

PRESUDA SUDA (veliko vijeće)

12. srpnja 2011.(\*)

„Žigovi – Internet – Ponuda za prodaju proizvoda zaštićenih žigom koje je vlasnik žiga namijenio za prodaju u trećim zemljama na internetskom portalu namijenjenom potrošačima u Europskoj uniji – Uklanjanje ambalaže s navedenih proizvoda – Direktiva 89/104/EEZ – Uredba (EZ) br. 40/94 – Odgovornost operatera internetskog portala za prodaju – Direktiva 2000/31/EZ (Direktiva o elektroničkoj trgovini) – Sudski nalozi protiv takvog operatera – Direktiva 2004/48/EZ (Direktiva o provedbi prava intelektualnog vlasništva)”

U predmetu C-324/09,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 234. UEZ-a, koji je uputio High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Visoki sud, Engleska i Wales, Odjel Chancery, Ujedinjena Kraljevina) odlukom od 16. srpnja 2009., koju je Sud zaprimio 12. kolovoza 2009., u postupku

**L'Oréal SA,**

**Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,**

**Laboratoire Garnier & Cie,**

**L'Oréal (UK) Ltd**

protiv

**eBay International AG,**

**eBay Europe SARL,**

**eBay (UK) Ltd,**

**Stephena Potts,**

**Tracy Ratchford,**

**Marie Ormsby,**

**Jamesa Clarke,**

**Joanne Clarke,**

**Glena Foxa,**

**Rukhsane Bi,**

SUD (veliko vijeće),

u sastavu V. Skouris, predsjednik, A. Tizzano, J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J. - C. Bonichot, K. Schiemann, J. J. Kasel i D. Šváby, predsjednici vijeća, A. Rosas, R. Silva de Lapuerta, M. Ilešič (izvjestitelj), M. Safjan i M. Berger, suci,

nezavisni odvjetnik: N. Jääskinen,

tajnik: L. Hewlett, glavna administratorica,

uzimajući u obzir pisani postupak i nakon rasprave održane 22. lipnja 2010.,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

- za L'Oréal SA i dr., H. Carr *QC*, D. Anderson *QC* i T. Mitcheson, *barrister*,
- za eBay International AG i dr., T. van Innis i G. Glas, *avocats*,
- za vladu Ujedinjene Kraljevine, H. Walker i L. Seeboruth, u svojstvu agenata, i C. May, *barrister*,
- za francusku vladu, G. de Bergues, B. Beaupère-Manokha, J. Gstalster i B. Cabouat, u svojstvu agenata,
- za talijansku vladu, G. Palmieri, u svojstvu agenta, i S. Fiorentino, *avvocato dello Stato*,
- za poljsku vladu, M. Dowgielewicz i A. Rutkowska, u svojstvu agenata,
- za portugalsku vladu, L. Inez Fernandes, u svojstvu agenta,
- za Europsku komisiju, H. Krämer, u svojstvu agenta,

saslušavši mišljenje nezavisnog odvjetnika na raspravi održanoj 9. prosinca 2010.,

donosi sljedeću

## Presudu

- 1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 5. i 7. Prve direktive Vijeća 89/104/EEZ od 21. prosinca 1988. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (SL 1989., L 40, str. 1.), kako je izmijenjena Sporazumom o Europskom gospodarskom prostoru od 2. svibnja 1992. (SL 1994., L 1, str. 3.) (u daljem tekstu: Direktiva 89/104), članka 9. i 13. Uredbe Vijeća (EZ) br. 40/94 od 20. prosinca 1993. o žigu Zajednice (SL 1994., L 11, str. 1.), članka 14. Direktive 2000/31/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga

informativskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine („Direktiva o elektroničkoj trgovini”) (SL 2000., L 178, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 39., str. 58.) i članka 11. Direktive 2004/48/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 29. travnja 2004. o provedbi prava intelektualnog vlasništva (SL 2004., L 157, str. 45.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 2., str. 74.).

- 2 Zahtjev je upućen u okviru spora između, s jedne strane, društva L’Oréal SA i njegovih podružnica Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie i L’Oréal (UK) Ltd (u daljnjem tekstu svi zajedno: L’Oréal) i, s druge, tri podružnice društva eBay Inc., odnosno eBay International AG, eBay Europe SARL i eBay (UK) Ltd (u daljnjem tekstu svi zajedno: eBay), kao i S. Potts, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke, J. Clarke, G. Foxa i R. Bi (u daljnjem tekstu svi zajedno: tužene fizičke osobe), u vezi s prodajom, bez odobrenja L’Oréala, L’Oréalovih proizvoda na internetskom portalu kojim upravlja eBay.

### **Pravni okvir**

A – Direktiva 89/104 i Uredba br. 40/94

- 3 Direktiva 89/104 i Uredba br. 40/94 stavljene su izvan snage Direktivom 2008/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2008. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (kodificirana verzija) (SL 2008., L 299, str. 25.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 2., str. 149.), koja je stupila na snagu 28. studenoga 2008., i Uredbom Vijeća (EZ) br. 207/2009 od 26. veljače 2009., o žigu Zajednice (kodificirana verzija) (SL 2009., L 78, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 1., str. 226.), koja je stupila na snagu 13. travnja 2009. Direktiva 89/104 i Uredba br. 40/94 se unatoč tome, a uzimajući u obzir vrijeme nastanka činjenica, primjenjuju na spor u glavnom postupku.
- 4 Članak 5. Direktive 89/104, pod naslovom „Prava koja proizlaze iz žiga”, glasio je kako slijedi:
- „1. Registrirani žig nositelju daje isključiva prava koja proizlaze iz tog žiga. Nositelj žiga ima pravo spriječiti sve treće strane da bez njegova odobrenja u trgovačkom prometu koriste:
- (a) svaki znak koji je istovjetan sa žigom u odnosu na proizvode ili usluge koji su istovjetni s proizvodima ili uslugama za koje je žig registriran;
- (b) svaki znak za koji zbog istovjetnosti ili sličnosti sa žigom i istovjetnosti ili sličnosti s proizvodima ili uslugama obuhvaćenim tim žigom i tim znakom postoji vjerojatnost dovođenja javnosti u zabludu koja uključuje i vjerojatnost dovođenja u vezu tog znaka i žiga.
2. Svaka država članica može isto tako odrediti da nositelj ima pravo spriječiti sve treće osobe da bez njegova odobrenja u trgovačkom prometu koriste bilo koji znak koji je istovjetan ili sličan žigu vezanom uz proizvode ili usluge koje nisu slične onim proizvodima ili uslugama za koje je taj žig registriran, pri čemu potonji znak ima ugled u

državi članici i pri čemu bi uporaba tog žiga bez opravdanog razloga nepošteno iskoristila razlikovni karakter ili ugled ranijeg žiga Zajednice ili im naštetila.

3. Na temelju stavaka 1. i 2. među ostalim se može zabraniti:

(a) isticanje žiga na proizvodima ili na njihovim pakiranjima;

(b) nuđenje proizvoda ili njihovo stavljanje na tržište ili skladištenje u te svrhe pod tim znakom, ili nuđenje ili pružanje usluga pod tim znakom;

(c) uvoz ili izvoz proizvoda pod tim znakom;

(d) uporaba tog znaka na poslovnim papirima i u reklamiranju.

[...]” [neslužbeni prijevod]

- 5 Tekst članka 9. stavka 1. točaka (a) i (b) Uredbe br. 40/94 odgovara u biti onom iz članka 5. stavka 1. Direktive 89/104. Stavak 2. članka 9. odgovara stavku 3. članka 5. Što se tiče članka 9. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 40/94, on predviđa:

„Žigom Zajednice nositelj stječe isključiva prava. Nositelj ima pravo spriječiti sve treće osobe da bez njegovog odobrenja u trgovačkom prometu koriste:

[...]

(c) svaki znak koji je istovjetan ili sličan žigu Zajednice u odnosu na proizvode ili usluge koje nisu slične onima za koje je žig Zajednice registriran, kad taj žig ima ugled u Zajednici i kad uporaba tog znaka bez opravdanog razloga nepošteno iskorištava ili šteti razlikovnom karakteru ili ugledu žiga Zajednice.” [neslužbeni prijevod]

- 6 Članak 7. Direktive 89/104, pod naslovom „Iscrpljenje prava koja proizlaze iz žiga“ navodio je:

„1. Žig ne daje nositelju žiga pravo zabraniti njegovu uporabu za proizvode koji su pod tim žigom stavljeni na tržište u [Europskom gospodarskom prostoru] od strane [samog] nositelja žiga ili uz njegovo odobrenje.

2. Stavak 1. ne primjenjuje se kada postoje zakoniti razlozi zbog kojih se nositelj žiga protivi daljnjoj komercijalizaciji proizvoda, posebno kad je stanje proizvoda promijenjeno ili pogoršano nakon što su stavljeni na tržište.” [neslužbeni prijevod]

- 7 U skladu s člankom 13. stavkom 1. Uredbe br. 40/94, „[a] Žig Zajednice nositelju [žiga] ne daje pravo zabraniti njegovu uporabu za proizvode koji su pod tim žigom stavljeni na tržište [Europske unije] od strane samog nositelja žiga ili uz njegovo odobrenje” [neslužbeni prijevod]. Tekst članka 13. stavka 2. identičan je onome iz članka 7. stavka 2. Direktive 89/104.

B – Direktiva 2000/31 („Direktiva o elektroničkoj trgovini”)

- 8 Članak 2. točka (a) Direktive 2000/31 definira „usluge informacijskog društva” kao usluge u smislu članka 1. stavka 2. Direktive 98/34/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. lipnja 1998. o utvrđivanju postupka pružanja informacija u području tehničkih normi i propisa te pravila o uslugama informacijskog društva (SL 1998., L 204, str. 37.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 42., str. 58.), kako je izmijenjena Direktivom 98/48/EZ od 20. srpnja 1998. (SL 1998., L 217, str. 18.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 55., str. 11.) (u daljnjem tekstu: Direktiva 98/34), odnosno kao „svak[u] uslug[u] koja se obično pruža uz naknadu, na daljinu, elektronskim [elektroničkim] sredstvima te na osobni zahtjev primatelja usluga”.
- 9 Članak 1. stavak 2. Direktive 98/34 nastavlja kako slijedi:
- [...]
- „Za potrebe ove definicije:
- ,na daljinu’ znači da se usluga pruža bez da su strane istodobno prisutne,
  - ,elektronskim [elektroničkim] sredstvima’ znači da se usluga na početku šalje i prima na određitu pomoću elektroničke opreme za obradu [...] i pohranu podataka te u potpunosti šalje, prenosi i prima telegrafski, radio vezom, optičkim sredstvima ili ostalim elektromagnetskim sredstvima,
  - ,na osobni zahtjev primatelja usluga’ znači da se usluga pruža prijenosom podataka na osobni zahtjev.
- [...]”
- 10 Članak 6. Direktive 2000/31 navodi:
- „Pored ostalih informacijskih zahtjeva utvrđenih pravom [Europske unije], države članice moraju osigurati da komercijalna priopćenja koja čine u cijelosti ili djelomično uslugu informacijskog društva zadovoljavaju sljedeće uvjete:
- [...]
- (b) fizička ili pravna osoba u čije ime se šalje komercijalno priopćenje je jasno prepoznatljivo[a];
- [...]”
- 11 Poglavlje II. Direktive 2000/31 uključuje odjeljak (Odjeljak 4.) pod naslovom „Odgovornost posrednih davatelja usluga” koji sadrži članke 12. do 15.
- 12 Članak 14. Direktive 2000/31 pod naslovom „Smještaj informacija na poslužitelju (,hosting’)” predviđa:

„1. Kad se pružena usluga informacijskog društva sastoji od pohrane informacija dobivenih od primatelja usluge, države članice moraju osigurati da davatelj usluge nije odgovoran za informacije pohranjene na zahtjev primatelja usluge, pod uvjetom:

(a) da davatelj nema stvarnog znanja o protuzakonitoj aktivnosti ili informaciji i, u pogledu zahtjeva za naknadu štete, ne zna za činjenice ili okolnosti iz kojih bi bila vidljiva protuzakonita aktivnost ili informacija; ili

(b) da davatelj, odmah po dobivanju takvog saznanja ili spoznaje žurno djeluje kako bi uklonio te informacije ili onemogućio pristup informacijama.

