



PRIOPĆENJE ZA MEDIJE br. 96/22

U Luxembourg 2. lipnja 2022.

Mišljenje nezavisnog odvjetnika u spojenim predmetima C-148/21 i C-184/21 | Louboutin (Uporaba znaka na internetskom tržištu kojim se nanosi povreda)

Prodaja na internetu Louboutin cipela s visokom potpeticom kojima se nanosi povreda: Prema mišljenju nezavisnog odvjetnika M. Szpunara, na temelju posebnosti načina funkcioniranja Amazona ne može se zaključiti da postoji uporaba znaka u smislu prava Unije

Iako je u svoju ponudu uključio sve usluge: od objave ponuda za prodaju do otpreme proizvoda, taj se internetski posrednik ne može smatrati izravno odgovornim za povrede prava nositeljima žigova do kojih je došlo na njegovoj platformi zbog ponuda trećih osoba

Grupa Amazon istodobno je ugledni distributer i operator tržišta. U tom pogledu, Amazon na svojoj internetskoj stranici za prodaju objavljuje i oglase koji se odnose na njegove vlastite proizvode, koje prodaje i otprema u svoje ime, kao i oglase trećih prodavatelja. Usto, Amazon trećim prodavateljima nudi dodatne usluge skladištenja i otpreme proizvoda objavljenih na njegovoj internetskoj platformi, obavještavajući potencijalne kupce da će on izvršavati te djelatnosti.

Christian Louboutin francuski je dizajner cipela čiji su najpoznatiji proizvodi ženske cipele s visokim potpeticama. Vanjski potplat crvene boje, koji ih je proslavio, registriran je kao žig Europske unije i žig Beneluxa.

Na Amazonovim se internetskim stranicama redovito oglašavaju cipele s crvenim potplatom za koje C. Louboutin tvrdi da se odnose na proizvode koji se stavljaju na tržište bez njegove suglasnosti. U dvjema tužbama koje su podnesene protiv Amazona u Luksemburgu (C-148/21) i u Belgiji (C-184/21), C. Louboutin tvrdi da ta platforma rabi znak istovjetan žigu čiji je on nositelj za proizvode ili usluge istovjetne onima za koje je predmetni žig registriran te osobito ustraje na činjenici da sporni oglasi čine sastavni dio Amazonova trgovačkog oglašavanja.

U okviru analize hibridnog načina funkcioniranja Amazona, dva suda koja su uputila zahtjeve osobito se pitaju može li se operater takve platforme za internetsku prodaju smatrati izravno odgovoran za povrede prava nositelja žigova na njegovoj platformi. To pitanje, suprotno onomu koje se odnosi na neizravnu odgovornost, predmet je usklađenog sustava pravila u pravu Unije¹.

U svojem današnjem mišljenju nezavisni odvjetnik Maciej Szpunar daje pojašnjenja koja se odnose na pojam „uporaba” žiga posrednika koji posluje na internetu, a koji prema njegovu mišljenju valja primijeniti usvajanjem percepcije korisnika platforme o kojoj je riječ. U tom pogledu podsjeća na to da iz ustaljene sudske prakse Suda proizlazi da **radnja uporabe posrednika na internetu** pretpostavlja „barem da potonji rabi znak **u okviru**

¹ Uredba (EU) br. 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije (SL 2017., L 154, str. 1.)

vlastitog trgovačkog oglašavanja².

Nezavisni odvjetnik smatra da je taj uvjet ispunjen kada **adresat tog oglašavanja ustanovi posebnu vezu između posrednika i predmetnog znaka** i dodaje da takav uvjet treba analizirati s gledišta **korisnika platforme** o kojoj je riječ kako bi se moglo ocijeniti čini li mu se da je predmetni znak uključen u to trgovačko oglašavanje.

Prema njegovu mišljenju, percepcija uobičajeno obaviještenog i razumno pažljivog korisnika internetske prodajne platforme nužni je element za utvrđivanje uporabe znaka u trgovačkom oglašavanju operatora te platforme.

Osim toga, kad je riječ o utjecaju Amazonova načina funkcioniranja na utvrđivanje „uporabe” žiga u smislu prava Unije, nezavisni odvjetnik podsjeća da se ono odnosi samo na slučaj **izravne odgovornosti** operatora internetske prodajne platforme ako je on rabio znak istovjetan žigu. Usto, iako navodi da se ponude trećih prodavatelja i ponude Amazona jednako prikazuju i da sve uključuju logotip Amazona, nezavisni odvjetnik ističe da je **u oglasima uvijek naznačeno prodaju li ih treći prodavatelji ili izravno Amazon**.

Dakle, puka činjenica da Amazonovi oglasi i oglasi trećih prodavatelja istodobno postoje ne može dovesti do toga da uobičajeno obaviješten i razumno pažljiv internetski korisnik percipira znakove prikazane u oglasima trećih prodavatelja **dijelom Amazonova trgovačkog oglašavanja**. Isto vrijedi i u pogledu dodatnih usluga **podrške, skladištenja i otpreme proizvoda koji nose znak istovjetan žigu**, a za koje je Amazon također aktivno pridonio u pripremi i objavi ponuda za prodaju.

Nezavisni odvjetnik smatra da u tim okolnostima operator internetske platforme poput Amazona **ne rabi znak**.

NAPOMENA: Sud nije vezan mišljenjem nezavisnog odvjetnika. Zadaća je nezavisnih odvjetnika predložiti Sudu u punoj neovisnosti pravno rješenje u predmetu za koji su zaduženi. Suci Suda sada počinju vijećati u ovom predmetu. Presuda će se donijeti naknadno.

NAPOMENA: Prethodni postupak omogućuje sudovima država članica da u okviru postupka koji se pred njima vodi upute Sudu pitanja o tumačenju prava Unije ili o valjanosti nekog akta Unije. Sud ne rješava spor pred nacionalnim sudom. Na nacionalnom je sudu da predmet riješi u skladu s odlukom Suda. Ta odluka jednako obvezuje i druge nacionalne sudove pred kojima bi se moglo postaviti slično pitanje.

Neslužbeni dokument za medije koji ne obvezuje Sud.

[Cjelovit tekst](#) mišljenja objavljuje se na stranici CURIA na dan čitanja.

Osoba za kontakt: Iliana Paliova ☎ (+352) 4303 4293

Snimke s čitanja mišljenja dostupne su na „[Europe by Satellite](#)” ☎ (+32) 2 2964106

Ostanite povezani!



² Presude od 23. ožujka 2010., Google France i Google, [C-236/08 do C-238/08](#), t. 56. (vidjeti također priopćenje za medije [br. 32/10](#)); od 12. srpnja 2011., L'Oréal i dr., [C-324/09](#), t. 102. (vidjeti također priopćenje za medije [br. 69/11](#)); od 2. travnja 2020., Coty Germany, [C-567/18](#), t. 39. (vidjeti također priopćenje za medije [br. 39/20](#)).