



Leisdama reklamuotojams nusipirkti jų konkurentų prekių ženklus atitinkančius raktinius žodžius Google nepažeidė prekių ženklų teisės

Reklamuotojai savo ruožtu negali pasinaudodami tokiais raktiniais žodžiais siekti, kad Google rodytų skelbimus, iš kurių interneto vartotojai negali lengvai suprasti, iš kokios įmonės yra kilusios skelbime nurodomos prekės ar paslaugos

Bendrijos prekių ženklų teisė¹ suteikia prekių ženklų savininkams teisę, laikantis tam tikrų sąlygų, uždrausti tretiesiems asmenims naudoti tapačius ar panašius į jų prekių ženklus žymenis ekvivalentiškoms prekėms ar paslaugoms, kurioms tie prekių ženklai įregistruoti.

Google eksploatuoja interneto paieškos sistemą. Kai interneto vartotojas atlieka paiešką pagal vieną ar kelis raktinius žodžius, paieškos sistema mažėjančia tinkamumo tvarka pateikia interneto tinklavietes, kurios labiausiai atitinka šiuos raktinius žodžius. Tokie paieškos rezultatai vadinami „natūraliais“.

Be to, Google siūlo mokamą nuorodų teikimo paslaugą, vadinamą „AdWords“. Ši paslauga leidžia bet kokiam ūkio subjektui, pasirinkus vieną ar kelis raktinius žodžius ir jiems sutapus su interneto vartotojo per paieškos sistemą atliekamoje paieškoje nurodytais vienu ar keliais žodžiais, pateikti reklaminę nuorodą su reklaminiu pranešimu į savo tinklavietę. Toks skelbimas yra pateikiamas rubrikoje „Rėmėjų nuorodos“, kuri yra arba ekrano dešinėje, į dešinę nuo natūralių rezultatų arba ekrano viršutinėje dalyje, virš jų.

Vuitton, Bendrijos prekių ženklo „Vuitton“ ir Prancūzijos nacionalinių prekių ženklų „Louis Vuitton“ ir „LV“ savininkė, Viaticum, Prancūzijos prekių ženklo „Bourse des Vols“, „Bourse des Voyages“ ir „BDV“, savininkė bei P. A. Thonet, Prancūzijos prekių ženklo „Eurochallenges“ savininkas pastebėjo, kad interneto vartotojams Google paieškos sistemoje surinkus šiuos prekių ženklus sudarančius žodžius, rubrikoje „Rėmėjų nuorodos“ pasirodo nuorodos, atitinkamai į tinklavietes, kuriose siūloma įsigyti Vuitton produktų imitacijų, ir į Viaticum bei Centre national de recherche en relations humaines konkurentų tinklavietes. Šie asmenys padavė Google į teismą, kad jis pripažintų, jog ji pažeidė jų prekių ženklus.

Cour de cassation (Kasacinis teismas, Prancūzija), kaip paskutinė instancija, nagrinėjanti prekių ženklų savininkų Google pareikštus ieškinius, pateikė Teisingumo Teismui klausimus dėl teikiant internete nuorodų paslaugą prekių ženklus atitinkančių žymenų naudojimo kaip raktinių žodžių be prekių ženklų savininkų sutikimo, teisėtumo.

Dėl kito asmens prekių ženklus atitinkančių raktinių žodžių naudojimo teikiant internete nuorodų paslaugą

Teisingumo Teismas pastebi, kad įsigydamas nuorodų teikimo paslaugą ir kaip raktinį žodį pasirinkdamas žymenį, atitinkantį kito asmens prekių ženklą, kad galėtų interneto vartotojams pasiūlyti alternatyvą prekių ženklo savininko prekėms ar paslaugoms, reklamuotojas naudoja tą

¹ 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmoji Tarybos direktyva 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, 1989, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 92), 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 146).

žymenį savo prekėms ar paslaugoms. Tačiau taip nėra nuorodų paslaugos teikėjo atveju, kai jis leidžia reklamuotojams kaip raktinius žodžius pasirinkti prekių ženklams tapatūs žymenys, išsaugoją juos ir pasinaudodamas jais pateikia internete savo klientų skelbimus.

Teisingumo Teismas pažymi, kad tai, jog trečiasis asmuo naudoja savininko prekių ženklui tapatų ar panašų į jį žymenį, reiškia bent jau, kad trečiasis asmuo naudoja žymenį savo komercinio pranešimo kontekste. Nuorodų paslaugos teikėjas leidžia savo klientams – reklamuotojams – naudoti prekių ženklams tapatūs ar į juos panašius žymenys, tačiau pats jų nenaudoja.

