

V

(Ogłoszenia)

POSTĘPOWANIA SĄDOWE

TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 22 września 2011 r. — Królestwo Belgii przeciwko Deutsche Post AG, DHL International, przy udziale Komisji Europejskiej

(Sprawa C-148/09 P) ⁽¹⁾

(Odwołanie — Skarga o stwierdzenie nieważności — Pomoc państwa — Artykuł 88 ust. 3 WE — Rozporządzenie (WE) nr 659/1999 — Decyzja Komisji o niewnoszeniu zastrzeżeń — Pojęcie „wątpliwości” — Usługi świadczone w ogólnym interesie gospodarczym)

(2011/C 331/02)

Język postępowania: niemiecki

Strony

Wnoszący odwołanie: Królestwo Belgii (przedstawiciele: C. Pochet, T. Materne, pełnomocnicy, J. Meyers, advocaat)

Pozostali uczestnicy postępowania: Deutsche Post AG (przedstawiciele: T. Lübbig i J. Sedemund, Rechtsanwälte), DHL International (przedstawiciele: T. Lübbig i J. Sedemund, Rechtsanwälte), Komisja Europejska (przedstawiciele: B. Martenczuk i D. Grespan, pełnomocnicy)

Przedmiot

Odwołanie od wyroku Sądu Pierwszej Instancji (druga izba) z dnia 10 lutego 2009 r. w sprawie T-388/03 Deutsche Post i DHL International przeciwko Komisji, w którym Sąd stwierdził nieważność decyzji Komisji C(2003) 2508 wersja ostateczna z dnia 23 lipca 2003 r. o niewnoszeniu, po przeprowadzeniu wstępnego postępowania wyjaśniającego przewidzianego w art. 88 ust. 3 WE, zastrzeżeń wobec szeregu środków przyjętych przez władze belgijskie na rzecz belgijskiego przedsiębiorstwa publicznego La Poste SA — Rekompensata kosztów netto usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym — Błędne zakwalifikowanie pewnych okoliczności jako poszlak wskazujących na istnienie poważnych okoliczności uzasadniających wszczęcie formalnego postępowania wyjaśniającego — Uwzględnienie niedopuszczalnych zarzutów — Naruszenie zasady pewności prawa

Sentencja1) *Odwołanie zostaje oddalone.*2) *Królestwo Belgii oraz Komisja zostają obciążone kosztami postępowania.*⁽¹⁾ Dz.U. C 167 z 18.07.2009.

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 22 września 2011 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez High Court of Justice (Chancery Division) — Zjednoczone Królestwo) — Interflora Inc, Interflora British Unit przeciwko Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

(Sprawa C-323/09) ⁽¹⁾

(Znaki towarowe — Reklama kontekstowa w internecie („keyword advertising”) — Wybór przez reklamodawcę słowa kluczowego odpowiadającego cieszącemu się renomą znakowi towarowemu konkurenta — Dyrektywa 89/104/EWG — Artykuł 5 ust. 1 lit. a) i art. 5 ust. 2 — Rozporządzenie (WE) nr 40/94 — Artykuł 9 ust. 1 lit. a) i c) — Przesłanki negatywnego wpływu na funkcję znaku towarowego — Szkoda wyrządzona w zakresie charakteru odróżniającego znaku towarowego cieszącego się renomą („osłabienie”) — Czerpanie nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub z renomy tego znaku towarowego („pasożytnictwo”))

(2011/C 331/03)

Język postępowania: angielski

Sąd krajowy

High Court of Justice (Chancery Division)

Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: Interflora Inc, Interflora British Unit

Strona pozwana: Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Wykładnia art. 5 ust. 1 lit. a) i art. 5 ust. 2 pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących

się do znaków towarowych (Dz.U. 1989, L 40, s. 1), art. 9 ust. 1 lit. a) i c) rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 1) i art. 12 ust.1, art. 13 ust. 1 i art. 14 ust. 1 dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym) (Dz.U. L 178, s. 1) — Pojęcie używania znaku towarowego — Rejestracja przez podmiot prowadzący działalność handlową oznaczenia identycznego ze znakiem towarowym u usługodawcy obsługującego wyszukiwarkę internetową, tak aby po wprowadzeniu wspomnianego oznaczenia jako wyszukiwanego hasła na ekranie ukazywał się automatyczny link URL do strony internetowej tego podmiotu, na której oferowane są towary i usługi identyczne z towarami i usługami oznaczonymi znakiem towarowym („AdWords”) — Usługa dostarczania kwiatów

