocarea informațiilor care îi sunt transmise de clienții săi vânzători nu este suficient în sine pentru a concluziona că acest serviciu aparține în orice ipoteză domeniului de aplicare al articolului 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31. Astfel, această dispoziție trebuie interpretată nu numai în raport cu termenii utilizați, ci și ținând seama de

contextul în care apare aceasta, precum și de obiectivele urmărite prin reglementarea din care face parte această dispoziție (a se vedea, prin analogie, Hotărârea din 16 octombrie 2008, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, C-298/07, Rep., p. I-7841, punctul 15 și jurisprudența citată).

112 În această privință, Curtea a precizat deja că, pentru ca un furnizor de serviciu pe internet să intre în domeniul de aplicare al articolului 14 din Directiva 2000/31, este esențial ca acesta să fie un „furnizor intermediar" în sensul urmărit de legiuitor în cadrul secțiunii 4 a capitolului II din această directivă (a se vedea Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 112).

113 Nu intră în domeniul de aplicare menționat furnizorul de serviciu care, în loc să se limiteze la o furnizare neutră a acestuia prin intermediul unei prelucrări pur tehnice și automate a datelor furnizate de clienții săi, joacă un rol activ de natură să îi confere o cunoaștere sau un control al acestor date (Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctele 114 și 120).

114 Reiese din dosar și din descrierea de la punctele 28-31 din prezenta hotărâre că eBay realizează o prelucrare a datelor introduse de clienții săi vânzători. Vânzările care pot avea loc în urma acestor oferte se desfășoară în modalitatea stabilită de eBay. Dacă este cazul, eBay furnizează de asemenea asistență prin care se urmărește optimizarea sau promovarea anumitor oferte de vânzare.

115 Astfel cum a observat în mod justificat guvernul Regatului Unit, simplul fapt că operatorul unei piețe online stochează pe serverul său ofertele de vânzare, stabilește modalitatea de prestare a serviciului său, este remunerat pentru acesta și acordă clienților săi informații de ordin general nu poate avea ca efect să îl priveze de derogările în materie de răspundere prevăzute de Directiva 2000/31 (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Google France și Google, citată anterior, punctul 116).

116 În cazul în care, în schimb, operatorul menționat a acordat asistență care constă în special în optimizarea prezentării ofertelor de vânzare în cauză sau în promovarea acestor oferte, trebuie să se considere că acesta a ocupat nu o poziție neutră între clientul vânzător vizat și potențialii cumpărători, ci a jucat un rol activ, de natură să îi confere o cunoaștere sau un control al datelor referitoare la aceste oferte. În aceste condiții, operatorul menționat nu se poate prevala, în ceea ce privește datele menționate, de derogarea în materie de răspundere vizată la articolul 14 din Directiva 2000/31.

117 Revine instanței de trimitere competența de a examina dacă eBay a jucat un rol precum cel descris la punctul anterior în raport cu ofertele de vânzare din acțiunea principală.

2. Cu privire la aspectul dacă operatorul pieței online a luat „cunoștință"

118 În ipoteza în care instanța de trimitere va concluziona că eBay nu a acționat în modul vizat la punctul 116 din prezenta hotărâre, revine acesteia sarcina de a verifica dacă, în împrejurările din acțiunea principală, această întreprindere a îndeplinit condițiile prevăzute la articolul 14 alineatul (1) literele (a) și (b) din Directiva 2000/31 pentru derogarea în materie de răspundere (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Google France și Google, punctul 120).

119 Astfel, în situația în care acest furnizor de servicii s-a limitat la o prelucrare pur tehnică și automată a datelor și, în consecință, îi este aplicabilă norma prevăzută la articolul 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31, acesta nu poate fi totuși exonerat, în temeiul alineatului (1) menționat, de orice răspundere pentru datele cu caracter ilegal pe care le-a stocat decât cu condiția să nu aibă „cunoștință despre activitatea sau informația ilicită" sau, în ceea ce privește o cerere de daune interese, cu condiția să nu fi luat „cunoștință de fapte sau circumstanțe din care să rezulte că activitatea sau informația

este vădit ilicită", iar, după ce a luat cunoștință despre acestea, să fi acționat prompt pentru a elimina informațiile sau pentru a bloca accesul la acestea.