Todėl jei prekių ženklas buvo naudojamas kaip raktinis žodis, jo savininkas negali *Google* atžvilgiu remtis jo prekių ženklo suteikiama išimtinė teise. Tačiau šia teise jis gali remtis reklamuotojų, kurie pasinaudodami jo prekių ženklu atitinkančiu raktiniu žodžiu per *Google* internete pateikia skelbimus, iš kurių paprastas interneto vartotojas negali arba sunkiai gali suprasti, iš kokios įmonės yra kilusios skelbime nurodytos prekės ar paslaugos.

Iš tikrųjų tokioje situacijoje, kuri pasižymi tuo, kad aptariamas skelbimas ekrane pasirodo iš karto po to, kai interneto vartotojas surenka prekių ženklo pavadinimą kaip paieškos žodį, ir yra rodomas tuo momentu, kai ekrane kaip raktinis žodis yra rodomas ir prekių ženklas, interneto vartotojas gali suklysti dėl atitinkamų prekių ar paslaugų kilmės. Tokiu atveju yra daroma žala prekių ženklo funkcijai užtikrinti vartotojams prekės ar paslaugos kilmę (prekių ženklo „kilmės nurodymo funkcija“).

Nacionalinis teismas turi kiekvienu atveju įvertinti, ar jo nagrinėjamos bylos faktinės aplinkybės leidžia teigti, kad kilmės nurodymo funkcijai yra arba gali būti daroma žala.

Teisingumo Teismas taip pat mano, kad, kai reklamuotojai internete kaip raktinį žodį naudoja kitam asmeniui priklausančiam prekių ženklui tapatų žymenį, kad ekrane būtų rodomi reklaminiai pranešimai, toks naudojimas gali turėti kažkiek įtakos prekių ženklo savininko atliekamam prekių ženklo naudojimui reklamos tikslais bei jo komercinei strategijai. Vis dėlto toks trečiųjų asmenų atliekamo prekių ženklui tapataus žymens naudojimo poveikis pats savaime nekenkia prekių ženklo „reklamos funkcijai“.

Dėl nuorodų paslaugos teikėjo atsakomybės

Į Teisingumo Teismą taip pat buvo kreiptasi dėl tokio operatoriaus kaip *Google* atsakomybės savo klientų duomenų, kuriuos jis saugo savo serveryje, atžvilgiu.

Atsakomybės klausimus reglamentuoja nacionalinė teisė, tačiau Sąjungos teisėje yra numatyti tarpinių informacinės visuomenės paslaugų teikėjų atsakomybės apribojimai².

Atsakydamas į klausimą, ar tokia nuorodų teikimo internete paslauga kaip „AdWords“ yra informacinės visuomenės paslauga, kurią sudaro reklamuotojų pateiktos informacijos saugojimas ir ar dėl to nuorodų paslaugos teikėjas gali pasinaudoti atsakomybės ribojimo nuostatomis, Teisingumo Teismas pažymėjo, kad prašymus priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi išnagrinėti, ar tokios paslaugos teikėjo vaidmuo yra neutralus, o jo veiksmai yra tik techninio, automatinio ir pasyvaus pobūdžio, ir todėl jis neturi žinių apie saugomus duomenis ir jų nekontroliuoja.

Jei paaiškėtų, kad šios paslaugos teikėjas nevaikdina aktyvaus vaidmens, jis negali būti laikomas atsakingu už duomenis, kuriuos jis išsaugojo reklamuotojo prašymu, nebent sužinojęs, kad šie duomenys arba reklamuotojo veiksmai yra neteisėti, jis nesiėmė skubių priemonių panaikinti tokius duomenis arba atimti galimybę jais naudotis.

PASTABA: Prašyme priimti prejudicinį sprendimą valstybių narių teismai, nagrinėdami juose iškeltą bylą, gali pateikti Teisingumo Teismui klausimus dėl Sąjungos teisės išaiškinimo ar Sąjungos teisės akto

² 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) (OL L 178, p. ; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 13 sk., 25 t., p. 399).

galiojimo. Teisingumo Teismas nenagrinėja nacionalinės bylos. Remdamasis Teisingumo Teismo sprendimu šią bylą turi išspręsti nacionalinis teismas. Šis sprendimas taip pat privalomas kitiems nacionaliniams teismams, nagrinėjantiems panašias problemas.

Žiniasklaidai skirtas neoficialus dokumentas, neįpareigojantis Teisingumo Teismo.

[Visas sprendimo tekstas](#) nuo jo paskelbimo dienos prieinamas CURIA tinklalapyje.

Kontaktinis asmuo: Gitte Stadler ☎ (+352) 4303 3127

Nuotraukas iš sprendimo paskelbimo posėdžio galima rasti „[Europe by Satellite](#)“ ☎ (+32) 2 2964106