



As antigas oficinas autorizadas da Daimler não são responsáveis por anúncios que, continuam a associar o seu nome à marca «Mercedes-Benz» na Internet, apesar dos esforços que fizeram as referidas oficinas para obter a sua supressão

Além disso, a Daimler não pode exigir a essas oficinas que diligenciem pela retirada dos referidos anúncios da Internet quando estes não tenham sido encomendados

A Együd Garage é uma empresa húngara especializada na venda e reparação de veículos Mercedes. Durante mais de cinco anos, esteve ligada por um contrato de prestação de serviços pós-venda à Daimler, fabricante alemão dos veículos Mercedes e titular da marca internacional «Mercedes-Benz», cuja proteção se estende igualmente à Hungria. Por força deste contrato, a Együd Garage tinha o direito de usar essa marca e a menção «oficina autorizada da Mercedes Benz» nos seus próprios anúncios.

Na sequência da resolução do contrato, a Együd Garage tentou retirar da Internet todo e qualquer anúncio que pudesse levar o público a considerar que continuava a ter uma relação contratual com a Daimler. Apesar das diligências efetuadas, os anúncios que faziam essa associação continuaram a ser difundidos na Internet e a ser exibidos pelos motores de busca.

A Daimler pediu então ao Fővárosi Törvényszék (Tribunal de Budapeste, Hungria) que condenasse a Együd Garage a retirar da Internet os anúncios em causa e a abster-se de nova infração aos direitos associados à marca. Este órgão jurisdicional pergunta ao Tribunal de Justiça se a diretiva sobre as marcas ¹ permite à Daimler exigir a um parceiro contratual anterior que diligencie ativamente no sentido de evitar causar um prejuízo à sua marca.

No seu acórdão hoje proferido, o Tribunal de Justiça declara que a colocação em linha num sítio Internet de um anúncio publicitário que menciona uma marca constitui um uso da marca pelo anunciante se o mesmo tiver encomendado esse anúncio. Em contrapartida, **já não constitui um uso pelo anunciante a exibição da marca no sítio Internet em causa quando o anunciante tiver expressamente exigido ao operador, ao qual tinha encomendado o anúncio, a sua supressão e este último se tiver absterido de dar seguimento ao pedido.** Com efeito, as omissões desse operador não podem ser imputadas a um anunciante que procura, precisamente, evitar um uso não autorizado da marca em causa.

Na mesma lógica, **o anunciante não pode ser responsabilizado pelos atos e omissões dos operadores de outros sítios Internet e que, sem o seu consentimento, recolheram o anúncio para o publicar no seu próprio sítio.**

Uma vez que a Együd Garage se encontra precisamente nestas situações, **a Daimler não está habilitada a obrigá-la, por via judicial, a fazer cessar a colocação em linha do anúncio controvertido.**

No entanto, o Tribunal de Justiça precisa que o titular da marca pode, por um lado, reclamar ao anunciante a restituição de qualquer vantagem económica que os anúncios ainda em linha lhe

¹ Diretiva 2008/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2008, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas (JO L 299, p. 25).

podem trazer e, por outro, agir contra os operadores de sítios Internet que violam os direitos ligados à sua marca.

NOTA: O reenvio prejudicial permite aos órgãos jurisdicionais dos Estados-Membros, no âmbito de um litígio que lhes seja submetido, interrogar o Tribunal de Justiça sobre a interpretação do direito da União ou sobre a validade de um ato da União. O Tribunal de Justiça não resolve o litígio nacional. Cabe ao órgão jurisdicional nacional decidir o processo em conformidade com a decisão do Tribunal de Justiça. Esta decisão vincula também os outros órgãos jurisdicionais nacionais aos quais seja submetido um problema semelhante.

Documento não oficial, para uso exclusivo dos órgãos de informação, que não envolve a responsabilidade do Tribunal de Justiça.

O [texto integral](#) do acórdão é publicado no sítio CURIA no dia da prolação

Contacto Imprensa: Cristina López Roca ☎ (+352) 4303 3667