120 Întrucât în cauza principală s-ar putea pronunța obligarea la plata de daune interese, revine instanței de trimitere competența de a examina dacă, în raport cu ofertele de vânzare în cauză și în măsura în care acestea au adus atingere unor mărci ale L'Oréal, eBay a avut „cunoștință de fapte sau circumstanțe din care să rezulte că activitatea sau informația este vădit ilicită". În această ultimă privință, pentru ca furnizorul unui serviciu al societății informaționale să nu mai beneficieze de exonerarea de răspundere prevăzută la articolul 14 din Directiva 2000/31, este suficient să aibă cunoștință despre faptele sau despre împrejurările pe baza cărora un operator economic diligent ar fi trebuit să constate nelegalitatea în cauză și să acționeze în conformitate cu alineatul (1) litera (b) al articolului 14 menționat.

121 Pe de altă parte, pentru ca normele prevăzute la articolul 14 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2000/31 să nu fie lipsite de efectul lor util, acestea trebuie interpretate în sensul că vizează orice situație în care prestatorul în cauză ia cunoștință, indiferent în ce mod, de astfel de fapte sau împrejurări.

122 Astfel, sunt vizate în special situația în care operatorul unei piețe online descoperă existența unei activități sau a unei informații ilicite în urma unei examinări efectuate din proprie inițiativă, precum și cea în care existența unei astfel de activități sau informații îi este comunicată. În acest al doilea caz, deși, desigur, o comunicare nu poate înlătura automat beneficiul exonerării de răspundere prevăzute la articolul 14 din Directiva 2000/31, întrucât o comunicare privind activități sau informații pretins ilicite poate să nu fie suficient de precisă și de susținută, în general, aceasta constituie totuși un element de care instanța națională trebuie să țină seama pentru a aprecia, în raport cu informațiile transmise astfel operatorului, dacă acesta a avut în realitate cunoștință de faptele sau de împrejurările pe baza cărora un operator economic diligent ar fi trebuit să constate nelegalitatea.

123 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a noua întrebare adresată că articolul 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31 trebuie interpretat în sensul că se aplică operatorului unei piețe online în cazul în care acesta nu a jucat un rol activ care să îi fi permis să aibă o cunoaștere sau un control al datelor stocate. Operatorul menționat joacă un astfel de rol atunci când acordă asistență constând în special în optimizarea prezentării ofertelor de vânzare în cauză sau în promovarea acestora.

124 Dacă operatorul pieței online nu a jucat un rol activ în sensul vizat la punctul anterior și, în consecință, furnizarea de servicii intră în domeniul de aplicare al articolului 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31, într-o cauză în care s-ar putea pronunța obligarea la plata de daune interese, operatorul amintit nu se poate prevala totuși de exonerarea de răspundere prevăzută de această dispoziție în cazul în care a avut cunoștință de fapte sau de împrejurări pe baza cărora un operator economic diligent ar fi trebuit să remarce nelegalitatea ofertelor de vânzare în cauză și, în ipoteza unei astfel de cunoștințe, nu a acționat prompt în conformitate cu alineatul (1) litera (b) al articolului 14 menționat.

E — *Cu privire la a zecea întrebare, privind ordinele judecătorești adresate operatorului pieței online*

125 Prin intermediul celei de a zecea întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească:

— dacă articolul 11 din Directiva 2004/48 impune statelor membre să acorde titularilor drepturilor de proprietate intelectuală posibilitatea de a solicita instanțelor să adreseze operatorului unui site internet, precum operatorul unei piețe online în cadrul căreia s-au încălcat drepturile titularilor respectivi, ordine judecătorești prin care să se dispună luarea de către operatorul amintit a unor măsuri care să prevină în viitor încălcarea drepturilor respective și, în cazul unui răspuns afirmativ,

— care ar putea fi aceste măsuri.

