



Tlač a informácie

Súdny dvor Európskej únie
TLAČOVÉ KOMUNIKÉ č.°32/10
v Luxemburgu 23. marca 2010

Rozsudok v spojených veciach C-236/08 až C-238/08
Google France & Google Inc. a i./Louis Vuitton Malletier a i.

Google neporušil právo ochranných znáмок tým, že umožňuje inzerentom kúpiť si kľúčové slová zodpovedajúce ochranným známkam ich konkurentov

Inzerenti nemôžu prostredníctvom takýchto kľúčových slov nechať zobrazovať Google reklamy, ktoré neumožňujú používateľom internetu ľahko zistiť, od ktorého podniku pochádzajú tovary alebo služby uvedené v reklame

Právo Spoločenstva ochranných znáмок¹ oprávňuje za určitých podmienok majiteľov ochranných znáмок zakázať tretím osobám používanie označení zhodných alebo podobných ako ich ochranné známky pre tovary alebo služby rovnocenné s tými, pre ktoré sú zapísané.

Google prevádzkuje vyhľadávač na internete. Keď používateľ internetu vykonáva vyhľadávanie na základe jedného alebo viacerých kľúčových slov, vyhľadávač mu zobrazí stránky, o ktorých sa zdá, že najlepšie zodpovedajú týmto kľúčovým slovám v zostupnom poradí relevantnosti. Ide o výsledky, ktoré sa označujú ako „prirodzené“ výsledky vyhľadávania.

Okrem toho Google ponúka platenú službu odkazov nazývanú „AdWords“. Táto služba umožňuje každému hospodárskemu subjektu, na základe výberu jedného alebo viacerých kľúčových slov, nechať zobraziť – v prípade zhody medzi týmito alebo týmito slovami a slovom a slovami zadanými používateľom internetu do vyhľadávača – reklamný odkaz na jeho stránku, spolu s reklamným textom. Táto reklama sa zobrazuje v rubrike „sponzorované odkazy“, ktorá sa zobrazuje buď napravo od obrazovky, napravo od prirodzených výsledkov, alebo v hornej časti obrazovky, nad týmito výsledkami.

Vuitton, majiteľ ochrannej známky Spoločenstva „Vuitton“ a francúzskych národných ochranných znáмок „Louis Vuitton“ a „LV“, Viaticum, majiteľ francúzskych ochranných znáмок „Bourse des Vols“, „Bourse des Voyages“ a „BDV“, ako aj pán Thonet, majiteľ francúzskej ochrannej známky „Eurochallenges“ konštatovali, že pri používaní vyhľadávača Google zadanie slov predstavujúcich tieto ochranné známky používateľmi internetu spôsobuje zobrazenie odkazov v rubrike „sponzorované odkazy“ na stránky ponúkajúce imitácie výrobkov Vuitton a na stránky konkurentov Viaticum a Centre national de recherche en relations humaines. Zažalovali teda Google s cieľom konštatovať, že Google porušuje práva vyplývajúce z ich ochranných znáмок.

Cour de cassation, rozhodujúci na poslednom stupni v konaniach začatých na návrh majiteľov ochranných znáмок proti Google, sa pýta Súdneho dvora na zákonnosť používania označení zodpovedajúcich ochranným známkam bez toho, aby ich majitelia dali k tomu súhlas, ako kľúčových slov v rámci služby odkazov na internete.

O používaní kľúčových slov zodpovedajúcich ochranným známkam inej osoby v rámci služby odkazov na internete

Súdny dvor poznamenáva, že inzerent tým, že si kúpi službu odkazov a vyberie ako kľúčové slovo označenie zodpovedajúce ochrannej známke inej osoby s cieľom ponúkať používateľom internetu alternatívu k tovarom alebo službám uvedeného majiteľa, používa toto označenie pre svoje tovary

¹ Prvá smernica Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných znáмок (Ú. v. ES L 40, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 92), nariadenie Rady (ES) č. 40/94 z 20. decembra 1993 o ochrannej známke spoločenstva (Ú. v. ES L 11, 1994, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 146).

alebo služby. Neplatí to však v prípade poskytovateľa služieb odkazov, keď umožňuje inzerentom vybrať označenia zhodné s ochrannými známkami ako kľúčových slov, ukladá tieto označenia a zobrazuje reklamy svojich zákazníkov na ich základe.

Súdny dvor upresňuje, že používanie označenia zhodného alebo podobného ako ochranná známka majiteľa treťou osobou implikuje prinajmenšom to, že táto tretia osoba používa označenie v rámci svojej vlastnej obchodnej komunikácie. Poskytovateľ služby odkazov umožňuje svojim zákazníkom, teda inzerentom, aby používali označenia zhodné alebo podobné ako ochranné známky bez toho, aby sám používal uvedené označenia.

