

СЪД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ
TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-GUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
CURTEA DE JUSTIȚIE A COMUNITĂȚILOR EUROPENE
SÚDNY DVOR EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Служба „Преса и информация“

ПРЕССЪОБЩЕНИЕ № 75/09

22 септември 2009 година

Заклучение на генералния адвокат по съединени дела C-236/08, C-237/08 и C-238/08

*Google France & Google Inc./Louis Vuitton Malletier, Google France/Viaticum & Luteciel u
Google France/CNRRH, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin & Tiger, franchisee Unicis*

**ГЕНЕРАЛНИЯТ АДВОКАТ POIARES MADURO СЧИТА, ЧЕ GOOGLE НЕ Е
НАРУШИЛ ПРАВАТА ВЪРХУ МАРКАТА, КАТО Е ПОЗВОЛИЛ НА
РЕКЛАМОДАТЕЛИТЕ ДА ЗАКУПЯТ КЛЮЧОВИ ДУМИ, СЪОТВЕТСТВАЩИ НА
РЕГИСТРИРАНИТЕ МАРКИ**

*Отговорността на Google за показване на съдържание в AdWords, която включва
нарушение на правото на марката, все пак може да бъде ангажирана*

Съгласно общностните правила¹ притежателят на марка може да забрани на останалите да използват знака за рекламни цели.

Директивата за електронна търговия² освобождава при определени условия³ доставчиците на услуги на информационното общество от отговорност за информацията, съхранявана по молба на получателя на услугата.

¹ Първа директива на Съвета 89/104/ЕИО от 21 декември 1988 година за сближаване на законодателствата на държавите-членки относно марките (ОВ L 40, 1989 г., стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 1, стр. 92) и Регламент №40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, 1994 г., стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 1, стр. 146).

² Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 година за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар (Директива за електронната търговия) (ОВ L 178, 2000 г., стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 13, том 29, стр. 257).

³ Освобождаването се прилага, когато: (i) налице е услуга на информационното общество; (ii) услугата се състои в съхраняване на информация, предоставяна от получателя на услугата по негова молба; и (iii) доставчикът на услугата не знае в действителност за незаконния характер на информацията или за обстоятелствата, от които следва тази

Google позволява на интернет потребителите свободен достъп до своята търсачка. При въвеждането на ключови думи на потребителите се предоставя списък с общи резултати, подбрани и подредени съобразно връзката им с ключовите думи, определени по обективен критерий.

Google оперира също и в рекламната система наречена „AdWords“, която позволява да се показват ads в отговор на ключовите думи наред с общите резултати. Тези ads обикновено се състоят от кратко търговско послание и линк към интернет страницата на рекламодателя; те се различават от общите резултати по място и дизайн. Чрез AdWords Google позволява на рекламодателите да подберат ключови думи срещу заплащане, така че техните ads да се показват на интернет потребителите в отговор на въведените ключови думи в търсачката на Google. Google поддържа търсачката си с приходите си от AdWords.

Във Франция е заведено дело от притежателите на марката срещу Google относно законосъобразността на употребата на ключови думи, съответстващи на марките в рекламната система Adwords. В това производство е било установено, че като се въвеждат определени марки в търсачката на Google, се предизвиква появата на ads за страниците, които предлагат имитации на обхванатите от марката стоки или подобни стоки на конкурентите.

Cour de cassation, който е сезиран да реши спора като последна инстанция, моли Съда да установи дали Google е извършило нарушение на правото на марката, като е направило достояние такива ключови думи на рекламодателите, и дали дружеството може да отговаря за съдържанието, показано в AdWords.

В представеното си днес заключение генералният адвокат Poiares Maduro предлага да се приеме, че **Google не е извършило нарушение на правото на марката, като е позволило на рекламодателите да подберат в AdWords ключови думи, съответстващи на марките.** Той подчертава, че използването на марките се ограничава до подбора на ключови думи, който е вътрешен за AdWords и засяга само Google и рекламодателите. Когато се подбират ключовите думи, по този начин не се продава стока или услуга на широката общественост. Ето защо такава употреба не може да се счита за употреба, осъществена във връзка с едни и същи стоки или услуги или подобни на тези, обхванати от марките. По същия начин самите рекламодатели не извършват нарушение на правото на марката, като подбират ключови думи в Adwords, съответстващи на марките.