126 eBay consideră că un ordin judecătoresc în sensul articolului menționat nu poate viza decât încălcări concrete și clar identificate ale unui drept de proprietate intelectuală. L'Oréal, guvernul Regatului Unit, guvernele francez, italian, polonez și portughez, precum și Comisia consideră că ordinele vizate prin Directiva 2004/48 pot avea de asemenea ca obiect prevenirea unor încălcări viitoare, cu condiția ca anumite limitări să fie luate în considerare.

127 Astfel cum reiese din decizia de trimitere, întrebarea adresată vizează în special articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48, potrivit căruia statele membre trebuie să asigure „ca titularii drepturilor să poată solicita pronunțarea unui ordin judecătoresc împotriva intermediarilor ale căror servicii sunt utilizate de un terț pentru a încălca un drept de proprietate intelectuală". Prezenta întrebare necesită să se determine dacă această dispoziție obligă statele membre să garanteze că, independent de eventuala răspundere a operatorului pieței online în raport cu faptele în litigiu și în afară de măsurile prin care se urmărește încetarea încălcărilor drepturilor de proprietate intelectuală săvârșite de utilizatorii serviciilor sale, operatorul amintit poate fi constrâns să ia măsuri prin care se urmărește prevenirea de noi încălcări de această natură.

1. Cu privire la obligația statelor membre de a-și învesti instanțele cu competența de a adresa furnizorilor de servicii online ordine în sensul luării de măsuri pentru a preveni atingeri viitoare aduse proprietății intelectuale

128 În scopul de a determina dacă ordinele judecătorești vizate la articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48 au ca obiect și prevenirea unor noi încălcări, trebuie să se arate mai întâi că utilizarea termenului „ordin judecătoresc" în a treia teză a articolului 11 menționat diferă în măsură semnificativă de utilizarea în prima teză a aceluiași articol a formulării „ordin judecătoresc prin care interzic continuarea încălcării", această

formulare desemnând ordinele care pot fi adresate autorilor unei încălcări a unui drept de proprietate intelectuală.

129 Astfel cum observă în special guvernul polonez, această diferență se explică prin faptul că ordinul judecătoresc adresat autorului unei încălcări constă, în mod logic, în interzicerea continuării încălcării, în timp ce situația furnizorului unui serviciu prin intermediul căruia este săvârșită încălcarea este mai complexă și îi sunt aplicabile alte tipuri de ordine judecătorești.

130 Din acest motiv, termenul „ordin judecătoresc" utilizat la articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48 nu poate fi asimilat formulării „ordin judecătoresc prin care interzic continuarea încălcării" care apare în prima teză a aceluiași articol.

131 În continuare, trebuie să se arate că, în raport cu obiectivul urmărit prin Directiva 2004/48, respectiv asigurarea de către statele membre, și în cadrul societății informaționale, a protecției efective a proprietății intelectuale (a se vedea în acest sens Hotărârea din 29 ianuarie 2008, Promusicae, C-275/06, Rep., p. I-271, punctul 43), competența atribuită instanțelor naționale în conformitate cu articolul 11 a treia teză din directiva menționată trebuie să le permită acestora să adreseze furnizorului unui serviciu online, precum cel prin care se pune la dispoziția utilizatorilor de internet o piață online, un ordin judecătoresc prin care acesta să fie obligat să ia măsuri care contribuie în mod eficace nu numai la încetarea încălcărilor săvârșite prin intermediul acestei piețe, ci și la prevenirea unor noi încălcări.

132 Această interpretare este confirmată prin articolul 18 din Directiva 2000/31, care impune statelor membre să asigure că statele membre veghează ca acțiunile în justiție prevăzute în dreptul lor intern privind activitățile serviciilor societății informaționale

să permită adoptarea de măsuri „destinate să ducă la încetarea oricărei încălcări presupuse și să prevină orice altă atingere adusă intereselor respective”.

