



Служба „Преса и
информация“

Съд на Европейския съюз
ПРЕССЪОБЩЕНИЕ № 32/10
Люксембург, 23 март 2010 г.

Решение по съединени дела C-236/08—C-238/08
Google France & Google Inc. и др./Louis Vuitton Malletier и др.

**Google не нарушава правото относно марките, позволявайки на
рекламодателите да закупуват ключови думи, съответстващи на марки на
техни конкуренти**

*Рекламодателите, от своя страна, не могат посредством такива ключови думи да
визуализират чрез Google съобщения, които не позволяват на интернет
потребителите лесно да разберат от кое предприятие произхождат посочените в
съобщението стоки или услуги*

Общностното право относно марките¹ оправомощава при определени условия притежателите на марки да забранят на трети лица използването на знаци, идентични или подобни на техните марки, за стоки или услуги, идентични или подобни на тези, за които са регистрирани марките.

Google управлява интернет търсачка. Когато интернет потребител прави проучване, изхождайки от една или от няколко думи, търсачката визуализира сайтовете, които изглежда най-добре отговарят на тези ключови думи в низходящ ред на съответствие. Става дума за т.нар. „естествени“ резултати на търсенето.

Освен това Google предлага възмездна услуга по каталогизиране, наречена „AdWords“. Тази услуга позволява на всеки икономически оператор посредством избирането на една или няколко ключови думи, да направи така, че при съвпадение между тази или тези думи и думата или думите, съдържащи се в зададеното в търсачката от интернет потребителя търсене, да се появи рекламна връзка към неговия сайт. Тази рекламна връзка се появява в рубриката „спонсорирани връзки“, която се визуализира или в дясната част на екрана, отдясно на естествените резултати, или в горната част на екрана, над тези резултати.

Vuitton, притежател на марката на Общността „Vuitton“ и на националните френски марки „Louis Vuitton“ и „LV“, Viaticum, притежател на френските марки „Bourse des Vols“, „Bourse des Voyages“ и „BDV“, както и г-н Thonet, притежател на френската марка „Eurochallenges“, констатира, че при използването на търсачката на Google, с въвеждането от интернет потребителите на думи, съставляващи тези марки, в рубриката „спонсорирани връзки“ се появяват връзки съответно към сайтове предлагащи имитации на стоките на Vuitton и към сайтове на конкуренти на Viaticum и на Centre national de recherche en relations humaines. Ето защо те завеждат дело срещу Google, с цел да се констатира, че то е засегнало техните марки.

Произнасяйки се като последна инстанция по образуваните от притежателите на марките срещу Google производства, Касационният съд (Cour de cassation) иска от Съда да се произнесе по законосъобразността на използването като ключови думи в рамките на услуга по каталогизиране в Интернет на знаци, съответстващи на марки, без съгласието на притежателите на тези марки.

¹ Първа директива 89/104/ЕИО на Съвета 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), Регламент (ЕО) № 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).

По използването на съответстващи на чужди марки ключови думи в рамките на услугата по каталогизиране в Интернет

Съдът отбелязва, че като закупува услугата по каталогизиране и като избира като ключова дума знак, съответстващ на чужда марка, така че да предлага на интернет потребителите алтернатива на стоките или на услугите на посочения притежател, рекламодателят използва този знак за своите стоки или услуги. Не такъв обаче е случаят що се отнася до доставчика на услугата по каталогизиране, който позволява на рекламодателите да изберат като ключови думи знаци, идентични с марките, съхранява тези знаци и показва на своите клиенти съобщения, изхождайки от тези ключови думи.

Съдът уточнява, че използването от трето лице на знак, идентичен или подобен на марката на притежателя, най-малкото изисква това трето лице да използва знака в рамките на собствената си търговска комуникация. В случая с доставчика на услугата по каталогизиране същият позволява на своите клиенти да използват знаци, идентични или подобни на марките, без самият той да използва посочените знаци.

Ако дадена марка е била използвана като ключова дума, нейният притежател не може да се позове на изключителното право, което черпи от нея срещу Google. Той обаче може да се позове на това право срещу рекламодателите, които посредством съответстващи на марката на притежателя ключови думи визуализират чрез Google съобщения, които не позволяват или трудно позволяват на средностатистическия интернет потребител да разбере от кое предприятие произхождат посочените в съобщението стоки или услуги.

Всъщност при такова положение, което се характеризира с обстоятелството, че въпросното съобщение се появява веднага след въвеждането на марката като дума за търсене от съответния интернет потребител и се визуализира в момента, в който марката, в качеството си на дума за търсене, също фигурира върху екрана, интернет потребителят може да се заблуди относно произхода на съответните стоки или услуги. Следователно налице е засягане на функцията на марката, състояща се в това да гарантира на потребителите произхода на стоката или услугата („функцията за указване на произход“ на марката).

Националната юрисдикция следва да прецени във всеки отделен случай дали при фактическите обстоятелства по спора, с който е сезирана, е налице засягане или опасност от засягане на функцията за указване на произход.

Що се отнася до използването от рекламодателите в Интернет на знак, съответстващ на чужда марка, като ключова дума за визуализирането на рекламни послания, Съдът счита, че това използване може да окаже определено влияние върху употребата на марката с рекламна цел от нейния притежател, както и върху търговските стратегии на последния. Това влияние върху използването на знак, идентичен с марката, от трети лица обаче не съставлява само по себе си засягане на „рекламната функция“ на марката.

По отговорността на доставчика на услугата по каталогизиране

От Съда е поискано да се произнесе и по отговорността на оператор като Google за данните на неговите клиенти, които той съхранява на своя сървър.

Въпросът за отговорността се урежда от националното право. Правото на Съюза обаче предвижда ограничения на отговорността в полза на междинни доставчици на услуги на информационното общество.²

Що се отнася до въпроса дали услуга по каталогизиране в Интернет като услугата „AdWords“ представлява услуга на информационното общество, състояща се в

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 електронна търговия“) (ОВ L 178, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 29, стр. 257).

съхраняването на предоставена от рекламодателя информация и оттам дали доставчикът на услугата по каталогизиране се ползва от ограничаване на отговорността, Съдът посочва, че запитващата юрисдикция е тази, която следва да установи дали ролята на посочения доставчик е неутрална, поради чисто техническия, автоматичен и пасивен характер на неговото поведение, което предполага той да не познава или да не контролира данните, които съхранява.

Ако се окаже, че не е имал активна роля, този доставчик не може да носи отговорност за информацията, съхранена по молба на рекламодател, освен ако след като е узнал за незаконния характер на тази информация или на действията на този рекламодател, той не е действал експедитивно за отстраняването или блокирането на достъпа до посочената информация.

ЗАБЕЛЕЖКА: Преюдициалното запитване позволява на юрисдикциите на държавите членки в рамките на спор, с който са сезирани, да се обърнат към Съда с въпрос относно тълкуването на правото на Съюза или валидността на акт на Съюза. Съдът не решава националния спор. Националната юрисдикция трябва да се произнесе по делото в съответствие с решението на Съда. Това решение обвързва по същия начин останалите национални юрисдикции, когато са сезирани с подобен въпрос.

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

[Пълният текст](#) на съдебното решение е публикуван на уебсайта CURIA в деня на обявяването.

За допълнителна информация се свържете с Илияна Палъова ☎ (+352) 4303 3708

Кадри от обявяването на решението са достъпни на [„Europe by Satellite“](#) ☎ (+32) 2 2964106