2. Stavak 1. se ne primjenjuje kada primatelj usluge djeluje pod nadležnošću ili kontrolom davatelja usluga.

3. Ovaj članak ne utječe na mogućnost da sud ili upravno tijelo, u skladu s pravnim sustavom države članice, od davatelja usluge zahtijeva okončanje ili sprečavanje prekršaja i ne utječe na mogućnost da država članica utvrdi postupke kojima se uređuje uklanjanje ili onemogućavanje pristupa informacijama”.

13 Članak 15. Direktive 2000/31, pod naslovom „Nepostojanje obveze praćenja” predviđa:

„1. Države članice ne mogu uvesti opću obvezu za davatelje usluga da pri pružanju usluga iz članka 12., 13., i 14. prate informacije koje prenose ili pohranjuju niti opću obvezu da aktivno traže činjenice ili okolnosti koje bi ukazivale na protuzakonite aktivnosti.

[...]”

14 Poglavlje III. Direktive 2000/31 sadrži između ostalog članak 18. pod naslovom „Mogućnosti tužbe” koji predviđa:

„Države članice osiguravaju da mogućnosti tužbe koje su raspoložive na temelju nacionalnog prava u pogledu djelatnosti pružanja usluga informacijskog društva omogućava brzo usvajanje mjera, uključujući privremene mjere, za okončanje bilo kojeg navodnog prekršaja i sprečavanje svakog daljnjeg narušavanja interesa stranaka.

[...]”

C – Direktiva 2004/48 („Direktiva o provedbi prava intelektualnog vlasništva”)

15 Uvodne izjave 1. do 3., 23., 24. i 32. Direktive 2004/48 navode:

„(1) Uspostavljanje unutarnjeg tržišta ima za posljedicu ukidanje ograničenja slobode kretanja i narušavanja tržišnog natjecanja, istovremeno stvarajući okolinu koja je poticajna za inovacije i ulaganja. U ovom kontekstu, zaštita intelektualnog vlasništva bitan je element za uspješnost unutarnjeg tržišta [...].

(2) [...] Istovremeno ne bi trebala kočiti slobodu izražavanja, slobodan protok informacija ili zaštitu osobnih podataka, uključujući i one na internetu.

(3) Međutim, bez djelotvornih sredstava provedbe prava intelektualnog vlasništva, inovativnost i stvaralaštvo se obeshrabuju, dok se ulaganja smanjuju. Stoga je potrebno osigurati da se materijalno pravo intelektualnog vlasništva koje je danas u velikom dijelu dio pravne stečevine, učinkovito primjenjuje u [Europskoj uniji]. [...]

[...]

(23) [...] nositelji prava trebali bi imati mogućnost zahtijevati izdavanje sudskih naloga protiv posrednika čije usluge koristi treća strana radi povrede prava nositelja industrijskog vlasništva. Uvjeti i postupci koji se odnose na takve naloge trebaju biti prepušteni nacionalnom pravu država članica. Što se tiče povrede autorskog i srodnih prava, sveobuhvatna razina usklađivanja već je utvrđena Direktivom 2001/29/EZ [Europskog parlamenta i Vijeća od 22. svibnja 2001. o usklađivanju određenih aspekata autorskog i srodnih prava u informacijskom društvu (SL 2001., L 167, str. 10.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 1., str. 119.)]. Ova Direktiva stoga ne bi trebala utjecati na članak 8. stavak 3. Direktive 2001/29/EZ.

(24) Ovisno o pojedinom slučaju, te ako to opravdavaju okolnosti, mjere, postupci i pravna sredstva koji se trebaju propisati trebali bi uključivati mjere zabrane čiji je cilj sprečavanje daljnjih povreda prava intelektualnog vlasništva.

[...]

(32) Ova Direktiva poštuje temeljna prava i [...] priznatih posebno u Povelji Europske unije o temeljnim pravima. Ova Direktiva osobito nastoji osigurati puno poštovanje intelektualnog vlasništva, u skladu s člankom 17. stavkom 2. te Povelje.”

16 Članak 2. Direktive 2004/48 koji određuje područje primjene direktive predviđa:

„1. Ne dovodeći u pitanje sredstva koja su predviđena ili koja mogu biti predviđena zakonodavstvom [Europske unije] ili nacionalnim zakonodavstvom, ako su ta sredstva povoljnija za nositelje prava, mjere, postupci i pravna sredstva predviđeni ovom Direktivom primjenjuju se [...] na svaku povredu prava intelektualnog vlasništva kako je predviđeno pravom [Europske unije] i/ili nacionalnim pravom dotične države članice.

[...]

3. Ova Direktiva ne utječe na:

(a) [...] Direktivu 2000/31/EZ općenito, a posebno njezine članke 12. do 15.;

[...]”.

17 Poglavlje II. Direktive 2004/48 pod naslovom „Mjere, postupci i pravna sredstva” sadrži šest odjeljaka od kojih prvi pod naslovom „Opće odredbe” uključuje članak 3. koji predviđa:

„1. Države članice propisuju mjere, postupke i pravna sredstva potrebne za osiguravanje provedbe prava intelektualnog vlasništva obuhvaćenih ovom Direktivom. Te mjere,

postupci i pravna sredstva moraju biti poštenu i pravični, ne smiju biti nepotrebno složeni ili skupi, ili nametati nerazumne vremenske rokove ili neopravdana odlaganja.

2. Te mjere, postupci i pravna sredstva također moraju biti učinkoviti i razmjerni i moraju odvrćati od povrede te se moraju primjenjivati na takav način da se izbjegne stvaranje zapreka zakonitoj trgovini [...].”

18 Odjeljak 5. poglavlja II. Direktive 2004/48 naslovljen je „Mjere koje proizlaze iz odluke o meritumu”. Sadrži članke 10., 11. i 12. pod naslovom „Korektivne mjere”, „Sudski nalozi” i „Alternativne mjere”.

19 U skladu s člankom 11. Direktive 2004/48:

„Države članice osiguravaju da, kada je donesena sudska odluka o povredi prava intelektualnog vlasništva, sudska tijela mogu protiv počinitelja povrede izdati sudski nalog čiji je cilj zabrana daljnjeg vršenja povrede. Ako je tako utvrđeno nacionalnim pravom, nepoštovanje sudskog naloga, prema potrebi, podliježe plaćanju kazne, kako bi se osigurala sukladnost. Države članice također osiguravaju da nositelji prava mogu zatražiti sudski nalog protiv posrednika čije usluge koristi treća stranka [strana] za povredu prava intelektualnog vlasništva, ne dovodeći u pitanje članak 8. stavak 3. Direktive 2001/29/EZ.”

20 Članak 8. stavak 3. Direktive 2001/29 predviđa:

„Države članice osiguravaju nositeljima prava mogućnost podnošenja zahtjeva za izdavanje sudskog naloga protiv posrednika čije usluge koristi treća strana, za povredu autorskog prava ili srodnog prava.”

D – Direktiva 76/768 („Direktiva o kozmetičkim proizvodima”)

21 Članak 6. stavak 1. Direktive Vijeća 76/768/EEZ od 27. srpnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na kozmetičke proizvode (SL 1976., L 262, str. 169.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 7., str. 29.), kako je izmijenjena Direktivom 2003/15/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 27. veljače 2003. (SL 2003., L 66, str. 26.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 11., str. 66.), predviđa:

„1. Države članice poduzimaju sve potrebne mjere kako bi osigurale da se kozmetičkim proizvodima smije trgovati samo ako su na njihovom spremniku i ambalaži u neizbrisivom, čitkom i vidljivom obliku navedeni sljedeći podaci; međutim informacije navedene u točki (g) mogu biti naznačene samo na ambalaži:

(a) ime ili naziv i adresa ili sjedište proizvođača ili osobe odgovorne za trgovanje kozmetičkim proizvodom, sa stalnim prebivalištem u Zajednici [...];

(b) nominalni sadržaj u vrijeme pakiranja;

(c) najkraći rok trajanja proizvoda [...];

(d) posebne mjere opreza pri uporabi [...];

- (e) serijski broj proizvodnje ili uputa za identifikaciju robe [...];
- (f) funkcija proizvoda osim ako nije razvidno iz predstavljanja proizvoda;
- (g) popis sastojaka [...].

[...]”.

#### E – Nacionalno zakonodavstvo

- 22 Direktiva 89/104 prenesena je u nacionalno pravo zakonom Ujedinjene Kraljevine o žigovima (Trade Marks Act 1994). Prenos članka 5. stavaka od 1. do 3. Direktive 89/104 osigurano je člankom 10. tog zakona.
- 23 Direktiva 2000/31 prenesena je u nacionalno pravo propisima o elektroničkom poslovanju (Electronic Commerce Regulations). Prijenos članka 14. Direktive 2000/31 osiguran je člankom 19. tih propisa.
- 24 U pogledu treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48, Ujedinjena Kraljevina Velike Britanije i Sjeverne Irske nije donijela posebna pravila za provedbu te odredbe. Nadležnost za izdavanje sudskih naloga je, međutim, uređena člankom 37. Zakona o vrhovnom sudu iz 1981. (Supreme Court Act 1981) u skladu s kojim High Court (Visoki sud) može izdati sudski nalog u svim slučajevima kada izgleda da je to pravedno i primjereno („in all cases in which it appears to be just and convenient to do so”).
- 25 Direktiva 76/768 prenesena je u nacionalno pravo Uredbom o kozmetičkim proizvodima (Cosmetic Products Regulations). Članak 12. te uredbe odgovara članku 6. stavku 1. Direktive 76/768 i kršenje te odredbe može predstavljati kazneno djelo.

#### II – Glavni postupak i prethodna pitanja

- 26 L’Oréal je proizvođač i dobavljač parfema, kozmetičkih proizvoda te proizvoda za njegu kose. U Ujedinjenoj Kraljevini to je društvo nositelj niza nacionalnih žigova. Također je nositelj žigova Zajednice.
- 27 L’Oréal upravlja zatvorenom distribucijskom mrežom u kojoj je ovlaštenim distributerima zabranjeno snabdijevati proizvodima druge distributere.
- 28 eBay upravlja internetskim portalom za prodaju na kojem se prikazuju oglasi za proizvode koje prodaju osobe koje su u tu svrhu pri eBayu registrirane i kod njega su otvorile račun za prodaju. eBay zaračunava postotak po obavljenim transakcijama.
- 29 eBay omogućava potencijalnim kupcima licitiranje za proizvode koje nude prodavatelji. Također omogućava prodaju proizvoda bez dražbe, dakle, po fiksnoj cijeni, putem sustava „kupi sada”. Na stranicama eBaya prodavatelji mogu otvarati i internetske dućane. U takvom dućanu navedeni su svi artikli jednog prodavatelja koji se nude na prodaju u određenom trenutku.