Напротив, генералният адвокат установява, че като показва ads в отговор на ключовите думи, съответстващи на марките, Google установява връзка между тези ключови думи и рекламираните интернет страници, които продават едни и същи стоки или подобни на тези, обхванати от марките. Същата връзка е установена между ключовите думи, които съответстват на марките, и показаните като общи резултати интернет страници.

Според генералния адвокат все пак **такава връзка също не представлява нарушение на правото на марката.** Всъщност самото показване на съответните интернет страници в отговор на ключови думи не е достатъчно да установи вероятността от объркване на част от потребителите относно произхода на стоките и услугите. Интернет потребителите знаят, че като резултат от търсенето в търсачката на Google ще се покаже не само интернет страницата на притежателя на търговската марка, и понякога е възможно те дори да не търсят тази интернет страница. Тези потребители ще направят преценка за

незаконност и надлежно предприема действия за отстраняването ѝ след като узнае за нейната незаконност.

произхода на рекламираните стоки и услуги въз основа на съдържанието на ad и като посещават рекламни интернет страници; нито една преценка не ще се основава само на обстоятелството, че ads се показват след въвеждане на ключовите думи, съответстващи на марки.

Така генералният адвокат припомня, че правата върху марката не могат да се разглеждат като право на собственост в класическия смисъл, което би позволило на притежателя на марката да изключи всякаква друга употреба. Съответно **достъпът на интернет потребителите до информацията относно марката не трябва да се ограничава до или от притежателя на марката** дори ако включва марка, която има добро име. Той отбелязва, че много от интернет страниците, до които интернет потребителите достигат, като въвеждат ключови думи, са напълно легитимни и законни дори ако не са интернет страници на притежателя на марката.

Г-н Poiares Maduro отхвърля и схващането, че действителният или потенциален принос на Google към нарушението на правото на марката от трета страна би трябвало да представлява сам по себе си нарушение. Той застъпва становището, че вместо да може да избегне чрез защита на марката всякаква възможна употреба — включително множество законосъобразни и желателни употреби — **притежателите на марката би трябвало да посочат особени обстоятелства, които водят до възникване на отговорност за Google в контекста на неправомерното увреждане на техните марки.**

В този контекст генералният адвокат установява, че както търсачката на Google, така и AdWords представляват услуги на информационното общество. Той добавя, че доставчиците на услугата, които искат да се възползват от освобождаването от отговорност по директивата за електронна търговия, би трябвало да останат неутрални по отношение на информацията, която те пренасят или съхраняват.

Докато търсачката обаче е неутрално информационно средство, което прилага обективен критерий, за да генерира най-относителните към въведените ключови думи интернет страници, такъв не е случаят с Adwords, при който Google има пряк финансов интерес от това интернет потребителите да кликнат върху линковете с ads.

Съответно, предвиденото в директивата за електронна търговия **освобождаване от отговорност на лицата, които съхраняват информация, не трябва да се прилага към съдържанието, показано в AdWords.**

ЗАБЕЛЕЖКА: Становището на генералния адвокат не обвързва Съда. Задачата на генералните адвокати е да предложат на Съда при пълна независимост правно разрешение на делото, по което са назначени. Съдиите от Съда на Европейските общности пристъпват към разисквания по делото. Решението ще бъде постановено на по-късна дата.

Неофициален документ, предназначен за медиите, който не обвързва Съда.

Езици, на които е преведен документът: BG, ES, DE, EL, EN, FR, IT, NL, PL, PT, RO

Пълният текст на заключението е достъпен на интернет страницата на Съда:

<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=BG&Submit=rechercher&numaff=C-236/08>

*По принцип справка може да се направи в деня на произнасянето, след 12 часа
централноевропейско време.*

За допълнителна информация се свържете с Илияна Палъова

Тел.: (00352) 4303 3708 Факс: (00352) 4303 4719