133 O interpretare a articolului 11 a treia teză din Directiva 2004/48 potrivit căreia acesta nu ar impune statelor membre decât obligația de a acorda titularilor drepturilor de proprietate intelectuală posibilitatea de a obține, în raport cu prestatorii de servicii online, ordine judecătorești care vizează încetarea încălcărilor drepturilor lor ar diminua conținutul obligației prevăzute la sus-menționatul articol 18 din Directiva 2000/31, ceea ce ar fi contrar normei prevăzute la articolul 2 alineatul (3) din Directiva 2004/48, potrivit căreia Directiva 2004/48 nu aduce atingere Directivei 2000/31.

134 În cele din urmă, o interpretare restrictivă a articolului 11 a treia teză din Directiva 2004/48 nu s-ar concilia cu considerentul (24) al acestei directive, care prevede că, după caz și dacă împrejurările justifică aceasta, trebuie să se prevadă măsuri cu scopul de a împiedica viitoare încălcări ale drepturilor de proprietate intelectuală.

2. Cu privire la măsurile impuse furnizorilor de servicii online

135 Astfel cum reiese din considerentul (23) al Directivei 2004/48, modalitățile ordinelor judecătorești pe care statele membre trebuie să le reglementeze în temeiul articolului 11 a treia teză din directiva amintită, precum cele privind condițiile care trebuie îndeplinite și procedura care trebuie urmată, rămân sub incidența dreptului național.

136 Aceste norme de drept național trebuie însă stabilite astfel încât obiectivul urmărit prin directivă să poată fi realizat (a se vedea în special, cu privire la principiul efectivității, Hotărârea din 14 decembrie 1995, van Schijndel și van Veen, C-430/93

și C-431/93, Rec., p. I-4705, punctul 17, Hotărârea din 7 iunie 2007, van der Weerd și alții, C-222/05-C-225/05, Rep., p. I-4233, punctul 28, și Hotărârea din 6 mai 2010, Club Hotel Loutraki și alții, C-145/08 și C-149/08, Rep., p. I-4165, punctul 74). În această privință, trebuie amintit că, în temeiul articolului 3 alineatul (2) din Directiva 2004/48, măsurile vizate trebuie să fie eficiente și disuasive.

137 Pe de altă parte, având în vedere împrejurarea, expusă în decizia de trimitere și reluată la punctul 24 din prezenta hotărâre, potrivit căreia articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48 nu a făcut obiectul unor măsuri specifice de transpunere în Regatul Unit, trebuie amintit că instanța de trimitere va fi obligată, în măsura posibilului, să aplice dreptul național în lumina textului, precum și a finalității articolului 11 a treia teză menționat (a se vedea, prin analogie, Hotărârea din 13 noiembrie 1990, Marleasing, C-106/89, Rec., p. I-4135, punctul 8, precum și Hotărârea din 23 aprilie 2009, Angelidaki și alții, C-378/07-C-380/07, Rep., p. I-3071, punctul 106).

138 Normele instituite de statele membre, precum și aplicarea acestora de instanțele naționale trebuie de asemenea să respecte limitările care decurg din Directiva 2004/48, precum și din izvoarele de drept la care face trimitere această directivă.

139 În primul rând, reiese din articolul 15 alineatul (1) din Directiva 2000/31 coroborat cu articolul 2 alineatul (3) din Directiva 2004/48 că măsurile impuse furnizorului serviciului online vizat nu pot consta într-o supraveghere activă a tuturor datelor fiecăruia dintre clienții săi cu scopul de a preveni orice atingere viitoare adusă drepturilor de proprietate intelectuală prin intermediul site-ului acestui furnizor de servicii. Pe de altă parte, o astfel de obligație de supraveghere generală ar fi incompatibilă cu articolul 3 din Directiva 2004/48, care arată că măsurile vizate prin această directivă trebuie să fie echitabile și proporționale și nu trebuie să fie excesiv de costisitoare.

140 În al doilea rând, astfel cum reiese și din articolul 3 din Directiva 2004/48, instanța care pronunță ordinul judecătoresc trebuie să se asigure că măsurile dispuse nu creează obstacole în calea comerțului legal. În consecință, într-o cauză precum cea din acțiunea principală, care vizează eventuale atingeri aduse unor mărci în cadrul serviciului furnizat de operatorul unei piețe online, ordinul judecătoresc adresat acestui operator nu poate avea drept obiect sau drept efect instituirea unei interdicții generale și permanente de vânzare pe piața respectivă a produselor cu mărcile amintite.

