



Υπηρεσία Τύπου και
Πληροφόρησης

Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΝ ΤΥΠΟΥ αριθ. 97/11
Λουξεμβούργο, 22 Σεπτεμβρίου 2011

Απόφαση στην υπόθεση C-323/09
Interflora Inc., Interflora British Unit κατά Marks & Spencer plc, Flowers
Direct Online Ltd

Το Δικαστήριο διευκρινίζει το περιεχόμενο της προστασίας των εμπορικών σημάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Εν προκειμένω, στο αιτούν δικαστήριο εναπόκειται να εξακριβώσει, ειδικότερα, αν η εκ μέρους της Marks & Spencer χρήση, στο πλαίσιο της υπηρεσίας αντιστοιχίσεως της Google, λέξεων κλειδιών που συνίστανται στο εμπορικό σήμα της ανταγωνίστριας επιχειρήσεως Interflora θίγει κάποια από τις «λειτουργίες» του εν λόγω σήματος ή συνιστά άντληση αθέμιτου πλεονεκτήματος από αυτό

Η αμερικανική εταιρία Interflora Inc ασκεί την εκμετάλλευση παγκόσμιου δικτύου παραδόσεως ανθέων. Η Interflora British Unit είναι κάτοχος αδείας εκ μέρους της Interflora Inc. Το δίκτυο Interflora αποτελείται από ανθοπώλες στους οποίους ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να δώσει παραγγελίες είτε αυτοπροσώπως είτε τηλεφωνικώς είτε μέσω Διαδικτύου, οι οποίες εκτελούνται, στην περίπτωση αυτή, από το πλησιέστερο στον τόπο παραδόσεως των ανθέων μέλος του δικτύου.

Το INTERFLORA είναι εθνικό εμπορικό σήμα καταχωρισμένο στο Ηνωμένο Βασίλειο αλλά και κοινοτικό σήμα. Τα εν λόγω σήματα διαθέτουν σημαντική φήμη τόσο στο Ηνωμένο Βασίλειο όσο και σε άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η Marks & Spencer (M & S), εταιρία αγγλικού δικαίου, είναι μία από τις κύριες επιχειρήσεις λιανικής πωλήσεως στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η πώληση και η παράδοση ανθέων είναι μία από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, η δε συγκεκριμένη εμπορική δραστηριότητα είναι ανταγωνιστική εκείνης της Interflora.

Αποδεικνύεται ότι η M & S, στο πλαίσιο της υπηρεσίας αντιστοιχίσεως AdWords της Google, επέλεξε τον όρο «Interflora» και τις παραλλαγές του, ήτοι «Interflora Flowers», «Interflora Delivery», «Interflora.com», «Interflora.co.uk» κ.λπ., ως λέξεις κλειδιά. Κατόπιν τούτου, οσάκις οι χρήστες του Διαδικτύου εισήγαγαν τη λέξη «Interflora» ή μία από τις ως άνω παραλλαγές ως όρο αναζήτησεως στη μηχανή αναζήτησεως Google, εμφανιζόταν διαφήμιση της M & S.

Το High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Ηνωμένο Βασίλειο), ενώπιον του οποίου η Interflora άσκησε αγωγή κατά της M & S για προσβολή των δικαιωμάτων της επί του σήματος, ζητεί από το Δικαστήριο να διευκρινίσει διάφορες πτυχές της εκ μέρους ανταγωνιστή, χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου, χρήσεως, στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοιχίσεως στο Διαδίκτυο, λέξεων κλειδιών πανομοιότυπων με ορισμένο εμπορικό σήμα ¹.

Το Δικαστήριο υπενθυμίζει καταρχάς ότι στην περίπτωση της εκ μέρους τρίτου χρήσεως ενός πανομοιότυπου με το εμπορικό σήμα σημείου για προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπες με εκείνες για τις οποίες είναι καταχωρισμένο το εμπορικό σήμα, ο δικαιούχος του εμπορικού σήματος δικαιούται να απαγορεύσει την ανωτέρω χρήση μόνον αν υπάρχει κίνδυνος να θίξει μία από τις

¹ Πρώτη οδηγία 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (ΕΕ 1989, L 40, σ. 1), η οποία καταργήθηκε με την οδηγία 2008/95/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2008, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων (ΕΕ L 299, σ. 25).