- 30 Prodavatelji i kupci moraju prihvatiti uvjete za korištenje internetskog dućana koje je odredio eBay. Jedan od uvjeta je zabrana prodaje krivotvorenih proizvoda i povrede žigova.
- 31 U nekim slučajevima eBay pomaže prodavateljima pri optimizaciji njihovih ponuda za prodaju, uspostavi internetskih dućana i unaprjeđenju i povećanju prodaje. Također oglašava neke od proizvoda koji se prodaju na njegovom portalu na način da operateri pretraživača, kao što je Google, osiguravaju prikazivanje oglasa.
- 32 Dana 22. svibnja 2007. L'Oréal je poslao eBayu dopis u kojem izražava zabrinutost zbog učestalosti transakcija kojima se na eBayovim europskim *web*-mjestima povređuje pravo njegovog intelektualnog vlasništva.
- 33 L'Oréal nije bio zadovoljan odgovorom koji je primio i podnio je tužbu protiv eBaya u različitim državama članicama, uključujući tužbu pred High Court of Justice (Visoki sud, Engleska i Wales, Odjel Chancery).
- 34 L'Oréal je zahtijevao od High Court of Justice (Visoki sud) da utvrdi, najprije, da su eBay i tužene fizičke osobe odgovorni za prodaju 17 artikala koju su te osobe obavile putem *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk), a tom su prodajom povrijeđena prava koja L'Oréal ima posebno iz figurativnog žiga Zajednice koji sadrži riječi „Amor Amor” i iz nacionalnog verbalnog žiga „Lancôme”.
- 35 Između društava L'Oréal i eBay nije sporno da su dva od ovih 17 artikala krivotvorine proizvoda zaštićenih žigom L'Oréala.
- 36 Iako L'Oréal ne tvrdi da su preostalih 15 artikala krivotvorine, ipak smatra da je prodaja artikala povrijedila njegova prava žiga, jer su ti artikli roba koja nije namijenjena prodaji (kao što su probni proizvodi ili uzorci) ili su roba zaštićena L'Oréalovim žigom namijenjena prodaji u Sjevernoj Americi, a ne u Europskom gospodarskom prostoru („EGP”). Osim toga neki od tih proizvoda prodani su bez ambalaže.
- 37 Iako se u ovoj fazi suzdržao od donošenja odluke o tome u kojoj su mjeri povrijeđena prava koja proizlaze iz L'Oréalovog žiga, High Court of Justice (Visoki sud) potvrdio je da su tužene fizičke osobe na *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) obavile prodajne radnje kako ih je opisao L'Oréal.
- 38 Drugo, L'Oréal tvrdi da je eBay odgovoran za korištenje žigova L'Oréala kada se ti žigovi prikazuju na *web*-mjestu eBaya, kao i za mogućnost da se na *web*-mjestima operatera pretraživača, kao što je Google, prikazuju sponzorirane poveznice koje se aktiviraju korištenjem ključnih riječi koje odgovaraju tim žigovima.
- 39 U vezi s gore navedenim, nije sporno da je eBay, odabirom ključnih riječi koje odgovaraju žigovima L'Oréala u Googleovoj usluzi „Ad words”, učinio da se svaki put kad je postojala podudarnost između ključne riječi i riječi koju je korisnik interneta unio u pretraživač Google, prikaže sponzorirana poveznica prema stranici [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk). Ta se poveznica pojavljivala u rubrici „sponzorirane poveznice” koje se u pretraživaču Google prikazuju ili na desnom ili na gornjem dijelu zaslona.

40 Tako se 27. ožujka 2007., kada bi korisnik interneta unio riječi „shu uemura”, koje u biti odgovaraju nacionalnom verbalnom žigu društva L’Oréal, kao traženi niz u pretraživaču Google, u navedenoj rubrici „sponzorirane poveznice” pojavio sljedeći oglas društva eBay:

„Shu Uemura

Povoljne ponude na Shu uemura

Kupujte na eBayu i uštedite!

[www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk)”.

41 Klikom na tu sponzoriranu poveznicu otvorila se stranica na *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) na kojoj je bilo ispisano „96 pronađenih proizvoda za shu uemura”. Za većinu tih predmeta bilo je izričito navedeno da su podrijetlom iz Hong Konga.

42 Isto tako, između ostalih primjera, kada bi 27. ožujka 2007. korisnik interneta u pretraživaču Google kao traženi niz unio riječi „matrix hair”, što djelomično odgovara nacionalnom verbalnom žigu „Matrix” društva L’Oréal, u navedenoj rubrici „sponzorirane poveznice” prikazao se sljedeći oglas:

„Matrix hair

Tu su fantastično niske cijene

Hranite svoju strast na [eBay.co.uk](http://eBay.co.uk)!

[www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk)”.

43 Treće, L’Oréal je tvrdio da čak i ako eBay nije odgovoran za povredu prava koja proizlaze iz njegovog žiga, protiv njega ipak treba izdati sudski nalog na temelju članka 11. Direktive 2004/48.

44 S nekima od tuženih fizičkih osoba (S. Potts, T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke i J. Clarke) L’Oréal je postigao prijateljsku nagodbu, a u predmetu protiv G. Foxa i R. Bi presuda je donesena u odsutnosti stranaka. Nakon toga, u ožujku 2009. održana je rasprava pred High Court of Justice (Visoki sud) na kojoj se rješavala tužba podnesena protiv eBaya.

45 Presudom od 22. svibnja 2009. High Court of Justice (Visoki sud) utvrdio je činjenično stanje i zaključio da nije moguće donijeti konačnu presudu u predmetu, jer niz pravnih pitanja zahtijeva tumačenje od strane Suda Europske unije.

46 U svojoj presudi Court of Justice (Visoki sud) utvrđuje da je eBay instalirao filtere za prepoznavanje oglasa, što može biti u suprotnosti s uvjetima korištenja tog internetskog mjesta. Sud također primjećuje da je koristeći program pod nazivom „VeRO” (Verified Rights Owner) eBay razvio sustav za obavještanje i uklanjanje, čija namjena je omogućiti vlasnicima prava intelektualnog vlasništva pomoć u uklanjanju oglasa kojima

se krše prava internetskog portala za prodaju. L'Oréal je odbio sudjelovati u programu VeRO, smatrajući da program nije zadovoljavajući.

- 47 High Court of Justice (Visoki sud) je također naglasio da eBay primjenjuje sankcije, kao što su privremeno ili čak trajno isključenje prodavatelja koji su kršili uvjete korištenja internetskog portala za prodaju.
- 48 Unatoč gore iznesenim utvrđenjima, High Court of Justice (Visoki sud) zauzeo je stav da je eBay mogao poduzeti više mjera da na svojem internetskom portalu za prodaju smanji opseg prodaje kojom se krše prava intelektualnog vlasništva. Prema mišljenju toga suda, eBay je mogao koristiti dodatne filtere. Također je mogao uključiti u svoja pravila zabranu prodaje, bez odobrenja vlasnika žiga, proizvoda koji su zaštićeni žigom i nisu iz EGP-a. A mogao je nametnuti i dodatna ograničenja na količine proizvoda koje je moguće istovremeno oglašavati te rigoroznije primjenjivati sankcije.
- 49 High Court of Justice (Visoki sud) pojašnjava da činjenica da je bilo moguće da eBay poduzme više mjera, ne znači nužno da je i zakonski obvezan to učiniti.
- 50 Odlukom od 16. srpnja 2009., donesenom na temelju presude od 22. svibnja 2009., High Court of Justice (Visoki sud) odlučio je prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeća prethodna pitanja:
- „1. U slučaju kada se probni uzorci parfema i kozmetike (tj. uzorci koji se koriste za demonstraciju potrošačima na maloprodajnim mjestima) i boce za višekratno punjenje (tj. posude iz kojih se mogu pretočiti besplatni uzorci za potrošače), koji nisu namijenjeni za prodaju potrošačima (i često su označeni s „nije za prodaju” ili „nije za pojedinačnu prodaju”) besplatno isporučuju ovlaštenim distributerima vlasnika žiga, je li takva roba „stavljena na tržište” u smislu članka 7. stavka 1. [Direktive 89/104] i članka 13. stavka 1. [Uredbe br. 40/94]?
  2. U slučaju kada su kutije (ili druga vanjska ambalaža) s parfema i kozmetike uklonjene bez odobrenja vlasnika žiga, predstavlja li to „legitiman razlog” u smislu članka 7. stavka 2. [Direktive 89/104] i članka 13. stavka 2. [Uredbe br. 40/94] da se vlasnik žiga usprotivi daljnjoj komercijalizaciji proizvoda bez vanjske ambalaže?
  3. Mijenja li se odgovor na drugo pitanje ako:
    - (a) zbog uklanjanja kutija (ili druge vanjske ambalaže), na proizvodima bez ambalaže nema podataka koji se zahtijevaju u skladu s člankom 6. stavkom 1. [Direktive 76/768], a posebno ako nije naveden popis sastojaka ili rok trajanja proizvoda?
    - (b) zbog nepostojanja takvih informacija, ponuda za prodaju ili prodaja proizvoda bez ambalaže predstavlja kazneno djelo u skladu sa zakonom države članice Zajednice u kojoj su stavljeni na tržište ili ih prodaju treće strane?
  4. Mijenja li se odgovor na drugo pitanje ako daljnja komercijalizacija narušava ili bi mogla narušiti imidž robe i stoga ugled žiga? Ako je odgovor potvrđan, može li se taj učinak pretpostaviti ili ga vlasnik žiga mora dokazati?

5. U slučaju kada operater internetskog portala za prodaju kupi od operatera pretraživača korištenje znaka, koji je identičan registriranom žigu, kao ključne riječi, tako da se znak prikazuje korisniku putem pretraživača na sponzoriranoj poveznici prema *web*-mjestu operatera internetskog portala za prodaju, predstavlja li prikazivanje znaka na sponzoriranoj poveznici „korištenje” znaka u smislu članka 5. stavka 1. točke (a) [Direktive 89/104] i članka 9. stavka 1. točke (a) [Uredbe br. 40/94]?
6. U slučaju kada klik na sponzoriranu poveznicu iz petog pitanja vodi korisnika izravno do oglasa ili ponude za prodaju robe koja je identična onoj za koju je žig registriran pod znakom koji su na *web*-mjestu objavili drugi klijenti, od kojih neki povrjeđuju žig, a neke ne na temelju različitih statusa dotične robe, znači li to da operater internetskog portala za prodaju koristi znak „za” robu koja krši prava intelektualnog vlasništva u smislu članka 5. stavka 1. točke (a) [Direktive 89/104] i članka 9. stavka 1. točke (a) [Uredbe br. 40/94]?
7. U slučaju kad proizvodi oglasjeni i ponuđeni na prodaju na *web*-mjestu iz šestog pitanja uključuju robu koja na tržište unutar EGP-a nije stavljena od strane nositelja žiga ili uz njegovo odobrenje, tako da takva uporaba ulazi u područje primjene članka 5. stavka 1. točke (a) [Direktive 89/104] i članka 9. stavka 1. točke (a) [Uredbe br. 40/94], a ne ulazi u područje primjene članka 7. stavka 1. [Direktive 89/104] i članka 13. stavka 1. [Uredbe br. 40/94], je li dovoljno da su oglas ili ponuda usmjereni na potrošače na teritoriju za koji je žig registriran, ili nositelj žiga mora dokazati da oglas ili ponuda za prodaju nužno znači stavljanje dotične robe na tržište unutar teritorija za koji je žig bio registriran?
8. Je li odgovor na pitanja od petog do sedmog drugačiji ako uporaba kojoj se protivi nositelj žiga obuhvaća prikazivanje znaka na samoj internetskoj lokaciji operatera internetskog portala za prodaju, a ne na sponzoriranoj poveznici?
9. U slučaju kada je dovoljno da su oglas ili ponuda za prodaju usmjereni na potrošače na teritoriju za koji je žig registriran, tako da takva uporaba ulazi u područje primjene članka 5. stavka 1. točke (a) [Direktive 89/104] i članka 9. stavka 1. točke (a) [Uredbe br. 40/94], a ne ulazi u područje primjene članka 7. [...] [Direktive 89/104] i članka 13. [...] [Uredbe br. 40/94]:
  - (a) sadrži li takva uporaba ili uključuje „pohranu informacija dobivenih od primatelja usluge” u smislu članka 14. stavka 1. [Direktive 2000/31]?
  - (b) ako uporaba ne obuhvaća isključivo aktivnosti koje potpadaju pod područje primjene članka 14. stavka 1. [Direktive 2000/31], ali takve aktivnosti uključuje, je li operater internetskog portala za prodaju izuzet od odgovornosti u mjeri u kojoj uporaba obuhvaća te aktivnosti i ako je tako, mogu li se odobriti odštete ili druge financijske nadoknade u pogledu takve uporabe u mjeri u kojoj operater nije izuzet od odgovornosti?
  - (c) u okolnostima u kojima operater internetskog portala za prodaju zna da se roba oglašava, nudi na prodaju i prodaje na njegovom *web*-mjestu uz povredu registriranih žigova i da će se takve povrede tih registriranih žigova vjerojatno nastaviti putem oglasa, ponude za prodaju i prodaje iste ili slične robe od strane

istih ili različitih korisnika *web*-mjestu, predstavlja li to „stvarno znanje” ili „saznanje” u smislu članka 14. stavka 1. [Direktive 2000/31]?