141 În pofida limitărilor expuse la punctele precedente, ordine în același timp efective și proporționale pot fi adresate furnizorilor de servicii precum operatorii de piețe online. Astfel cum a arătat avocatul general la punctul 182 din concluzii, în cazul în care operatorul pieței online nu decide din proprie inițiativă să suspende contul autorului încălcării drepturilor de proprietate intelectuală, în scopul de a evita noi încălcări de această natură săvârșite de același comerciant în raport cu aceleași mărci, operatorul amintit poate fi constrâns în acest sens prin intermediul unui ordin judecătoresc.

142 Pe de altă parte, în scopul garantării dreptului la o cale de atac efectivă împotriva celor care au utilizat un serviciu online pentru a aduce atingere unor drepturi de proprietate intelectuală, operatorului unei piețe online îi poate fi adresat un ordin judecătoresc privind luarea unor măsuri care permit facilitarea identificării clienților săi vânzători. În această privință, astfel cum a arătat L'Oréal în mod justificat în observațiile scrise și astfel cum rezultă din articolul 6 din Directiva 2000/31, deși este, desigur, necesar să se respecte protecția datelor cu caracter personal, totuși, în cazul în care autorul încălcării își desfășoară activitatea în cadrul comerțului, iar nu într-un cadru privat, acesta trebuie să poată fi identificat în mod clar.

143 Măsurile descrise în mod neexhaustiv la punctele anterioare, precum și orice altă măsură care poate fi impusă sub forma unui ordin judecătoresc, în sensul articolului 11

a treia teză din Directiva 2004/48, trebuie să asigure un just echilibru între diferitele drepturi și interese evocate mai sus (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Promusicae, citată anterior, punctele 65-68).

144 Având în vedere cele de mai sus, trebuie să se răspundă la a zecea întrebare adresată că articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48 trebuie interpretat în sensul că impune statelor membre să asigure că instanțele naționale competente în materie de protecție a drepturilor de proprietate intelectuală pot dispune printr-un ordin judecătoresc ca operatorul unei piețe online să adopte măsuri care să contribuie nu numai la încetarea încălcărilor acestor drepturi de către utilizatori ai acestei piețe, ci și la prevenirea unor noi încălcări de această natură. Aceste ordine judecătorești trebuie să fie efective, proporționale, disuasive și nu trebuie să creeze obstacole în calea comerțului legal.

IV — Cu privire la cheltuielile de judecată

145 Întrucât, în privința părților din acțiunea principală, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Marea Cameră) declară:

1) În cazul în care produse aflate într-un stat terț, care poartă o marcă înregistrată într-un stat membru al Uniunii sau o marcă comunitară, necomercializate anterior în Spațiul Economic European sau, în cazul mărcii comunitare, necomercializate anterior în Uniune, sunt vândute de un operator economic prin intermediul unei piețe online și fără consimțământul titularului acestei

mărci unui consumator aflat pe teritoriul acoperit de marca menționată sau fac obiectul unei oferte de vânzare sau al unei publicități pe o astfel de piață destinată unor consumatori aflați pe acest teritoriu, titularul respectiv se poate opune vânzării, ofertei de vânzare sau publicității menționate în temeiul normelor prevăzute la articolul 5 din Prima Directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci, astfel cum a fost modificată prin Acordul privind Spațiul Economic European din 2 mai 1992, sau la articolul 9 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară. Revine instanțelor naționale sarcina să aprecieze de la caz la caz dacă există indicii relevante care permit să se concluzioneze că o ofertă de vânzare sau publicitatea afișată pe o piață online accesibilă pe teritoriul respectiv este destinată consumatorilor aflați pe acest teritoriu.