Κανονισμός (ΕΚ) 40/94 του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1993, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ 1994, L 11, σ. 1), ο οποίος καταργήθηκε με τον κανονισμό (ΕΚ) 207/2009 του Συμβουλίου, της 26ης Φεβρουαρίου 2009, για το κοινοτικό σήμα (ΕΕ L 78, σ. 1).

«λειτουργίες» του εμπορικού σήματος. Η ουσιώδης λειτουργία του σήματος συνίσταται στο να εγγυάται στους καταναλωτές την προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας την οποία καλύπτει το εμπορικό σήμα (λειτουργία της ενδείξεως της προελεύσεως), ενώ οι λοιπές λειτουργίες του αναφέρονται, ιδίως, στη λειτουργία του ως μέσου διαφημίσεως ή ως επενδυτικού στοιχείου. Συναφώς, το Δικαστήριο υπογραμμίζει ότι η συνιστάμενη στην ένδειξη της προελεύσεως λειτουργία του εμπορικού σήματος δεν είναι η μόνη, άξια προστασίας έναντι των εκ μέρους τρίτων προσβολών, λειτουργία. Συγκεκριμένα, ένα εμπορικό σήμα, πέραν της λειτουργίας που συνίσταται στην ένδειξη της προελεύσεως των προϊόντων ή των υπηρεσιών, αποτελεί συχνά ένα μέσο εμπορικής στρατηγικής το οποίο χρησιμοποιείται ειδικότερα για διαφημιστικούς σκοπούς ή για την απόκτηση φήμης προκειμένου να επιτυγχάνεται η πίστη του καταναλωτή.

Παραπέμποντας στη νομολογία Google ², το Δικαστήριο υπενθυμίζει ότι υφίσταται **προσβολή της συνιστάμενης στην ένδειξη της προελεύσεως λειτουργίας του σήματος**, όταν η διαφήμιση που εμφανίζεται στην οθόνη των χρηστών του Διαδικτύου μέσω λέξεως κλειδιού πανομοιότυπης με το εν λόγω σήμα δεν καθιστά εφικτό ή δεν καθιστά ευχερώς εφικτό στον χρήστη του Διαδικτύου ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός να αντιληφθεί αν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από τον δικαιούχο του σήματος ή από επιχείρηση συνδεδεμένη οικονομικώς με αυτόν ή αν, αντιθέτως, προέρχονται από τρίτον. Αντιθέτως, η χρήση ενός σημείου πανομοιότυπου με εμπορικό σήμα τρίτου, στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοιχίσεως όπως αυτή της AdWords, δεν θίγει τη διαφημιστική λειτουργία του εμπορικού σήματος.

Εξάλλου, το Δικαστήριο ασχολείται, για πρώτη φορά, με το ζήτημα της προστασίας της **επενδυτικής λειτουργίας** του εμπορικού σήματος. Στο πλαίσιο αυτό, **θίγει την επενδυτική λειτουργία η χρήση εκ μέρους ανταγωνιστή ενός πανομοιότυπου με το εμπορικό σήμα σημείου για πανομοιότυπα προϊόντα ή υπηρεσίες, όταν η χρήση αυτή παρεμποδίζει ουσιαστικά την εκ μέρους του δικαιούχου χρήση του εμπορικού σήματός του προκειμένου τούτο να αποκτήσει ή να διατηρήσει φήμη ικανή να προσελκύσει ή να καταστήσει πιστούς τους καταναλωτές**. Σε περίπτωση κατά την οποία το εμπορικό σήμα χαίρει ήδη μιας τέτοιας φήμης, η επενδυτική λειτουργία του θίγεται οσάκις η κατά τα ανωτέρω χρήση επηρεάζει τη φήμη και υπό την έννοια αυτή θέτει σε κίνδυνο την εδραίωσή της.

Αντιθέτως, δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι ο δικαιούχος εμπορικού σήματος δύναται να αντιτίθεται στην κατά τα ανωτέρω χρήση εκ μέρους ενός ανταγωνιστή, εφόσον η εν λόγω χρήση έχει ως αποκλειστική συνέπεια να υποχρεώσει τον δικαιούχο του σήματος να προσαρμόσει τις προσπάθειές του προκειμένου τούτο να αποκτήσει ή να διατηρήσει φήμη ικανή να προσελκύσει ή να καταστήσει πιστούς τους καταναλωτές. Ομοίως, το γεγονός ότι η εν λόγω χρήση οδηγεί ορισμένους καταναλωτές στο να παύσουν να χρησιμοποιούν προϊόντα ή υπηρεσίες που φέρουν το εν λόγω σήμα δεν μπορεί να προβληθεί λυσιτελώς εκ μέρους του δικαιούχου του εν λόγω σήματος.

