



PRESSMEDDELANDE nr 96/22

Luxemburg, den 2 juni 2022

Generaladvokatens förslag till avgörande i de förenade målen C-148/21 och C-184/21 | Louboutin
(Användning av ett intrångsgörande kännetecken på en marknad på internet)

Försäljning på nätet av intrångsgörande Louboutin-pumps: enligt generaladvokat Szpunar är det utifrån Amazons specifika funktionssätt inte möjligt att slå fast att det är fråga om användning av ett kännetecken i den mening som avses i unionsrätten

Även om erbjudandet av denna mellanhand på internet innefattar en rad tjänster, alltifrån publicering av försäljningserbjudanden till expediering av varor, så kan denne inte hållas direkt ansvarig för de intrång i varumärkesinnehavarnas rättigheter som förekommit på plattformen på grund av erbjudanden från tredje man

Amazon-koncernen är en välrenommerad återförsäljare och samtidigt en näringsidkare som driver en marknadsplats. Amazon publicerar på sin elektroniska marknadsplats annonser för sina egna varor, som företaget säljer och expedierar i eget namn, liksom annonser härrörande från utomstående säljare. Amazon erbjuder dessutom utomstående säljare ytterligare tjänster för lagring och expediering av varor som lagts ut på plattformen och informerar potentiella köpare om att Amazon kommer att ansvara för dessa verksamheter.

Christian Louboutin är en fransk formgivare av skor och hans mest kända produkter är högklackade dampumps. Den rödfärgade yttersidan av skosulan har gjort dessa skor välkända och är registrerad både som EU-varumärke och som Benelux-varumärke.

På Amazons webbplatser visas regelbundet reklam för skor med röd sula, som enligt Christian Louboutin rör produkter som saluförs utan hans medgivande. Christian Louboutin har väckt talan i Luxemburg (mål C-148/21) och i Belgien (mål C-184/21) mot Amazon. Han har i dessa käromål gjort gällande att Amazon har använt ett kännetecken som är identiskt med det varumärke som han är innehavare av för varor eller tjänster som är identiska med dem för vilka det aktuella varumärket är registrerat. Christian Louboutin har bland annat gjort gällande att den tvistiga reklamen i sin helhet ingår i Amazons reklammeddelande.

Vid en prövning där hänsyn tas till Amazons hybridmodell, har de två hänskjutande domstolarna bland annat frågat sig om den som driver en sådan försäljningsplattform på nätet kan hållas direkt ansvarig för de intrång i varumärkesinnehavares rättigheter som sker på plattformen. Denna fråga – till skillnad från frågan om indirekt ansvar – regleras av harmoniserade unionsbestämmelser.¹

I dagens förslag till avgörande preciserar generaladvokat Maciej Szpunar begreppet användning av ett varumärke av en mellanhand på internet. Enligt generaladvokaten ska detta begrepp tillämpas på så sätt att man utgår från den

¹ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1).

som använder den aktuella plattformen. Generaladvokaten erinrar i detta avseende om att det framgår av fast praxis från EU-domstolen att **en mellanhands användning på internet** "åtminstone förutsätter att [denne] använder kännetecknet **i sitt eget reklammeddelande**".²

Generaladvokaten anser att detta villkor är uppfyllt då **mottagaren av detta reklammeddelande ser ett särskilt samband mellan mellanhanden och det aktuella kännetecknet**. Generaladvokaten tillägger att ett sådant villkor ska prövas utifrån **den som använder plattformen** i fråga, för att det ska kunna bedömas om det aktuella kännetecknet för denne användare framstår som att det integrerats i detta reklammeddelande.

Generaladvokaten anser således att uppfattningen hos en internetanvändare av en försäljningsplattform på nätet som är normalt informerad och skäligen uppmärksam är en nödvändig omständighet vid fastställandet av om ett kännetecken används i reklammeddelandet från den näringsidkare som driver denna plattform.

Vad för övrigt gäller inverkan av Amazons funktionssätt på frågan huruvida det ska anses vara fråga om "användning" av varumärket i den mening som avses i unionsrätten, erinrar generaladvokaten om följande. Den enda fråga som avses är frågan om **direkt ansvar** för en näringsidkare som driver en försäljningsplattform på nätet, i det att denne har använt ett kännetecken som är identiskt med ett varumärke. Även om försäljningserbjudandena från utomstående säljare och erbjudandena från Amazon visas på ett enhetligt sätt och de alla innefattar Amazons logotyp, ska det emellertid enligt generaladvokaten påpekas att det **i annonserna alltid specificeras om produkterna säljs av utomstående säljare eller om varorna säljs direkt av Amazon**.

Enbart den omständigheten att annonser från Amazon och annonser från utomstående säljare förekommer vid sidan av varandra kan inte i sig leda till att en normalt informerad och skäligen uppmärksam internetanvändare kan uppfatta att de kännetecken som anges i annonser från utomstående säljare **utgör en del av Amazons reklammeddelanden**. Samma sak gäller **kompletterande tjänster såsom bistånd, lagring och expediering av varor försedda med ett kännetecken som är identiskt med ett varumärke**, beträffande vilka Amazon även aktivt medverkat för att ta fram och publicera försäljningserbjudanden.

Mot denna bakgrund anser generaladvokaten att en näringsidkare som driver en plattform på nätet, såsom Amazon, **inte kan anses använda ett kännetecken**.

PÅPEKANDE: Generaladvokatens förslag till avgörande är inte bindande för EU-domstolen. Generaladvokaternas uppdrag består i att fullständigt oavhängigt föreslå domstolen en rättslig lösning i det mål som de har fått i uppdrag att handlägga. Domstolens domare ska nu inleda en enskild överläggning i förevarande mål. Domen kommer att meddelas vid ett senare datum.

PÅPEKANDE: Begäran om förhandsavgörande gör det möjligt för domstolarna i medlemsstaterna att, i ett mål som pågår vid dem, vända sig till EU-domstolen med frågor om tolkningen av unionsrätten eller om giltigheten av en unionsrättsakt. Domstolen avgör inte målet vid den nationella domstolen. Det är den nationella domstolen som ska avgöra målet i enlighet med EU-domstolens avgörande. Detta avgörande är på samma sätt bindande för de övriga nationella domstolar där en liknande fråga uppkommer.

Detta är en icke-officiell handling avsedd för massmedia och den är inte bindande för domstolen.

Förslaget till avgörande i [fulltext](#) publiceras på webbplatsen CURIA den dag som förslaget föredras.

Kontaktperson för press: Gitte Stadler ☎ (+352) 4303 3127

² Dom av den 23 mars 2010, Google France och Google, [C-236/08 à C-238/08](#), punkt 56 (se även pressmeddelande [n° 32/10](#)); dom av den 12 juli 2011, L'Oréal m.fl., [C-324/09](#), punkt 102 (se även pressmeddelande [n° 69/11](#)); dom av den 2 april 2020, Coty Germany, [C-567/18](#), punkt 39 (se även pressmeddelande [n° 39/20](#)).

Bilder från uppläsningen av förslaget finns tillgängliga på "[Europe by Satellite](#)" ☎ (+32) 2 2964106

Håll dig uppdaterad!

