

СЪД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ
TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-GUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
CURTEA DE JUSTIȚIE A COMUNITĂȚILOR EUROPENE
SÚDNY DVOR EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Pers en Voorlichting

PERSCOMMUNIQUÉ nr. 75/09

22 september 2009

Conclusie van de advocaat-generaal in de gevoegde zaken C-236/08, C-237/08 en C-238/08

Google France & Google Inc. / Louis Vuitton Malletier, Google France / Viaticum & Luteciel en Google France / CNRRH, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin & Tiger werkend onder de franchise „Unicis”

ADVOCAAT-GENERAAL POIARES MADURO IS VAN MENING DAT GOOGLE GEEN MERKINBREUK HEEFT GEPLEEGD DOOR ADVERTEERDERS DE MOGELIJKHEID TE BIEDEN OM MET INGESCHEVEN MERKEN OVEREENKOMENDE ZOEKWOORDEN TE KOPEN

Het is evenwel mogelijk dat Google aansprakelijk wordt gesteld voor het doen verschijnen in AdWords van inhoud die merkinbreuken bevat.

Op grond van het communautaire merkenrecht¹ kan de houder van een merk derden verbieden om zijn merk in advertenties te gebruiken.

Overeenkomstig de richtlijn inzake elektronische handel² zijn verleners van diensten van de informatiemaatschappij onder bepaalde voorwaarden³ vrijgesteld van aansprakelijkheid voor de op verzoek van een afnemer van de dienst opgeslagen informatie.

Google biedt internetgebruikers gratis toegang tot haar zoekmachine. Bij ingave van zoekwoorden in deze zoekmachine krijgen de gebruikers een lijst met op basis van objectieve criteria bepaalde natuurlijke resultaten die zijn geselecteerd en gerangschikt volgens de relevantie ervan voor de zoekwoorden.

Google heeft ook een advertentiesysteem genaamd „AdWords”, waarmee na ingave van zoekwoorden advertenties kunnen worden getoond naast de natuurlijke resultaten. Deze advertenties bestaan doorgaans uit een korte reclameboodschap en een link naar de site van de

¹ Eerste richtlijn (89/104/EEG) van de Raad van 21 december 1988 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (PB 1989, L 40, blz. 1) en verordening (EG) nr. 40/94 van de Raad van 20 december 1993 inzake het gemeenschapsmerk (PB 1994, L 11, blz. 1).

² Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt („richtlijn inzake elektronische handel”) (PB L 178, blz. 1).

³ Deze vrijstelling geldt wanneer: i) er sprake is van een dienst van de informatiemaatschappij; ii) deze dienst bestaat in de opslag van informatie, verstrekt door de afnemer van de dienst, op verzoek van deze afnemer, en iii) de dienstverlener niet daadwerkelijk kennis heeft van het onwettige karakter van de informatie, of van feiten waaruit dit onwettige karakter duidelijk zou blijken, en naar behoren handelt om de informatie te verwijderen zodra hij van het onwettige karakter daarvan kennis krijgt.

adverteerder. Zij worden onderscheiden van de natuurlijke resultaten door de plaats en opmaak ervan. Door middel van AdWords biedt Google adverteerders tegen betaling de mogelijkheid om zoekwoorden te selecteren zodat hun advertenties aan internetgebruikers worden getoond na ingave van deze zoekwoorden in de zoekmachine van Google. Google financiert haar zoekmachine met haar inkomsten uit AdWords.

In Frankrijk hebben merkhouders procedures tegen Google ingeleid met betrekking tot de rechtmatigheid van het gebruik van met merken overeenkomende zoekwoorden in het advertentiesysteem AdWords. In het kader daarvan is vastgesteld dat het ingeven van bepaalde merken in de zoekmachine van Google advertenties deed verschijnen voor sites waarop namaakversies van de waren waarop het merk betrekking had of dezelfde of soortgelijke waren van concurrenten werden aangeboden.

De Cour de cassation, die in laatste aanleg uitspraak dient te doen, heeft het Hof van Justitie gevraagd of Google een merkinbreuk heeft gepleegd door dergelijke zoekwoorden ter beschikking te stellen aan adverteerders, en of het bedrijf aansprakelijk kan worden gesteld voor de in AdWords getoonde inhoud.