10. U slučaju kada usluge posrednika, kao što je operater *web*-mjestu, treća strana koristi za povredu registriranog žiga, zahtijeva li članak 11. [Direktive 2004/48] od država članica da osiguraju nositelju žiga mogućnost izdavanja sudskog naloga protiv posrednika radi sprječavanja daljnjih povreda navedenog žiga, a ne samo te specifične povrede, i u tom slučaju koje je područje primjene sudskog naloga koji se može zahtijevati?”

### III – O prethodnim pitanjima

A – Pitanja od prvog do četvrtog i sedmo pitanje, koja se odnose na prodaju žigom zaštićenih proizvoda na internetskom portalu za prodaju

#### 1. Uvodna razmatranja

- 51 Kao što je navedeno u točkama 36. i 37. ove presude, nije sporno da su tužene fizičke osobe putem *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) nudile na prodaju i prodavale potrošačima unutar Europske unije („EU”) proizvode zaštićene L’Oréalovim žigom koje je L’Oréal namijenio prodaji u trećim zemljama i proizvode koji nisu bili namijenjeni prodaji, kao što su probni proizvodi i uzorci. A nije sporno ni da se niz tih proizvoda prodavao bez ambalaže.
- 52 I iz utvrđenja sažetih u točkama 40. i 41. ove presude proizlazi da je roba uvezena u treće zemlje nuđena na prodaju na *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) i da je na tom *web*-mjestu eBay oglašavao ponude za prodaju robe zaštićene žigom Shu Uemura iz Hong Konga (Kina).
- 53 eBay osporava da prikazivanjem takvih ponuda za prodaju na njegovom portalu za internetsku prodaju može doći do povrede prava koja proizlaze iz žiga. Svojim pitanjima od prvog do četvrtog te sedmim pitanjem, sud koji je uputio zahtjev pita je li takav stav eBay ispravan.
- 54 Prije razmatranja tih pitanja važno je podsjetiti, kako je to učinio nezavisni odvjetnik u točki 79. svog mišljenja, da se na isključiva prava koja proizlaze iz žiga, u pravilu, može pozivati samo protiv gospodarskih subjekata. Naime, da bi nositelj žiga imao pravo zabraniti trećoj osobi korištenje znaka koji je istovjetan ili sličan njegovom žigu, taj znak mora biti upotrijebljen u trgovačkom prometu (vidjeti osobito presudu od 16. studenoga 2004., Anheuser-Busch, C-245/02, Zb., str. I-10989., t. 62. i presudu od 18. lipnja 2009., L’Oréal i dr., C-487/07, Zb., str. I-5185., t. 57.).
- 55 U skladu s tim, kad pojedinac prodaje putem internetskog portala za prodaju proizvod koji je zaštićen žigom i transakcija se ne događa u okviru gospodarske djelatnosti, nositelj žiga se ne može osloniti na svoja isključiva prava određena u članku 5. Direktive 89/104 i članku 9. Uredbe br. 40/94. Ali ako zbog svog opsega, učestalosti ili drugih karakteristika, prodaja koja se ostvaruje na takvom tržištu prelazi okvire privatne aktivnosti, prodavatelj se nalazi u okviru „trgovačkog prometa” u smislu navedenih članaka.

- 56 U svojoj presudi od 22. svibnja 2009. sud koji je uputio zahtjev utvrdio je da je S. Potts, koji je jedna od tuženih fizičkih osoba, prodao putem *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) veliki broj proizvoda zaštićenih L'Oréalovim žigom. S obzirom na tu činjenicu, sud koji je uputio zahtjev zaključio je da se ta osoba ponašala kao trgovac. Slične činjenice ustanovljene su u odnosu na T. Ratchford, M. Ormsby, J. Clarke, R. Bi, J. Clarkea i G. Foxa.
- 57 Stoga, s obzirom na to da su se ponude za prodaju i prodaja navedene u točki 51. ove presude, koje su uključivala korištenje znakova istih ili sličnih žigu čiji je nositelj L'Oréal, odvijale u okviru „trgovačkog prometa”, a nije sporno ni da L'Oréal nije za to dao svoje odobrenje, valja razmotriti, uzimajući u obzir sva pravila iz članka 5. Direktive 89/104 i članka 9. Uredbe br. 40/94 i sudsku praksu u vezi s ta dva članka, je li se L'Oréal mogao usprotiviti takvim ponudama i takvoj prodaji.
2. Ponuda za prodaju, putem internetskog portala za prodaju namijenjenog potrošačima u EU-u, proizvoda zaštićenih žigom koje je nositelj žiga namijenio za prodaju u trećim zemljama
- 58 Svojim sedmim pitanjem koje valja najprije ispitati, sud koji je uputio zahtjev u biti pita je li, da bi se nositelj žiga registriranog u državi članici EU-a ili žiga Zajednice mogao, na temelju pravila iz članka 5. Direktive 89/104 i članka 9. Uredbe br. 40/94, protiviti ponudi za prodaju, na internetskom portalu za prodaju, robe zaštićene žigom koja prethodno nije bila stavljena na tržište EGP-a ili, u slučaju žiga Zajednice u EU-u, ili je dovoljno da ponuda za prodaju bude usmjerena na potrošače koji se nalaze na teritoriju na kojem vrijedi žig.
- 59 Pravilo utvrđeno u članku 5. Direktive 89/104 i članku 9. Uredbe br. 40/94 prenosi na nositelja žiga isključiva prava koja ga ovlašćuju da zabrani bilo kojoj trećoj strani uvoz robe zaštićene tim žigom, nudi robe ili stavljanje na tržište ili skladištenje u takve namjene, dok članak 7. iste direktive i članak 13. te uredbe propisuju izuzetak od tog pravila, u skladu s kojim su prava nositelja žiga iscrpljena kad je nositelj žiga robu stavio na tržište unutar EGP-a ili u slučaju žiga Zajednice u EU-u ili je to učinjeno uz njegovo odobrenje (vidjeti osobito presude od 30. studenoga 2004., *Peak Holding*, C-16/03, Zb., str. I-11313., t. 34.; od 15. listopada 2009., *Makro Zelfbedieningsgroothandel i dr.*, C-324/08, Zb., str. I-10019., t. 21. i od 3. lipnja 2010., *Coty Prestige Lancaster Group* C-127/09, Zb., str. I-4965., t. 28. i 46.).
- 60 U situaciji koja se razmatra u okviru ovog pitanja, u kojoj roba ni u jednom trenutku nije bila stavljena na tržište EGP-a od strane nositelja žiga ili uz njegovo odobrenje, izuzetak iz članka 7. Direktive 89/104 i članka 13. Uredbe br. 40/94 ne može se primjenjivati. U tom smislu Sud je više puta utvrdio da je bitno da nositelj žiga registriranog u državi članici može kontrolirati prvo stavljanje na tržište proizvoda zaštićenih tim žigom na tržište u EGP-u (vidjeti osobito presudu od 20. studenoga 2001., *Zino Davidoff i Levi Strauss*, C-414/99 do C-416/99, Zb., str. I-8691., t. 33.; *Peak Holding*, t. 36. i 37., te *Makro Zelfbedieningsgroothandel i dr.*, t. 32.).
- 61 Iako eBay priznaje ta načela, tvrdi da se nositelj žiga registriranog u državi članici ili žiga Zajednice ne može u potpunosti osloniti na isključiva prava koja proizlaze iz tog žiga ako se proizvodi koji ga nose i prodaju se na internetskom portalu za prodaju nalaze u trećoj zemlji i nisu nužno namijenjeni za teritorij za koji je navedeni žig registriran. L'Oréal,

vlada Ujedinjene Kraljevine, talijanska, poljska i portugalska vlada i Europska komisija smatraju da se pravila Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94 primjenjuju čim postane jasno da je ponuda za prodaju proizvoda zaštićenog žigom koji se nalazi u trećoj zemlji upućena potrošačima na teritoriju za koji je žig registriran.

- 62 Gornju tvrdnju treba prihvatiti. Naime, da nije tako, subjekti koji koriste elektroničko poslovanje i na internetskom portalu za prodaju koji je usmjeren na potrošače unutar EU-a nude na prodaju proizvode zaštićene žigom koji se nalaze u trećoj zemlji vidljivoj na zaslonu i koje je moguće naručiti preko navedenog portala, u vezi s ponudom za prodaju takve vrste ne bi imali obvezu poštovati pravila EU-a u području intelektualnog vlasništva. Takva bi situacija utjecala na korisni učinak tih pravila.
- 63 Dovoljno je navesti u tom smislu da, na temelju članka 5. stavka 3. točaka (b) i (d) Direktive 89/104 i članka 9. stavka 2. točaka (b) i (d) Uredbe br. 40/94, korištenje od strane trećih strana znakova koji su istovjetni ili slični žigovima koje nositelji tih žigova mogu spriječiti obuhvaća korištenje takvih znakova u ponudama za prodaju i u oglašavanju. Kao što su naveli nezavisni odvjetnik u točki 127. svog mišljenja i Komisija u svojim pisanim očitovanjima, učinkovitost tih pravila bila bi ugrožena da se u internetskoj ponudi za prodaju ili oglašavanje usmjerenu prema potrošačima unutar EU-a, na uporabu znaka koji je istovjetan ili sličan žigu registriranom u EU-u pravila ne primjenjuju samo zato jer treća osoba koja je dala takvu ponudu ili oglas ima prebivalište u trećoj zemlji, jer se server internetske stranice koju koristi treća osoba nalazi u trećoj zemlji ili zato jer se proizvod koji je predmet ponude ili oglasa nalazi u trećoj zemlji.
- 64 Međutim, valja pojasniti da sama činjenica da je *web*-mjesto dostupno s teritorija za koji je žig registriran nije dovoljna da se zaključi da su ponude za prodaju prikazane na tom *web*-mjestu namijenjene potrošačima na tom teritoriju (vidjeti po analogiji presudu od 7. prosinca 2010., Pammer i Hotel Alpenhof, C-585/08 i C-144/09, Zb., str. I-12527., t. 69.). Naime, da je činjenica da je internetski portal za prodaju dostupan s tog teritorija dovoljna da oglasi koji su prikazani na tom portalu potpadaju pod područje primjene Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94, tada bi za *web*-mjesto i oglase koji su tehnički dostupni na teritoriju EU-a, iako su očito namijenjeni isključivo potrošačima u trećim zemljama, neopravdano vrijedilo pravo EU-a.
- 65 Na nacionalnim je sudovima da za svaki pojedini slučaj ocijene postoje li relevantni faktori na temelju kojih se može zaključiti da je ponuda za prodaju oglašena na internetskom portalu za prodaju koji je dostupan na teritoriju za koji je žig registriran, upućena potrošačima na tom teritoriju. U slučaju kada je ponuda za prodaju popraćena pojedinostima u pogledu zemljopisnih područja na koja je prodavatelj spreman poslati proizvod, takva je vrsta informacija od posebne važnosti za navedenu ocjenu.
- 66 U glavnom je postupku očito, s obzirom na to da nema dokaza o suprotnom, da je *web*-mjesto na adresi „www.ebay.co.uk” usmjereno na potrošače na teritoriju za koji su istaknuti nacionalni žigovi i žigovi Zajednice registrirani, tako da ponude za prodaju koje su dostupne na tom *web*-mjestu i predmet su glavnog postupka ulaze u područje primjene pravila EU-a u području intelektualnog vlasništva.
- 67 U skladu s prethodno navedenim, na sedmo pitanje treba odgovoriti da u slučaju kada proizvode koji se nalaze u trećoj zemlji i nose žig registriran u državi članici EU-a ili žig Zajednice i nisu prije bili stavljeni na tržište u EGP-u ili u slučaju žiga Zajednice u EU-u,

gospodarski subjekt, putem internetskog portala za prodaju i bez odobrenja nositelja žiga, potrošaču koji se nalazi na teritoriju za koji je žig registriran prodaje ili nudi za prodaju ili oglašava na takvom portalu koji je usmjeren prema potrošačima koji se nalaze na tom teritoriju, nositelj žiga može se takvoj prodaji, ponudi za prodaju ili oglašavanju usprotiviti na temelju pravila iz članka 5. Direktive 89/104 ili iz članka 9. Uredbe br. 40/94. Na nacionalnim je sudovima da za svaki pojedini slučaj ocijene postoje li relevantni faktori na temelju kojih se može zaključiti da su ponuda za prodaju ili oglas prikazani na internetskom portalu za prodaju koji je dostupan na teritoriju za koji je žig registriran, upućeni potrošačima na tom teritoriju.