2) **Furnizarea de către titularul unei mărci distribuitorilor săi autorizați a unor articole care poartă această marcă și sunt destinate demonstrațiilor pentru consumatori în puncte de vânzare autorizate, precum și a unor flacoane care poartă această marcă, din care se pot lua cantități mici care sunt oferite drept mostre gratuite consumatorilor, nu constituie, în lipsa unor probe contrare, o introducere pe piață în sensul Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94.**

3) **Articolul 5 din Directiva 89/104 și articolul 9 din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretate în sensul că titularul unei mărci poate, în temeiul dreptului exclusiv conferit de aceasta, să se opună revânzării de produse precum cele în cauză în acțiunea principală pentru motivul că vânzătorul subsecvent a scos ambalajul exterior al acestor produse, în cazul în care scoaterea acestui ambalaj are drept consecință lipsa unor informații esențiale, precum cele referitoare la identificarea producătorului sau a persoanei responsabile pentru introducerea pe piață a produsului cosmetic. Dacă scoaterea ambalajului exterior nu a condus la o astfel de lipsă de informații, titularul mărcii se poate opune totuși ca un parfum sau un produs cosmetic ce poartă marca al cărei titular este să fie revândut fără ambalaj în cazul în care demonstrează că scoaterea ambalajului a adus atingere imaginii produsului respectiv și, astfel, reputației mărcii.**

4) Articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 89/104 și articolul 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretate în sensul că titularul unei mărci are dreptul să interzică operatorului unei piețe online să facă publicitate pentru produse cu această marcă, vândute pe piața respectivă, pornind de la un cuvânt-cheie identic cu marca respectivă pe care acest operator l-a selecționat în cadrul unui serviciu de referențiere pe internet în cazul în care publicitatea nu permite sau permite numai cu dificultate utilizatorului de internet normal informat și suficient de atent să își dea seama dacă produsele menționate provin de la titularul mărcii sau de la o întreprindere legată din punct de vedere economic de acesta sau dacă, dimpotrivă, provin de la un terț.

5) Operatorul unei piețe online nu realizează o „utilizare", în sensul articolului 5 din Directiva 89/104 și al articolului 9 din Regulamentul nr. 40/94, a semnelor identice sau similare unor mărci care apar în ofertele de vânzare afișate pe site-ul său.

6) Articolul 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (Directiva privind comerțul electronic) trebuie interpretat în sensul că se aplică operatorului unei piețe online în cazul în care acesta nu a jucat un rol activ care să îi fi permis să aibă o cunoaștere sau un control al datelor stocate.

Operatorul menționat joacă un astfel de rol atunci când acordă asistență constând în special în optimizarea prezentării ofertelor de vânzare în cauză sau în promovarea acestora.

Dacă operatorul pieței online nu a jucat un rol activ în sensul vizat la paragraful anterior și, în consecință, furnizarea de servicii intră în domeniul de aplicare al articolului 14 alineatul (1) din Directiva 2000/31, într-o cauză în care s-ar putea pronunța obligarea la plata de daune interese, operatorul amintit nu se poate prevala totuși de exonerarea de răspundere prevăzută de această dispoziție în cazul în care a avut cunoștință de fapte sau de

împrejurări pe baza cărora un operator economic diligent ar fi trebuit să remarce nelegalitatea ofertelor de vânzare în cauză și, în ipoteza unei astfel de cunoștințe, nu a acționat prompt în conformitate cu alineatul (1) litera (b) al articolului 14 menționat.

7) **Articolul 11 a treia teză din Directiva 2004/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 29 aprilie 2004 privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală trebuie interpretat în sensul că impune statelor membre să asigure că instanțele naționale competente în materie de protecție a drepturilor de proprietate intelectuală pot dispune printr-un ordin judecătoresc ca operatorul unei piețe online să adopte măsuri care să contribuie nu numai la încetarea încălcărilor acestor drepturi de către utilizatori ai acestei piețe, ci și la prevenirea unor noi încălcări de această natură. Aceste ordine judecătorești trebuie să fie efective, proporționale, disuasive și nu trebuie să creeze obstacole în calea comerțului legal.**

Semnături