



LEHDISTÖTIEDOTE nro 96/22

Luxemburgissa 2.6.2022

Julkisasiamiehen ratkaisuehdotus yhdistetyissä asioissa C-148/21 ja C-184/21 | Louboutin
(Tavaramerkkioikeutta loukkaavan merkin käyttö sähköisellä markkinapaikalla)

Tavaramerkkioikeutta loukkaavien Louboutin-kenkien verkkomyynti: julkisasiamies Szpunarin mukaan Amazonin toimintatavan erityispiirteiden perusteella ei voida päätellä, että merkkiä olisi käytetty unionin oikeudessa tarkoitetulla tavalla

Vaikka internetissä toimivan välittäjän tarjoamat palvelut ulottuvat myyntitarjousten julkaisemisesta tavaroiden lähettämiseen, välittäjän ei voida katsoa olevan suoraan vastuussa tavaramerkin haltijoiden oikeuksien loukkauksista, jotka tapahtuvat sen verkkokauppa-alustalla kolmansien osapuolten tarjousten seurauksena

Amazon-konserni on sekä tunnettu vähittäismyyjä että markkinapaikan ylläpitäjä. Näin ollen Amazon julkaisee verkkokauppasivustollaan sekä omiin, omalla nimellään myymiinsä ja toimittamiinsa tuotteisiin liittyviä mainoksia että kolmansien myyjien mainoksia. Sen lisäksi Amazon tarjoaa kolmansille myyjille lisäpalveluina tavaroiden varastointi- ja kuljetuspalveluja alustallaan ja ilmoittaa mahdollisille ostajille huolehtivansa näistä toiminnoista.

Christian Louboutin on ranskalainen kenkäsuunnittelija, jonka tunnetuin tuote ovat naisten korkokengät. Näiden kenkien tunnettuus perustuu niiden punaiseksi värjättyyn pohjaan, joka on rekisteröity sekä EU-tavaramerkiksi että Benelux-tavaramerkiksi.

Amazon näyttää internetsivustoillaan säännöllisesti mainoksia kengistä, joissa on punainen pohja, ja Louboutin väittää, että nämä mainokset koskevat tuotteita, jotka on laskettu liikkeeseen ilman hänen suostumustaan. Louboutin vetoaa Amazonia vastaan Luxemburgissa (C-148/21) ja Belgiassa (C-184/21) nostamissaan kahdessa kanteessa siihen, että kyseisellä alustalla on käytetty merkkiä, joka on sama kuin hänen tavaramerkkinsä, ja että sitä on käytetty samoja tavaroita tai palveluja varten kuin ne tavarat ja palvelut, joita varten kyseinen tavaramerkki on rekisteröity, ja korostaa erityisesti, että riidanalaiset mainokset ovat osa Amazonin omaa kaupallista viestintää.

Kumpikin ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin pohtii Amazonin hybridityyppisen liiketoimintamallin tarkastelun yhteydessä erityisesti sitä, voidaanko tällaisen verkkokauppa-alustan ylläpitäjän katsoa olevan suoraan vastuussa alustallaan tapahtuneesta tavaramerkinhaltijan oikeuksien loukkauksesta. Toisin kuin välilliseen vastuuseen liittyvä kysymys, tämä kysymys on säännelty unionin oikeudessa yhdenmukaisesti.¹

Julkisasiamies Maciej Szpunar esittää tänään esittämässään ratkaisuehdotuksessa täsmennyksiä siihen, mitä tarkoitetaan sillä, että internetissä toimiva välittäjä ”käyttää” tavaramerkkiä: hänen mukaansa tätä käsitettä on sovellettava omaksumalla kyseisen alustan käyttäjän näkökulma. Tältä osin hän muistuttaa, että unionin

¹ Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 2017/1001 (EUVL 2017, L 154, p. 1).

tuomioistuimen vakiintuneesta oikeuskäytännöstä ilmenee, että **se, että internetissä toimiva välittäjä käyttää merkkiä**, edellyttää ”vähintäänkin sitä, että tämä kolmas käyttää merkkiä **omassa kaupallisessa viestinnässään**”.²

Julkisasiamies katsoo tämän edellytyksen täyttyvän, kun **viestinnän vastaanottaja voi luoda erityisen yhteyden välittäjän ja merkin välille**, ja toteaa lisäksi, että tätä edellytystä on tarkasteltava kyseistä **alustaa käyttävän internetin käyttäjän** näkökulmasta, jotta voitaisiin arvioida, mieltääkö hän merkin sisältyvän kyseiseen kaupalliseen viestintään.