### 3. Ponuda za prodaju probnih proizvoda i uzoraka

- 68 Nije sporno da su u trenutku kad je sud koji je uputio zahtjev razmatrao činjenice, tužene fizičke osobe također nudile za prodaju na *web*-mjestu [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk) probne proizvode i uzorke koje je L'Oréal besplatno dostavio svojim ovlaštenim distributerima.
- 69 Svojim prvim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita znači li isporuka, od strane nositelja žiga, proizvoda koji nose taj žig i namijenjeni su predstavljanju potrošačima na ovlaštenim maloprodajnim mjestima, te boca koje također nose žig, a iz kojih se mogu pretočiti male količine kao besplatni uzorci za potrošače, stavljanje na tržište u smislu Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94.
- 70 Sud koji je uputio zahtjev utvrdio je u tom smislu da je L'Oréal jasno obavijestio svoje ovlaštene distributere da ne smiju prodavati takve proizvode i boce, koji su i inače često označeni s „nije za prodaju”.
- 71 Kao što je Sud već presudio, ako nositelj žiga stavi žig na predmete koje nudi besplatno radi poticanja prodaje svojih proizvoda, cilj te distribucije ni na koji način nije ulazak samih tih predmeta na tržište (vidjeti presudu od 15. siječnja 2009., *Silberquelle*, C-495/07, Zb., str. I-137., t. 20. do 22.). Kad se takvi predmeti isporučuju besplatno, za njih se u pravilu ne može smatrati da ih je na tržište stavio nositelj žiga.
- 72 Sud je također utvrdio da ako predmete kao što su probni uzorci parfema nositelj žiga označi riječima „za predstavljanje” ili „nije za prodaju”, to ne znači, u odsutnosti dokaza o suprotnom, da postoji odobrenje tog nositelja za stavljanje tih predmeta na tržište (vidjeti gore navedenu presudu *Coty Prestige Lancaster Group*, t. 43., 46. i 48.).
- 73 U tim okolnostima na prvo pitanje treba odgovoriti da kad svojim ovlaštenim distributerima nositelj žiga isporučuje proizvode koji nose taj žig, a namijenjeni su predstavljanju potrošačima na ovlaštenim maloprodajnim mjestima, i boca koje nose žig, a iz kojih se mogu pretočiti male količine kao besplatni uzorci za potrošače, takvi proizvodi, u odsutnosti dokaza o suprotnom, nisu stavljeni na tržište u smislu Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94.

### 4. Stavljanje na tržište proizvoda bez vanjske ambalaže

- 74 Kako to je navedeno u točkama 36., 37. i 51. ove presude, trgovci koji posluju putem eBayovog internetskog portala za prodaju neke su proizvode zaštićene L'Oréalovim žigovima prodavali bez vanjske ambalaže.

- 75 Svojim drugim, trećim i četvrtim pitanjem, sud koji je uputio zahtjev u biti traži da se utvrdi znači li uklanjanje ambalaže s proizvoda kao što su oni u glavnom postupku povredu isključivog prava nositelja žiga kojim su ti proizvodi označeni, čime se dakle nositelju daje pravo da se usprotivi daljnjoj prodaji takvih proizvoda bez vanjske ambalaže.
- 76 S obzirom na činjenicu da su proizvodi iz glavnog postupka bez vanjske ambalaže većinom kozmetički proizvodi, sud koji je uputio zahtjev traži da se na ta pitanja odgovori uzimajući u obzir članak 6. stavak 1. Direktive 76/768, u skladu s kojim se kozmetički proizvodi mogu stavljati na tržište samo ako je na spremnicima i ambalaži naveden, među ostalim, identitet proizvođača ili osoba odgovorna za stavljanje proizvoda na tržište, sastav proizvoda (sadržaj i popis sastojaka), uporaba proizvoda (funkcija i posebne predostrožnosti koje treba poštovati pri uporabi) te čuvanje proizvoda (minimalni rok trajanja). U vezi s tim u biti pita može li se nositelj žiga, na temelju svojih isključivih prava iz Direktive 89/104 ili, u slučaju žiga Zajednice iz Uredbe br. 40/94, usprotiviti daljnjoj prodaji proizvoda koji nose taj žig kada se ti proizvodi stavljaju na tržište protivno članku 6. stavku 1. Direktive 76/768.
- 77 L'Oréal tvrdi, kao i francuska, poljska i portugalska vlada te Komisija da bez obzira na to je li prekršena Direktiva 76/768 ili ne, vanjska ambalaža jest bitan dio imidža parfema i kozmetičkih proizvoda. Posljedično, nositelj žiga koji se nalazi na tim proizvodima i na njihovoj ambalaži trebao bi imati mogućnost protiviti se daljnjoj prodaji takvih proizvoda bez vanjske ambalaže. Suprotno tome, eBay tvrdi da u sektoru parfema i kozmetike prestižan i luksuzan imidž proizvodima daje boca ili posuda u kojoj se proizvod nalazi, a ne vanjska ambalaža.
- 78 Kao prvo, uzimajući u obzir široki asortiman parfema i kozmetike, pitanje šteti li uklanjanje ambalaže s takvih proizvoda njihovom izgledu i na taj način ugledu žiga koji nose, mora se preispitati za svaki pojedini slučaj. Kao što je nezavisni odvjetnik naglasio u točkama 71. do 74. svog mišljenja, kad se parfemi ili kozmetički proizvodi izlažu bez ambalaže to može koji put učinkovito pridonijeti prestižnom i luksuznom izgledu proizvoda, dok u drugim slučajevima uklanjanje ambalaže ima zapravo štetan učinak na imidž proizvoda.
- 79 Takva se šteta može dogoditi kad je u predstavljanju imidža proizvoda koji je osmislio vlasnik žiga i njegovi ovlaštene distributeri vanjsko pakiranje jednako važno kao boca ili posuda, ili još važnije od njih. Moguće je da i nenavođenje nekih podataka zahtijevanih u skladu s člankom 6. stavkom 1. Direktive 76/768 šteti imidžu proizvoda. Nositelj žiga mora dokazati postojanje elemenata koji predstavljaju takvu štetu.
- 80 Kao drugo, žig, čija je temeljna funkcija osigurati potrošaču podrijetlo proizvoda, što znači posebno jamstvo da su svi proizvodi koji nose taj žig proizvedeni ili dobavljeni pod nadzorom jednog poduzeća koje je odgovorno za njihovu kvalitetu (vidjeti osobito presudu od 12. studenoga 2002., Arsenal Football Club, C-206/01, Zb., str. I-10273., t. 48. i presudu od 23. travnja 2009., Copad, C-59/08, Zb., str. I-3421., t. 45.).
- 81 Ako neke informacije koje se zahtijevaju po zakonu, kao što su informacije u vezi s identitetom proizvođača ili osobom koja je odgovorna za stavljanje na tržište kozmetičkog proizvoda nedostaju, funkcija žiga u odnosu na podrijetlo je narušena, jer taj

žig gubi temeljni učinak osiguravanja da su proizvodi koje označava dobavljeni pod nadzorom jednog poduzeća koje je odgovorno za njihovu kvalitetu.

82 Kao treće i posljednje valja istaknuti, kao što je to učinio nezavisni odvjetnik u točki 76. svojeg mišljenja, pitanje je li ponuda za prodaju ili prodaja proizvoda zaštićenih žigom bez vanjske ambalaže i stoga bez određenih informacija koje se zahtijevaju u skladu s člankom 6. stavkom 1. Direktive 76/768 kazneno djelo po nacionalnom pravu, ne može utjecati na uporabu propisa EU-a u pogledu zaštite intelektualnog vlasništva.

83 Uzimajući u obzir gore navedeno, na drugo, treće i četvrto pitanje treba odgovoriti da članak 5. Direktive 89/104 i članak 9. Uredbe br. 40/94 treba tumačiti tako da se, na temelju isključivih prava koja proizlaze iz žiga, nositelj žiga može protiviti daljnjoj prodaji proizvoda kao što su oni u glavnom postupku, jer je osoba koja dalje prodaje proizvode uklonila ambalažu, a posljedica takvog uklanjanja je da nedostaju bitne informacije, kao što su informacije o identitetu proizvođača ili osobe odgovorne za stavljanje na tržište kozmetičkog proizvoda. Čak i ako uklanjanje ambalaže nema za posljedicu nedostatak tih informacija, nositelj žiga se ipak može protiviti daljnjoj prodaji nepakiranih parfema ili kozmetičkih proizvoda označenih žigom ako ustanovi da je uklanjanje ambalaže naštetilo imidžu proizvoda, a time i ugledu žiga.

B – Peto i šesto pitanje u vezi s oglašavanjem koje za svoje *web*-mjesto i proizvode koji se na njoj nude obavlja operater internetskog portala za prodaju

84 Jasno je iz činjenica iz glavnog postupka sažetih u točkama 39. do 42. ove presude da je eBay, odabirom ključnih riječi u pretraživaču Google koje odgovaraju L'Oréalovim žigovima osigurao da se, čim korisnici interneta obave pretragu koristeći te riječi u pretraživaču, pojavi sponzorirana poveznica na *web*-mjesto [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk), popraćena marketinškom porukom o mogućnosti kupovine, putem toga mjesta, proizvoda koji nose traženi žig. Ta je promotivna poveznica bila navedena u rubrici „sponzorirane poveznice” koja se nalazila ili u desnom ili u gornjem dijelu zaslona s ispisom rezultata pretrage putem Googlea.

85 Nije sporno da je u takvim okolnostima operater internetskog portala za prodaju oglašivač. Operater osigurava prikazivanje poveznica i poruka koje, kao što je nezavisni odvjetnik istaknuo u točki 89. svog mišljenja, predstavljaju oglašavanje ne samo za određene ponude za prodaju na tom internetskom portalu za prodaju, već i za sam portal. Oglašavanje, koje između drugih primjera navodi sud koji je uputio zahtjev i izneseno je u točkama 40. i 42. ove presude, odražava tu praksu.

86 Svojim petim i šestim pitanjem, koje je primjereno razmotriti zajedno, sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li članak 5. stavak 1. točku (a) Direktive 89/104 i članak 9. stavak 1. točku (a) Uredbe br. 40/94 tumačiti tako da nositelj žiga ima pravo operateru internetskog portala za prodaju zabraniti da na temelju ključne riječi koja je identična njegovom žigu, a koju je taj operater bez odobrenja nositelja žiga odabrao u okviru internetske usluge referenciranja, oglašava tu internetsku stranicu i proizvode navedenog žiga koji se na njoj nude na prodaju.

87 U pogledu internetskog oglašavanja na temelju ključnih riječi koje odgovaraju žigovima, Sud je već utvrdio da je ključna riječ sredstvo koje oglašivač koristi kako bi potaknuo prikazivanje svog oglasa i stoga se radi o uporabi „u trgovačkom prometu” u smislu

članka 5. stavka 1. Direktive 89/104 i članka 9. Uredbe br. 40/94 (presuda od 23. ožujka 2010., Google France i Google, C-236/08 do C-238/08, Zb., str. I-2417., t. 51. i 52., i presuda od 25. ožujka 2010., BergSpechte, C-278/08, Zb., str. I-2517., t. 18.).