Εν προκειμένω, εναπόκειται στο αιτούν δικαστήριο να επαληθεύσει αν η εκ μέρους της M & S χρήση του πανομοιότυπου με το εμπορικό σήμα INTERFLORA σημείου θέτει σε κίνδυνο την εκ μέρους της Interflora διατήρηση φήμης ικανής να προσελκύσει και να καταστήσει πιστούς τους καταναλωτές.

Απαντώντας περαιτέρω σε ερώτημα σχετικά με την ενισχυμένη προστασία των σημάτων τα οποία χαίρουν φήμης και, ιδίως, ως προς το περιεχόμενο των εννοιών της «αποδυναμώσεως» (ζημία στον διακριτικό χαρακτήρα του σήματος που χαίρει φήμης) και του «παρασιτισμού» (άντληση αθέμιτου πλεονεκτήματος από τον διακριτικό χαρακτήρα ή από τη φήμη του εμπορικού σήματος), το Δικαστήριο διαπιστώνει, μεταξύ άλλων, ότι η επιλογή χωρίς «εύλογη αιτία», στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοιχίσεως, σημείων πανομοιότυπων ή παρόμοιων με σήμα τρίτου που χαίρει φήμης μπορεί να θεωρηθεί άντληση αθέμιτου πλεονεκτήματος. Ένα τέτοιο συμπέρασμα επιβάλλεται ιδίως σε περιπτώσεις όπου διαφημιζόμενοι στο Διαδίκτυο προσφέρουν προς πώληση

² Απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, Google France & Google Inc. κ.λπ. κατά Louis Vuitton Malletier κ.λπ. (συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-236/08 έως C-238/08), βλ. ανακοινωθέν τύπου 32/10.

μέσω της επιλογής λέξεων κλειδιών, στοιχουσών σε εμπορικά σήματα που χαίρουν φήμης, προϊόντα που είναι απομιμήσεις των προϊόντων του δικαιούχου των εν λόγω σημάτων.

Αντιθέτως, όταν με την εμφανιζόμενη στο Διαδίκτυο μέσω λέξεως κλειδιού στοιχούσας σε χαίρον φήμης σήμα διαφήμιση προτείνεται εναλλακτική πρόταση σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του δικαιούχου του χαίροντος φήμης σήματος –χωρίς η διαφήμιση αυτή να προσφέρει απλή απομίμηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του δικαιούχου του σήματος αυτού, χωρίς να προκαλεί αποδυνάμωση ή να βλάπτει τη φήμη του σήματος (δυσφήμιση) και χωρίς άλλωστε να προσβάλλονται οι λειτουργίες του εν λόγω σήματος– παρόμοια χρήση συνιστά κατ' αρχήν υγιή και έντιμο ανταγωνισμό στον τομέα των οικείων προϊόντων ή υπηρεσιών.

ΥΠΟΜΝΗΣΗ: Η προδικαστική παραπομπή παρέχει στα δικαστήρια των κρατών μελών τη δυνατότητα, στο πλαίσιο της ένδικης διαφοράς της οποίας έχουν επιληφθεί, να υποβάλουν στο Δικαστήριο ερώτημα σχετικό με την ερμηνεία του δικαίου της Ένωσης ή με το κύρος πράξεως οργάνου της Ένωσης. Το Δικαστήριο δεν αποφαινεται επί της διαφοράς που εκκρεμεί ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου. Στο εθνικό δικαστήριο εναπόκειται να επιλύσει τη διαφορά σύμφωνα με την απόφαση του Δικαστηρίου. Η απόφαση αυτή δεσμεύει, κατά τον ίδιο τρόπο, τα άλλα εθνικά δικαστήρια που επιλαμβάνονται παρόμοιου προβλήματος.

Ανεπίσημο έγγραφο προοριζόμενο για τα μέσα μαζικής ενημερώσεως, το οποίο δεν δεσμεύει το Δικαστήριο.

Το [πλήρες κείμενο](#) της αποφάσεως είναι διαθέσιμο στην ιστοσελίδα CURIA από την ημερομηνία δημοσίευσής της

Επικοινωνία: Estella Cigna-Αγγελίδα ☎ (+352) 4303 2582

Στιγμιότυπα από τη δημοσίευσή της αποφάσεως διατίθενται από το "[Europe by Satellite](#)" 📠 (+32) 2 2964106