Hänen mukaansa tavanomaisen valistuneen ja kohtuullisen tarkkaavaisen verkkokauppa-alustaa käyttävän internetin käyttäjän näkökulma on merkityksellinen arviointiperuste määritettäessä sitä, käytetäänkö merkkiä alustan ylläpitäjän omassa kaupallisessa viestinnässä.

Siltä osin kuin on toiseksi kyse siitä, millä tavoin Amazonin toimintatapa vaikuttaa siihen, katsotaanko kyseessä olevan tavaramerkin ”käyttö” unionin oikeuden mukaisessa merkityksessä, julkisasiamies muistuttaa, että tarkastelun kohteena on vain kysymys verkkokauppa-alustan ylläpitäjän **suorasta vastuusta** sillä perusteella, että se on käyttänyt merkkiä, joka on sama kuin tavaramerkki. Julkisasiamies toteaa lisäksi, että vaikka kolmansien myyjien tarjoukset ja Amazonin tarjoukset esitetään yhdenmukaisesti ja niissä kaikissa on Amazonin logo, kuitenkin **mainoksissa täsmennetään aina, ovatko tuotteiden myyjät kolmansia myyjiä vai myykö Amazon tuotteet suoraan**.

Tässä tilanteessa se, että esillä on samanaikaisesti sekä Amazonin mainoksia että kolmansien myyjien mainoksia, ei vielä yksinään johda siihen, että tavanomaisesti valistunut ja kohtuullisen tarkkaavainen internetin käyttäjä voisi mieltää kolmansien myyjien mainoksissa olevat merkit **osaksi Amazonin omaa kaupallista viestintää**. Sama koskee **merkillä, joka on sama kuin tavaramerkki, varustettuihin tuotteisiin lisäpalveluina liittyviä tukipalveluja ja varastointi- ja kuljetuspalveluja**, joita koskevien myyntitarjousten laatimiseen ja julkaisemiseen Amazon on niin ikään osallistunut aktiivisesti.

Julkisasiamiehen näkemyksen mukaan tällaisessa tilanteessa Amazonin kaltainen verkkokauppa-alustan ylläpitäjä **ei käytä merkkiä**.

HUOMAUTUS: Julkisasiamiehen ratkaisuehdotus ei sido unionin tuomioistuinta. Julkisasiamiehen tehtävänä on esittää unionin tuomioistuimelle itsenäisesti ehdotuksensa käsiteltävänä olevan asian oikeudelliseksi ratkaisuksi. Unionin tuomioistuin aloittaa nyt tämän asian ratkaisun harkinnan, ja tuomio julistetaan myöhemmin.

HUOMAUTUS: Ennakkoratkaisupyyntö antaa jäsenvaltioiden tuomioistuimille mahdollisuuden tiedustella niiden käsiteltävänä olevan yksittäisen asian puitteissa unionin tuomioistuimelta unionin oikeuden tulkintaa tai unionin toimen pätevyyttä. Unionin tuomioistuin ei ratkaise kansallisen tuomioistuimen käsiteltävänä olevaa asiaa. Kansallisen tuomioistuimen tehtävänä on ratkaista asia unionin tuomioistuimen ratkaisun mukaisesti. Unionin tuomioistuimen ratkaisu sitoo vastaavalla tavoin muita kansallisia tuomioistuinta, jotka käsittelevät samanlaista ongelmaa.

Tämä on tiedotusvälineiden käyttöön tarkoitettu epävirallinen asiakirja, joka ei sido Euroopan unionin tuomioistuinta.

Ratkaisuehdotuksen [koko teksti](#) julkaistaan CURIA-sivustolla ratkaisuehdotuksen lukemispäivänä.

Lisätietoja: Gitte Stadler ☎ +352 4303 3127

Kuvia ratkaisuehdotuksen lukemisesta on saatavilla sivustolla [Europe by Satellite](#) ☎ +32 2 296 4106

² Tuomio 23.3.2010, Google France ja Google, [C-236/08–C-238/08](#), 56 kohta (ks. myös lehdistötiedote [nro 32/10](#)); tuomio 12.7.2011, L’Oréal ym., [C-324/09](#), 102 kohta (ks. myös lehdistötiedote [nro 69/11](#)) ja tuomio 2.4.2020, Coty Germany, [C-567/18](#), 39 kohta (ks. myös lehdistötiedote [nro 39/20](#)).

Pysykää kuulolla!