- 88 Kako bi se ustanovilo ispunjava li oglašavanje takve vrste također i druge uvjete koji moraju biti ispunjeni u skladu s člankom 5. stavkom 1. točkom (a) Direktive 89/104 i člankom 9. stavkom 1. točkom (a) Uredbe br. 40/94 da bi mu se nositelj žiga mogao usprotiviti, potrebno je ispitati, prvo, odnose li se oglasi kao što su oni koje eBay prikazuje pomoću internetske usluge referenciranja kakvu osigurava Google, na robu ili usluge identične onima za koje je žig registriran, i drugo, imaju li takvi oglasi štetan učinak ili bi mogli nanijeti štetu jednoj od funkcija žiga (vidjeti gore navedenu presudu Bergspechte, t. 21.).
- 89 U tom pogledu najprije valja istaknuti da u dijelu u kojem je ključne riječi koje odgovaraju L'Oréalovim žigovima eBay koristio za promidžbu vlastite usluge omogućavanja dostupnosti portala za internetsku prodaju prodavateljima i kupcima proizvoda, ta se uporaba nije odnosila ni na robu ni na usluge „istovjetne onima za koje je žig registriran” u smislu članka 5. stavka 1. točke (a) Direktive 89/104 i članka 9. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 40/94 ni za robu ili usluge slične onima za koje je žig registriran u smislu stavka 1. točke (b) tih članaka.
- 90 Način na koji eBay koristi znakove koji odgovaraju žigovima društva L'Oréal u svrhu promidžbe svog portala za internetsku prodaju, tim će se više moći ispitati na temelju članka 5. stavka 2. Direktive 89/104 i članka 9. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 40/94, jer te odredbe utvrđuju širu zaštitu uglednih žigova od one koja je predviđena u članku 5. stavku 1. točki (a) ili članku 9. stavku 1. točki (b) i odnose se, među ostalim, na situaciju kad treća osoba koristi znakove koji odgovaraju takvim žigovima za proizvode ili usluge koji nisu slični proizvodima ili uslugama za koje su ti žigovi registrirani.
- 91 Nadalje, valja ustvrditi da u mjeri u kojoj je ključne riječi koje odgovaraju L'Oréalovim žigovima eBay koristio za promidžbu ponuda za prodaju žigom zaštićenih proizvoda koji dolaze od prodavatelja koji su njegovi klijenti, ta se uporaba odnosila na proizvode ili usluge istovjetne onima za koje su ti žigovi registrirani. U tom smislu valja upozoriti da se riječi „za proizvode ili usluge” ne odnose isključivo na proizvode ili usluge treće strane koja koristi znakove koji odgovaraju žigovima, već se mogu također odnositi i na proizvode ili usluge drugih osoba. Naime, činjenica da znak koji odgovara žigu, gospodarski subjekt koristi za robu koja nije njegova roba, u smislu da nema vlasnička prava za nju, sama po sebi ne sprječava da takva uporaba ulazi u područje primjene članka 5. Direktive 89/104 i članka 9. Uredbe 40/94 (vidjeti gore navedenu presudu Google France i Google, t. 60. i rješenje od 19. veljače 2009., UDV North America, C-62/08, Zb., str. I-1279., t. 43.).
- 92 Uzimajući u obzir situaciju u kojoj ponuđač usluge koristi znak koji odgovara žigu druge osobe za promidžbu robe koju putem te usluge stavlja na tržište jedan od njegovih klijenata, Sud smatra da takva uporaba ulazi u područje primjene članka 5. stavka 1. Direktive 89/104 i članka 9. stavka 1. Uredbe br. 40/94 kad je ta uporaba takva da se uspostavlja poveznica između navedenog znaka i takve usluge (vidjeti gore navedenu odluku UDV North America, t. 47. i navedenu sudsku praksu).

- 93 Kao što su istaknuli nezavisni odvjetnik u točki 89. svog mišljenja i francuska vlada na raspravi, takva poveznica postoji u okolnostima kakve su one u postupku pred sudom koji je uputio zahtjev. Naime, oglasi koje prikazuje eBay stvaraju očitu povezanost između robe zaštićene žigom koja je spomenuta u oglasima i mogućnosti njihove kupnje putem eBaya.
- 94 Naposljetku, u pogledu pitanja ima li korištenje ključne riječi koja odgovara žigu štetan učinak na jednu od funkcija žiga, Sud je već presudio u drugim predmetima da takav štetan učinak postoji u slučaju kada takvo oglašavanje obaviještenim i u razumnoj mjeri pozornim korisnicima interneta ne omogućava ili im tek otežano omogućava da utvrde potječu li ti proizvodi ili usluge iz oglasa od nositelja žiga ili poduzeća s njim gospodarski povezanog ili, suprotno, od treće strane (gore navedena presuda Google France i Google, t. 99.; i presuda od 8. srpnja 2010., Portakabin i Portakabin, C-558/08, Zb., str. I-6963., t. 54.).
- 95 U tim okolnostima treba upozoriti da je potreba preglednosti prikazivanja oglasa na internetu naglašena u zakonodavstvu EU-a o elektroničkom poslovanju. Uzimajući u obzir interese poštene trgovine i zaštite potrošača, članak 6. Direktive 2000/31 utvrđuje pravilo da fizička ili pravna osoba u čije se ime šalje komercijalno priopćenje, koje je dio usluge informacijskog društva, mora biti jasno prepoznatljiva (gore navedena presuda Google France i Google, t. 86.).
- 96 Iz oglasa operatera internetskog portala za prodaju koji prikazuje operater pretraživača mora se u svakom slučaju vidjeti identitet operatera internetskog portala za prodaju kao i činjenica da se oglašeni proizvodi koji su zaštićeni žigom prodaju preko internetskog portala za prodaju kojim taj operater upravlja.
- 97 S obzirom na gore navedeno, na peto i šesto pitanje valja odgovoriti da članak 5. stavak 1. točku (a) Direktive 89/104 i članak 9. stavak 1. točku (a) Uredbe br. 40/94 treba tumačiti na način da nositelj žiga ima pravo operateru internetskog portala za prodaju zabraniti oglašavanje na temelju ključne riječi koja je istovjetna njegovom žigu, a koju je taj operater u okviru internetske usluge referenciranja odabrao za oglašavanje proizvoda koji nose taj žig i prodaju se na navedenom portalu, kada takvo oglašavanje obaviještenim i u razumnoj mjeri pozornim korisnicima interneta ne omogućava ili im otežano omogućava utvrđenje o tome potječu li ti proizvodi od nositelja žiga ili s njim gospodarski povezanog poduzeća ili, suprotno, od treće strane.
- C – Osmo pitanje o upotrebi znakova koji odgovaraju žigovima u ponudama za prodaju, u ponudama oglašenima na *web*-mjestu operatera internetskog portala za prodaju
- 98 Svojim osmim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita kako, s obzirom na Direktivu 89/104 i Uredbu br. 40/94, treba kvalificirati prikazivanje znakova koji su istovjetni ili slični žigovima, na *web*-mjestu operatera internetskog portala za prodaju.
- 99 U tom pogledu najprije valja istaknuti da u poslovanju preko internetskih portala za prodaju, usluga koju pruža operater takvog portala uključuje oglašavanje ponuda za prodaju koje dolaze od prodavatelja koji su njegovi klijenti.

- 100 Nadalje valja ustvrditi da kad se takve ponude odnose na proizvode zaštićene žigom, na *web*-mjestu operatera internetskog portala za prodaju neizbježno će se pojavljivati znakovi istovjetni ili slični žigovima.
- 101 Iako se u takvim okolnostima ti znakovi „koriste” na navedenom *web*-mjestu, to ne znači da ih operater portala za internetsku prodaju upotrebljava u smislu Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94.
- 102 Naime, ako treća osoba namjerava koristiti znak koji je istovjetan ili sličan žigu nositelja u smislu članka 5. Direktive 89/104 i članka 9. Uredbe br. 40/94, to znači, u najmanju ruku, da ta treća osoba koristi znak u okviru vlastitog trgovačkog komuniciranja. Ako ta treća osoba osigurava uslugu kojom svojim klijentima omogućava da se u okviru njihovih poslovnih aktivnosti, kao što su njihove ponude za prodaju, na njenom *web*-mjestu prikazuju znakovi koji odgovaraju žigovima, ona sama na tom *web*-mjestu te znakove ne koristi u smislu zakonodavstva EU-a (vidjeti u tom smislu gore navedenu presudu Google France i Google, t. 56. i 57.).
- 103 Kako su istaknuli, među ostalim, vlada Ujedinjene Kraljevine i Komisija na raspravi i nezavisni odvjetnik u točkama 119. i 120. svog mišljenja, proizlazi da znakove istovjetne ili slične žigovima u ponudama za prodaju prikazanim na internetskim portalima za prodaju koriste prodavatelji koji su klijenti operatera tog portala za internetsku prodaju, a ne sam operater.
- 104 Ako operater svojim klijentima dozvoljava tu uporabu, njegovu ulogu nije moguće ocijeniti u okviru Direktive 89/104 ili Uredbe br. 40/94, već je tu ulogu potrebno ispitati s aspekta drugih pravnih propisa, kao što su oni iz Direktive 2000/31, a posebno iz njezinog odjeljka 4. poglavlja II., koji se odnosi na „odgovornost posrednih davatelja usluga” u elektroničkom poslovanju i sadrži članke od 12. do 15. te direktive (vidjeti, po analogiji, Google France i Google, t. 57.).
- 105 S obzirom na gore navedeno, na osmo pitanje valja odgovoriti da operater portala za internetsku prodaju ne „koristi” u smislu članka 5. Direktive 89/104 ili članka 9. Uredbe br. 40/94 znakove koji su istovjetni ili slični žigovima koji se nalaze u ponudama za prodaju prikazanim na njegovom *web*-mjestu.

D – Deveto pitanje koje se odnosi na odgovornost operatera internetskog portala za prodaju

- 106 Svojim devetim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita,
- je li usluga koju pruža operater internetskog portala za prodaju obuhvaćena člankom 14. stavkom 1. Direktive 2000/31 (hosting) i, ako je odgovor potvrđan,
  - u kojim se okolnostima može zaključiti da operater internetskog portala za prodaju „ima saznanje” u smislu članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31.
1. Smještaj informacija na poslužitelju (hosting) koje operateru internetskog portala za prodaju dostavljaju prodavatelji koji su njegovi klijenti

- 107 Kao što je Sud već utvrdio, članci od 12. do 15. Direktive 2000/31 nastoje ograničiti situacije u kojima je moguće u skladu s važećim nacionalnim pravom u tom području posredne davatelje usluga informacijskog društva smatrati odgovornima. Uvjete za utvrđivanje takve odgovornosti stoga treba tražiti u okviru nacionalnog prava, pri čemu se ipak podrazumijeva da na temelju članaka 12. do 15. Direktive 2000/31 u nekim slučajevima nije moguće ustanoviti odgovornost navedenih posrednih davatelja usluga (gore navedena presuda Google France i Google, t. 107.).
- 108 Iako je na sudu koji je uputio zahtjev da odredi uvjete za nastajanje odgovornosti koju L'Oréal ističe protiv eBaya, zadaća je Suda ispitati može li se operater internetskog portala za prodaju pozvati na izuzeće od odgovornosti predviđeno Direktivom 2000/31.
- 109 Kako navode, među ostalim, vlada Ujedinjene Kraljevine, poljska vlada i Komisija, kao i nezavisni odvjetnik u točki 134. svog mišljenja, internetska usluga namijenjena omogućavanju kontakta između prodavatelja i kupaca proizvoda u načelu jest usluga u smislu Direktive 2000/31. Ta se direktiva odnosi, kako je navedeno u njenom naslovu, na „usluge informacijskog društva, a posebno na elektroničko poslovanje”. Očito je iz definicije „usluge informacijskog društva”, navedene u točkama 8. i 9. ove presude da taj pojam obuhvaća usluge koje se pružaju na daljinu putem elektroničke opreme za obradu i pohranu podataka, na osobni zahtjev korisnika usluge i uobičajeno uz naknadu. Jasno je da poslovanje internetskog portala za prodaju može objedinjavati sve te elemente.
- 110 U pogledu internetskog portala za prodaju koji je predmet u glavnom postupku, nije sporno da eBay pohranjuje, odnosno memorira na svom poslužitelju podatke koje mu dostave njegovi klijenti. Tu operaciju pohranjivanja eBay obavi svaki put kad klijent kod njega otvori račun prodavatelja i dostavi podatke o svojim ponudama za prodaju. Osim toga, eBay uobičajeno prima naknadu, jer zaračunava postotak na vrijednost transakcija obavljenih na temelju navedenih ponuda za prodaju.
- 111 Međutim, činjenica da usluga koju omogućava operater internetskog portala za prodaju uključuje pohranu podataka koje mu dostavljaju prodavatelji koji su njegovi klijenti, sama po sebi nije dovoljna da se zaključi da je ta usluga, u svakom slučaju, obuhvaćena područjem primjene članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31. Tu odredbu, naime, nije moguće tumačiti samo u odnosu na njezin tekst, već je treba tumačiti u odnosu na kontekst u kojem se događa i na ciljeve koji se žele ostvariti pravilima kojih je dio (vidjeti po analogiji presudu od 16. listopada 2008., Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, C-298/07, Zb., str. I-7841., t. 15. i navedenu sudsku praksu).
- 112 U tom pogledu Sud je već pojasnio da, kako bi davatelj internetskih usluga bio obuhvaćen područjem primjene članka 14. Direktive 2000/31, bitno je da je davatelj „posredni davatelj” u skladu sa značenjem koje mu daje zakonodavac u okviru odjeljka 4. poglavlja II. te direktive (vidjeti Google France i Google, t. 112.).
- 113 To ne vrijedi ako davatelj usluge, umjesto da se ograniči na neutralno pružanje te usluge putem tehničke i automatske obrade podataka koje mu dostavljaju njegovi klijenti, ima aktivnu ulogu zbog koje bi mogao imati saznanja o takvim podacima ili ih nadzirati (gore navedena presuda Google France i Google, t. 114. i 120.).