Ak bola ochranná známka používaná ako kľúčové slovo, jej majiteľ sa nemôže odvolávať na výlučné právo vyplývajúce mu z jeho ochrannej známky proti Google. Môže však využiť toto právo proti inzerentom, ktorí prostredníctvom kľúčového slova zodpovedajúceho jeho ochrannej známke, nechávajú zobraziť Google reklamy, ktoré neumožňujú alebo len ťažko umožňujú priemernému používateľovi internetu zistiť, od ktorého podniku pochádzajú tovary alebo služby uvedené v reklame.

V takejto situácii – pre ktorú je typická okolnosť, že predmetná reklama sa zjaví hneď po zadaní ochrannej známky ako slova vyhľadávaného dotknutým používateľom internetu a zjaví sa v okamihu, keď je ochranná známka ako vyhľadávané slovo tiež zobrazená na obrazovke – totiž môže byť používateľ internetu uvedený do omylu, pokiaľ ide o pôvod predmetných tovarov alebo služieb. Dochádza teda k zasahovaniu do funkcie ochrannej známky spočívajúcej v tom, že sa zaručuje spotrebiteľovi pôvod tovaru alebo služby („funkcia označenia pôvodu“ ochrannej známky).

Prináleží vnútroštátnemu súdu, aby posúdil v jednotlivých prípadoch, či skutkové okolnosti veci, v ktorej koná, spôsobujú takéto zasahovanie alebo sú spôsobilé zasahovať do funkcie označenia pôvodu.

Pokiaľ ide o používanie označenia zodpovedajúceho ochrannej známke inej osoby inzerentmi na internete ako kľúčového slova na účely zobrazenia reklamných odkazov, Súdny dvor dospel k záveru, že toto používanie môže mať určitý dosah na reklamné používanie uvedenej ochrannej známky jej majiteľom, ako aj na obchodnú stratégiu tohto majiteľa. Tento dosah používania označenia zhodného s ochrannou známkou tretími osobami však sám o sebe nepredstavuje zasahovanie do „funkcie reklamy“ ochrannej známky.

O zodpovednosti poskytovateľa služby odkazov

Súdnu dvoru bola takisto položená otázka týkajúca sa zodpovednosti prevádzkovateľa, ako je Google, za údaje svojich zákazníkov, ktoré ukladá na svojom serveri.

Otázky zodpovednosti upravuje vnútroštátne právo. Právo Únie však stanovuje obmedzenia zodpovednosti v prospech poskytovateľov sprostredkovania služieb informačnej spoločnosti.²

Pokiaľ ide o to, či služba odkazov na internete, akou je „AdWords“, predstavuje službu informačnej spoločnosti spočívajúcu v ukladaní informácií poskytnutých inzerentom, a či sa preto na poskytovateľa služby odkazov vzťahuje obmedzenie zodpovednosti, Súdny dvor uvádza, že prináleží vnútroštátnemu súdu preskúmať, či úloha vykonávaná týmto poskytovateľom je neutrálna, keďže jeho správanie je výlučne technické, automatické a pasívne, čo implikuje, že tento poskytovateľ nepozná, ani nekontroluje údaje, ktoré ukladá.

Ak sa zistí, že nemal aktívnu úlohu, tento poskytovateľ nemôže byť považovaný za zodpovedného za údaje, ktoré uložil na požiadanie inzerenta, ibaže by, keď sa dozvedel o protiprávnosti týchto údajov alebo činností tohto inzerenta, promptne neodstránil uvedené údaje alebo neznemožnil k nim prístup.

² Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (Ú. v. ES L 178, s. 1; Mim. vyd. 13/025, s. 399).

UPOZORNENIE: Návrh na začatie prejudiciálneho konania umožňuje súdom členských štátov v rámci sporu, ktorý rozhodujú, položiť Súdneho dvoru otázky o výklade práva Únie alebo o platnosti aktu práva Únie. Súdny dvor nerozhoduje vnútroštátny spor. Vnútroštátnemu súdu prináleží, aby rozhodol právnu vec v súlade s rozhodnutím Súdneho dvora. Týmto rozhodnutím sú rovnako viazané ostatné vnútroštátne súdne orgány, na ktoré bol podaný návrh s podobným problémom.

Neoficiálny dokument pre potreby médií, ktorý nezaväzuje Súdny dvor.

[Úplné znenie](#) rozsudku sa uverejňuje na internetovej stránke CURIA v deň vyhlásenia rozsudku.

Kontaktná osoba pre tlač: Balázs Lehóczki ☎ (+352) 4303 5499

Fotografie z vyhlásenia rozsudku sú k dispozícii na „[Europe by Satellite](#)“ ☎ (+32) 2 2964106