Sentencja

1) Artykuł 5 ust. 1 lit. a) pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych i art. 9 ust. 1 lit. a) rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego należy interpretować w ten sposób, że właściciel znaku towarowego jest uprawniony do zakazania konkurentowi zamieszczania — na bazie identycznego z tym znakiem słowa kluczowego, które ten konkurent wybrał bez zgody wspomnianego właściciela w ramach usługi odsyłania w internecie — reklamy towarów lub usług identycznych z towarami lub usługami, dla których rzeczony znak został zarejestrowany, gdy używanie to może mieć negatywny wpływ na jedną z funkcji znaku towarowego. Takie używanie:

— ma negatywny wpływ na pełnioną przez znak towarowy funkcję wskazania pochodzenia, gdy reklama wyświetlona na bazie wspomnianego słowa kluczowego nie pozwala lub z trudnością pozwala właściwie poinformowanemu i dostatecznie uważnemu internaucie na zorientowanie się, czy towary lub usługi, których dotyczy reklama, pochodzą od właściciela znaku lub z przedsiębiorstwa powiązanego z nim gospodarczo, czy też, przeciwnie, od osoby trzeciej;

— nie ma negatywnego wpływu w ramach usługi odsyłania takiego rodzaju jak usługa rozpatrywana w postępowaniu przed sądem krajowym na funkcję reklamową znaku towarowego; i

— ma negatywny wpływ na funkcję inwestycyjną znaku towarowego, jeśli ogranicza w istotny sposób stosowanie przez wspomnianego właściciela jego znaku towarowego dla celów uzyskania lub zachowania reputacji mogącej przyciągać lub przywiązać do niego konsumentów.

2) Artykuł 5 ust. 2 dyrektywy 89/104 i art. 9 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 należy interpretować w ten sposób, że właściciel znaku towarowego cieszącego się renomą uprawniony jest do zakazania konkurentowi umieszczenia reklam na bazie odpowiadającego temu znakowi towarowemu słowa kluczowego, które konkurent ten bez zgody wspomnianego właściciela wybrał w ramach usługi odsyłania w internecie, gdy konkurent ten czerpie w ten sposób nienależną korzyść z charakteru odróżniającego lub z renomy znaku towarowego (pasożytność) lub gdy wspomniana reklama działa na szkodę tego charakteru odróżniającego (osłabienie) bądź tej renomy (przyciemnienie).

Reklama na bazie takiego słowa kluczowego działa na szkodę charakteru odróżniającego znaku towarowego cieszącego się renomą (osłabienie), w szczególności gdy przyczynia się ona do wynaturzenia tego znaku towarowego poprzez przekształcenie go w pojęcie rodzajowe.

Natomiast właściciel znaku towarowego cieszącego się renomą nie jest uprawniony do zakazywania w szczególności reklam, które wyświetlane są przez konkurentów na bazie słów kluczowych odpowiadających temu znakowi towarowemu i które proponują — nie oferując zwykłej imitacji towarów lub usług właściciela wspomnianego znaku towarowego, nie powodując osłabienia lub przyciemnienia i ponadto nie wywierając negatywnego wpływu na funkcje znaku towarowego cieszącego się renomą — alternatywę w stosunku do towarów lub usług właściciela tego znaku towarowego.

(¹) Dz.U. C 282 z 21.11.2009.

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 22 września 2011 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Zjednoczone Królestwo) — Budějovický Budvar, národní podnik przeciwko Anheuser-Busch, Inc.

(Sprawa C-482/09) (¹)

(Znaki towarowe — Dyrektywa 89/104/EWG — Artykuł 9 ust. 1 — Pojęcie tolerowania — Utrata roszczenia w wyniku tolerowania — Moment rozpoczęcia biegu terminu utraty roszczenia — Przesłanki konieczne do rozpoczęcia biegu terminu utraty roszczenia — Artykuł 4 ust. 1 lit. a) — Rejestracja dwóch identycznych znaków towarowych określających identyczne towary — Funkcje znaku towarowego — Jednoczesne używanie w dobrej wierze)

(2011/C 331/04)

Język postępowania: angielski

Sąd krajowy

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: Budějovický Budvar, národní podnik

Strona pozwana: Anheuser-Busch Inc.

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Wykładnia art. 4 ust. 1 lit. a) i art. 9 ust. 1 dyrektywy Rady 89/104/EWG: Pierwsza dyrektywa Rady z dnia 21 grudnia 1988 r. mająca na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. L 40, s. 1). — Utrata roszczenia w wyniku tolerowania — Pojęcie tolerowania — Pojęcie wspólnotowe? — Możliwość odwołania się w tym zakresie do prawa krajowego, w tym uregulowań dotyczących jednoczesnego używania w dobrej wierze identycznych znaków towarowych