- 114 Iz spisa i iz opisa iz točaka od 28. do 31. ove presude očito je da eBay obrađuje podatke koje mu dostave prodavatelji koji su njegovi klijenti. Prodaja koja je moguća na temelju tih ponuda odvija se po pravilima koja određuje eBay. U nekim slučajevima eBay također osigurava pomoć čija svrha je optimizirati ili promicati neke ponude za prodaju.
- 115 Kao što je vlada Ujedinjene Kraljevine ispravno primijetila, sama činjenica da operater internetskog portala za prodaju pohranjuje ponude za prodaju na svom poslužitelju, određuje uvjete korištenja svoje usluge, prima naknadu za tu uslugu i daje opće informacije svojim klijentima, ne može imati učinak da mu se uskrati izuzeće od odgovornosti predviđeno Direktivom 2000/31 (vidjeti po analogiji Google France i Google, t. 116.).
- 116 U slučaju kada je, za razliku od toga, navedeni operater pružao pomoć koja uključuje posebice optimizaciju predstavljanja ponuda za prodaju ili njihovo promicanje, valja ustanoviti da on nije zauzeo neutralan položaj između dotičnog prodavatelja koji je njegov klijent i potencijalnih kupaca, već da je imao aktivnu ulogu zbog koje je mogao imati saznanja o podacima ili nadzirati podatke o tim ponudama. U tom slučaju ne bi se mogao pozivati, s obzirom na te podatke, na izuzeće od odgovornosti iz članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31.
- 117 Na sudu koji je uputio zahtjev je da ispita je li eBay, u vezi s ponudama za prodaju koje su predmet u glavnom postupku pred tim sudom, imao ulogu kao što je ona opisana u prethodnoj točki.
2. Posjedovanje „saznanja” od strane operatera internetskog portala za prodaju
- 118 Ako sud koji je uputio zahtjev zaključi da eBay nije postupao na način opisan u točki 116. ove presude, na njemu je da provjeri je li eBay u okolnostima iz glavnog postupka ispunio uvjete iz članka 14. stavka 1. točaka (a) i (b) Direktive 2000/31 kojima podliježe pravo na izuzeće od odgovornosti (vidjeti po analogiji Google France i Google, t. 120.).
- 119 U situaciji u kojoj se taj davatelj ograničio na čisto tehničko i automatsko postupanje s podacima i u kojoj se posljedično na nju može primijeniti pravilo iz članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31, on može na temelju navedenog stavka 1. biti oslobođen bilo kakve odgovornosti za nezakonite podatke koje je uskladištio pod uvjetom da nema „stvarnog znanja o protuzakonitoj aktivnosti ili informacijama” i da, što se tiče zahtjeva za naknadu štete, ne zna „za činjenice ili okolnosti iz kojih bi bila vidljiva protuzakonita aktivnost ili informacije” ili da je, nakon što je to saznao, odmah djelovao kako bi uklonio predmetne podatke ili im onemogućio pristup.
- 120 S obzirom na to da predmet u glavnom postupku može imati za posljedicu odštetni zahtjev, na sudu koji je uputio zahtjev je da provjeri je li eBay u odnosu na dotične ponude za prodaju i njihovu moguću povredu L’Oréalovih žigova bio „svjestan činjenica ili okolnosti iz kojih bi bila vidljiva protuzakonita aktivnost ili informacije”. Uzimajući u obzir gore navedeno, kako bi se davatelju usluga informacijskog društva uskratilo pravo na izuzeće od odgovornosti predviđeno u članku 14. Direktive 2000/31, dovoljno je da je bio svjestan činjenica ili okolnosti na temelju kojih bi savjestan gospodarski subjekt morao uočiti dotične nezakonitosti i postupiti u skladu s člankom 14. stavkom 1. točkom (b) Direktive 2000/31.

- 121 Osim toga, kako se pravilima iz članka 14. stavka 1. točke (a) Direktive 2000/31 ne bi oduzeo koristan učinak, treba ih tumačiti na način da se odnose na bilo koju situaciju u kojoj dotični davatelj usluge na bilo koji način postane svjestan takvih činjenica ili okolnosti.
- 122 Takve situacije uključuju posebice one u kojima operater internetskog portala za prodaju otkrije, kao rezultat istrage pokrenute na vlastitu inicijativu, nezakonite aktivnosti ili nezakonite informacije, kao i situacije kad je obaviješten o postojanju takvih aktivnosti ili informacija. U drugom slučaju, iako takva obavijest doduše ne može automatski isključiti izuzeće od odgovornosti predviđeno u članku 14. Direktive 2000/31, s obzirom da se obavijesti o navodnim nezakonitim aktivnostima ili informacijama mogu pokazati nedovoljno preciznima ili neodgovarajuće utemeljenima, ostaje činjenica da takva obavijest predstavlja, kao opće pravilo, čimbenik koji nacionalni sud mora uzeti u obzir kad u okviru informacija dostavljenih operateru određuje je li operater uistinu bio upoznat s činjenicama ili okolnostima na temelju kojih bi savjestan gospodarski subjekt trebao uočiti postojanje nezakonitosti.
- 123 S obzirom na gore navedeno, na deveto pitanje valja odgovoriti da članak 14. stavak 1. Direktive 2000/31 treba tumačiti na način da se primjenjuje na operatera internetskog portala za prodaju u slučaju kada taj operater nije imao aktivnu ulogu koja bi mu omogućila da ima saznanje o ili nadzor nad pohranjenim podacima. Operater ima takvu ulogu kad pruža pomoć koja obuhvaća posebice optimizaciju predstavljanja dotičnih ponuda za prodaju ili njihovo promicanje.
- 124 Ako operater internetskog portala za prodaju nije imao aktivnu ulogu u smislu prethodne točke i njegovo pružanje usluge stoga ulazi u područje primjene članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31, operater se ipak ne može, u slučaju koji može imati za posljedicu odštetni zahtjev, pozvati na izuzeće od odgovornosti predviđeno u toj odredbi ako je bio svjestan činjenica ili okolnosti na temelju kojih bi savjestan gospodarski subjekt trebao shvatiti da su dotične ponude za prodaju bile nezakonite, i u tom slučaju posjedujući takvo saznanje, propustio žurno djelovati u skladu s člankom 14. stavkom 1. točkom (b) Direktive 2000/31.

E – Deseto pitanje koje se odnosi na sudske naloge protiv operatera internetskog portala za prodaju

- 125 Svojim desetim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita,
- zahtijeva li članak 11. Direktive 2004/48 od država članica da osiguraju nositeljima prava intelektualnog vlasništva mogućnost da protiv operatera *web*-mjestu, kao što je operater internetskog portala za prodaju, putem kojeg su povrijeđena njihova prava, zahtijevaju izdavanje sudskih naloga kojima se tom operateru naređuje poduzimanje mjera za sprječavanje budućih povreda tih prava, a ako je odgovor potvrđan,
  - koje to mjere mogu biti.
- 126 eBay smatra da se sudski nalog u smislu članka 11. Direktive 2004/48 može odnositi samo na specifične i jasno definirane povrede prava intelektualnog vlasništva. L'Oréal, vlada Ujedinjene Kraljevine, francuska, talijanska, poljska i portugalska vlada i Komisija

smatraju da se sudski nalozi mogu također odnositi na sprječavanje budućih povreda, pod uvjetom da se poštuju određena ograničenja.

- 127 Kako proizlazi iz odluke kojom se upućuje prethodno pitanje, postavljeno pitanje odnosi se posebno na treću rečenicu članka 11. Direktive 2004/48, prema kojoj države članice moraju osigurati „da nositelji prava mogu zatražiti sudski nalog protiv posrednika čije usluge koristi treća stranka [strana] za povredu prava intelektualnog vlasništva [...]”. Tim se pitanjem pita obvezuje li ta odredba države članice da osiguraju da se operater internetskog portala za prodaju može, neovisno o njegovoj možebitnoj osobnoj odgovornosti u spornim događajima, prisiliti da osim mjera za prestanak povreda prava intelektualnog vlasništva koje uzrokuju korisnici tih usluga poduzme i mjere za sprečavanje daljnjih povreda te vrste.
1. Obveza država članica da ovlaste svoje sudove da protiv davatelja internetskih usluga izdaju sudske naloge za poduzimanje mjera za sprječavanje budućih povreda prava intelektualnog vlasništva
- 128 Kako bi se odredilo odnose li se sudski nalozi iz treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48 i na sprječavanje daljnjih povreda, valja najprije navesti da se korištenje izraza „sudski nalog” u trećoj rečenici članka 11. bitno razlikuje od korištenja izraza „sudski nalog čiji je cilj zabrana daljnjeg vršenja povrede” iz prve rečenice istog članka, pri čemu taj izraz označava sudske naloge koji se mogu uputiti kršiteljima prava intelektualnog vlasništva.
- 129 Kao što je posebno istaknula poljska vlada, tu se razliku može objasniti činjenicom da sudski nalog protiv počinitelja povrede uključuje, logično, sprječavanje te osobe da nastavi s povredama, iako je situacija davatelja usluge putem koje je povreda počinjena složenija i za nju su primjerenije druge vrste sudskih naloga.
- 130 Zbog toga izraz „sudski nalog” iz treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48 nije moguće povezati sa „sudskim nalogom čiji je cilj zabrana daljnjeg vršenja povrede” iz prve rečenice članka 11.
- 131 Nadalje valja istaknuti da, s obzirom na cilj Direktive 2004/48, koji je da države članice moraju osigurati, posebno u informacijskom društvu, učinkovitu zaštitu intelektualnog vlasništva (vidjeti u tom smislu presudu od 29. siječnja 2008., Promusicae, C-275/06, Zb., str. I-271., t. 43.), nadležnost, koja je u skladu s trećom rečenicom članka 11. navedene direktive prenesena na nacionalne sudove, mora im omogućiti da naredе davatelju internetske usluge, kao što je davatelj koji stavlja na raspolaganje internetski portal za prodaju internetskim korisnicima, poduzimanje mjera koje doprinose ne samo okončanju povreda počinjenih putem tog portala za internetsku prodaju, već i sprječavanju daljnjih povreda.
- 132 To tumačenje proizlazi iz članka 18. Direktive 2000/31, kojim se zahtijeva od država članica da osiguraju da mogućnosti tužbe koje su raspoložive na temelju nacionalnog prava u pogledu djelatnosti pružanja usluga informacijskog društva omogućavaju brzo usvajanje mjera „za okončanje bilo kojeg navodnog prekršaja i sprječavanje svakog daljnjeg narušavanja interesa stranaka”.

133 Tumačenje treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48 u skladu s kojim taj članak države članice obavezuje samo da osiguravaju da nositelji prava intelektualnog vlasništva mogu zatražiti sudske naloge protiv davatelja internetskih usluga s ciljem okončanja povrede njihovih prava smanjilo bi područje primjene obveza iz članka 18. Direktive 2000/31, što bi bilo protivno pravilu iz članka 2. stavka 3. Direktive 2004/48, u skladu s kojim Direktiva 2004/48 ne utječe na Direktivu 2000/31.

134 Naposljetku, strogo tumačenje treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48 ne bi bilo u skladu s uvodnom izjavom 24. te direktive, u kojoj se navodi da bi, ovisno o pojedinom slučaju, te ako to opravdavaju okolnosti, trebalo propisati mjere čiji je cilj sprečavanje daljnjih povreda prava intelektualnog vlasništva.

## 2. Mjere određene protiv davatelja internetskih usluga

135 Kao što je razvidno iz uvodne izjave 23. Direktive 2004/48, pravila o sudskim nalogima koje države članice moraju osigurati na temelju treće rečenice članka 11. te direktive, kao što su oni koji se odnose na uvjete koje treba ispuniti i postupak koji treba slijediti, obuhvaćena su nacionalnim pravom.

136 Ta pravila nacionalnog prava ipak moraju biti uređena tako da omogućuju ostvarenje ciljeva direktive (vidjeti osobito, u odnosu na načelo učinkovitosti, presude od 14. prosinca 1995., Van Schijndel i van Veen, C-430/93 i C-431/93, Zb., str. I-4705., t. 17.; od 7. lipnja 2007., van der Weerd i dr., C-222/05 do C-225/05, Zb., str. I-4233., t. 28. i od 6. svibnja 2010., Club Hotel Loutraki i dr., C-145/08 i C-149/08, Zb., str. I-4165., t. 74.). U tom smislu treba podsjetiti da u skladu s člankom 3. stavkom 2. Direktive 2004/48, dotične mjere moraju biti učinkovite i odvrćajuće.

137 Osim toga, s obzirom na činjenicu, navedenu u odluci kojom se upućuje prethodno pitanje i u točki 24. ove presude, da Ujedinjena Kraljevina nije donijela posebna pravila za provedbu treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48, treba podsjetiti da je sud koji je uputio zahtjev obavezan, kada primjenjuje nacionalno pravo, koliko god je to moguće, uzimati u obzir tekst i svrhu treće rečenice članka 11. (vidjeti po analogiji presudu od 13. studenoga 1990., Marleasing, C-106/89, Zb., str. I-4135., t. 8. i od 23. travnja 2009., Angelidaki i dr., C-378/07 do C-380/07, Zb., str. I-3071., t. 106.).

138 Pravila koja uvedu države članice isto kao i njihova primjena od strane nacionalnih sudova moraju također poštovati ograničenja iz Direktive 2004/48 i iz drugih izvora prava na koje se ta direktiva odnosi.

139 Prvo, iz članka 15. stavka 1. Direktive 2000/31 u vezi s člankom 2. stavkom 3. Direktive 2004/48 razvidno je da mjere koje se zahtijevaju od pružatelja dotičnih internetskih usluga ne mogu uključivati aktivan nadzor svih podataka svih njegovih klijenata kako bi se spriječila bilo koja buduća povreda prava intelektualnog vlasništva putem *web*-mjestu tog pružatelja. Osim toga, takva obveza općeg nadzora ne bi bila sukladna s člankom 3. Direktive 2004/48, u kojem se navodi da mjere na koje se ta direktiva odnosi moraju biti pravične i proporcionalne i ne smiju biti pretjerano skupe.

140 Drugo, kako je razvidno iz članka 3. Direktive 2004/48, sud koji izdaje sudski nalog mora osigurati da propisane mjere ne stvaraju prepreke legitimnoj trgovini. To znači da u

slučaju kao što je onaj pred sudom koji je uputio zahtjev, koji se odnosi na moguće povrede žiga u okviru usluge koju pruža operater internetskog portala za prodaju, predmet ili učinak sudskog naloga izdanog protiv takvog pružatelja ne može biti uvođenje opće i trajne zabrane prodaje proizvoda zaštićenih tim žigovima na tom internetskom portalu.

- 141 Unatoč ograničenjima opisanima u prethodnim točkama, protiv pružatelja usluga kao što su operateri internetskih portala za prodaju moguće je izdavati sudske naloge koji su ujedno učinkoviti i proporcionalni. Kao što je nezavisni odvjetnik naveo u točki 182. svog mišljenja, ako operater internetskog portala za prodaju ne odluči na vlastitu inicijativu isključiti počinitelja povrede prava intelektualnog vlasništva kako bi se spriječile daljnje povrede iste vrste od strane istog trgovca u pogledu istih žigova, moguće ga je na to prisiliti putem sudskog naloga.
- 142 Osim toga, kako bi se osiguralo pravo na djelotvoran pravni lijek protiv osoba koje su korištenjem internetskih usluga počinile povredu prava intelektualnog vlasništva, operateru internetskog portala za prodaju može se naložiti poduzimanje mjera za lakšu identifikaciju prodavatelja koji su njegovi klijenti. U tom smislu, kako je L'Oréal ispravno primijetio u svojim pisanim očitovanjima i kako je razvidno iz članka 6. Direktive 2000/31, iako je zasigurno neophodno poštovati zaštitu osobnih podataka, neosporno je da kad počinitelj povrede djeluje u poslovnom prometu, a ne u smislu privatne razmjene, ta osoba mora biti jasno identificirana.
- 143 Mjere koje su neiscrpno opisane u prethodnim točkama, kao i bilo koje druge mjere koje se mogu nametnuti u obliku sudskog naloga u smislu treće rečenice članka 11. Direktive 2004/48 moraju osigurati pravednu ravnotežu između gore spomenutih različitih prava i interesa (vidjeti po analogiji gore navedenu presudu *Promusicae*, t. 65. do 68.).
- 144 S obzirom na gore navedeno, na deseto pitanje valja odgovoriti da treću rečenicu članka 11. Direktive 2004/48 treba tumačiti na način da od država članica zahtijeva da osiguraju da nacionalni sudovi nadležni za zaštitu prava intelektualnog vlasništva mogu operateru internetskog portala za prodaju naložiti poduzimanje mjera koje doprinose ne samo okončanju povreda tih prava od strane korisnika tog portala za prodaju, već i sprječavanju daljnjih povreda takve vrste. Ti sudski nalozi moraju biti učinkoviti, proporcionalni i odvrćući i ne smiju stvarati zapreke legitimnoj trgovini.

#### **IV – Troškovi**

- 145 Budući da ovaj postupak ima značaj prethodnog pitanja za stranke glavnog postupka pred sudom koji je uputio zahtjev, na tom je sudu da odluči o troškovima postupka. Troškovi podnošenja očitovanja Sudu, koji nisu troškovi spomenutih stranaka, ne nadoknađuju se.

Slijedom navedenoga, Sud (veliko vijeće) odlučuje:

- 1. U slučaju kada proizvode koji se nalaze u trećoj zemlji i nose žig registriran u državi članici Europske unije ili žig Zajednice i nisu bili prethodno stavljeni na tržište u Europskom gospodarskom prostoru ili u slučaju žiga Zajednice u Europskoj uniji, gospodarski subjekt, putem internetskog portala za prodaju i bez odobrenja nositelja žiga, potrošaču koji se nalazi na teritoriju za koji je žig registriran prodaje ili nudi na prodaju ili oglašava na takvom portalu koji**

je usmjeren prema potrošačima koji se nalaze na tom teritoriju, nositelj žiga može se takvoj prodaji, ponudi za prodaju ili oglašavanju usprotiviti na temelju pravila iz članka 5. Prve direktive Vijeća 89/104/EEZ od 21. prosinca 1988. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima, kako je izmijenjena Sporazumom o Europskom gospodarskom prostoru od 2. svibnja 1992., ili iz članka 9. Uredbe Vijeća (EZ) br. 40/94 od 20. prosinca 1993. o žigu Zajednice. Na nacionalnim je sudovima da ocijene za svaki pojedini slučaj postoje li relevantni faktori na temelju kojih se može zaključiti da su ponuda za prodaju ili oglas prikazani na internetskom portalu za prodaju koji je dostupan na teritoriju za koji je žig registriran, upućeni potrošačima na tom teritoriju.

2. Kad svojim ovlaštenim distributerima nositelj žiga isporučuje proizvode koji su zaštićeni žigom, a namijenjeni su predstavljanju proizvoda potrošačima na ovlaštenim maloprodajnim mjestima, i boce koje nose žig, a iz kojih se mogu pretočiti male količine kao besplatni uzorci za potrošače, takvi proizvodi, u odsutnosti dokaza o suprotnom, nisu stavljeni na tržište u smislu Direktive 89/104 i Uredbe br. 40/94.
3. Članak 5. Direktive 89/104 i članak 9. Uredbe br. 40/94 treba tumačiti tako da se, na temelju isključivih prava koja proizlaze iz žiga, nositelj žiga može protiviti daljnjoj prodaji proizvoda kao što su oni iz glavnog postupka, jer je osoba koja dalje prodaje proizvode uklonila ambalažu, a posljedica takvog uklanjanja je da nedostaju bitne informacije, kao što su informacije o identitetu proizvođača ili osobe odgovorne za stavljanje na tržište kozmetičkog proizvoda. Čak i ako uklanjanje ambalaže nema za posljedicu nedostatak tih informacija, nositelj žiga se ipak može protiviti daljnjoj prodaji nepakiranih parfema ili kozmetičkih proizvoda označenih žigom ako ustanovi da je uklanjanje ambalaže naštetilo imidžu proizvoda i stoga ugledu žiga.
4. Članak 5. stavak 1. točku (a) Direktive 89/104 i članak 9. stavak 1. točku (a) Uredbe br. 40/94 treba tumačiti na način da nositelj žiga ima pravo zabraniti operateru internetskog portala za prodaju da na temelju ključne riječi koja je istovjetna njegovom žigu, a koju je taj operater u okviru internetske usluge referenciranja odabrao za oglašavanje proizvoda koji nose taj žig i prodaju se na navedenom portalu, kada takvo oglašavanje obaviještenim i u razumnoj mjeri pozornim korisnicima interneta ne omogućava ili im otežano omogućava utvrđenje o tome potječu li ti proizvodi od nositelja žiga ili s njim gospodarski povezanog poduzeća ili, suprotno, od treće strane.
5. Operater internetskog portala za prodaju ne „koristi” znakove koji su istovjetni ili slični znakovima koji se pojavljuju u ponudama za prodaju prikazanim na njegovom *web*-mjestu, u smislu članka 5. Direktive 89/104 ili članka 9. Uredbe br. 40/94.
6. Članak 14. stavak 1. Direktive 2000/31/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine („Direktiva o elektroničkoj trgovini”) treba tumačiti tako da se primjenjuje na operatera

internetskog portala za prodaju kad takav operater nije imao aktivnu ulogu zbog koje je mogao imati saznanja o ili nadzor nad pohranjenim podacima.

Operater ima takvu ulogu kad pruža pomoć koja obuhvaća posebice optimizaciju predstavljanja ponuda za prodaju ili njihovo promoviranje.

Ako operater internetskog portala za prodaju nije imao aktivnu ulogu u smislu prethodnog stavka i njegovo pružanje usluge stoga ulazi u područje primjene članka 14. stavka 1. Direktive 2000/31, operater se ipak ne može, u slučaju koji može imati za posljedicu odštetni zahtjev, pozvati na izuzeće od odgovornosti predviđeno u toj odredbi ako je bio svjestan činjenica ili okolnosti na temelju kojih bi savjestan gospodarski subjekt trebao shvatiti da su dotične ponude za prodaju bile nezakonite, i u tom slučaju posjedujući takvo saznanje, propustio žurno djelovati u skladu s člankom 14. stavkom 1. točkom (b) Direktive 2000/31.

7. Treću rečenicu članka 11. Direktive 2004/48/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 29. travnja 2004. o provedbi prava intelektualnog vlasništva treba tumačiti na način da se od država članica zahtijeva da osiguraju da nacionalni sudovi koji su nadležni za zaštitu prava intelektualnog vlasništva mogu operateru internetskog portala za prodaju naložiti poduzimanje mjera koje doprinose ne samo okončanju povreda tih prava od strane korisnika takvog portala za prodaju, već i sprječavanju daljnjih povreda takve vrste. Ti sudski nalozi moraju biti učinkoviti, proporcionalni i odvrćajući i ne smiju stvarati zapreke legitimnoj trgovini.

[Potpisi]

---

\* Jezik postupka: engleski