In zijn conclusie van vandaag geeft advocaat-generaal Poiras Maduro in overweging dat **Google geen merkinbreuk heeft gepleegd door adverteerders de mogelijkheid te bieden, met merken overeenkomende zoekwoorden te selecteren in AdWords.** Hij wijst erop dat het gebruik van de merken beperkt is tot de selectie van zoekwoorden binnen AdWords en alleen betrekking heeft op Google en de adverteerders. Bij de selectie van zoekwoorden worden dus geen waren of diensten verkocht aan het grote publiek. Dit gebruik kan bijgevolg niet worden aangemerkt als een gebruik voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten als die waarop de merken betrekking hebben. Evenzo plegen ook de adverteerders zelf geen merkinbreuk door in AdWords met merken overeenkomende zoekwoorden te selecteren.

De advocaat-generaal vindt wel dat Google, door advertenties te doen verschijnen na ingave van met merken overeenkomende zoekwoorden, een verband creëert tussen deze zoekwoorden en de sites waarvoor reclame wordt gemaakt en waarop dezelfde of soortgelijke waren worden verkocht als die waarop de merken betrekking hebben. Hetzelfde verband ontstaat tussen met merken overeenkomende zoekwoorden en de als natuurlijke resultaten getoonde sites.

De advocaat-generaal stelt zich evenwel op het standpunt dat **dit verband evenmin een merkinbreuk vormt.** Het louter doen verschijnen van relevante sites na ingave van zoekwoorden volstaat immers niet voor de vaststelling van verwarringsgevaar bij de consument met betrekking tot de herkomst van waren of diensten. Internetgebruikers zijn zich ervan bewust dat niet alleen de site van de merkhouders verschijnt als resultaat van een zoekopdracht in de zoekmachine van Google, en soms zijn zij zelfs niet eens op zoek naar deze site. Deze gebruikers zullen de herkomst van de waren of diensten waarvoor reclame wordt gemaakt, pas beoordelen op basis van de inhoud van de advertentie en na het bezoeken van de sites waarvoor reclame wordt gemaakt. Beoordelingen zijn nooit alleen gebaseerd op het feit dat de advertenties verschijnen na ingave van met merken overeenkomende zoekwoorden.

De advocaat-generaal brengt vervolgens in herinnering dat merkrechten niet kunnen worden opgevat als klassieke eigendomsrechten op grond waarvan de merkhouders elk ander gebruik kan uitsluiten. Derhalve **mag de toegang van internetgebruikers tot informatie over het merk niet worden beperkt tot of door de merkhouders,** ook al zijn daarbij bekende merken betrokken. Hij merkt op dat vele sites waarnaar internetgebruikers worden geleid door zoekwoorden in te geven, volstrekt legitiem en wettig zijn, ook al zijn het geen sites van de merkhouders.

Advocaat-generaal Poiares Maduro wijst ook het idee af dat de effectieve of mogelijke medewerking van Google aan een merkinbreuk door een derde als zodanig een inbreuk vormt. **Merkhouders moeten melding maken van specifieke gevallen die leiden tot aansprakelijkheid van Google in verband met onrechtmatige schade aan hun merken**, in plaats van elk mogelijk gebruik – daaronder begrepen vele rechtmatige en zelfs wenselijke soorten gebruik – te kunnen verbieden op grond van merkenrechtelijke bescherming.

In dit verband is volgens de advocaat-generaal zowel de zoekmachine van Google als AdWords een dienst van de informatiemaatschappij. Hij voegt daaraan toe dat dienstverleners die op grond van de richtlijn inzake elektronische handel vrijgesteld willen worden van aansprakelijkheid, neutraal moeten blijven wat de informatie betreft die zij doorgeven of opslaan.

Terwijl de zoekmachine een neutraal informatie-instrument is dat objectieve criteria hanteert om de sites te doen verschijnen die het meest relevant zijn voor de ingegeven zoekwoorden, geldt dit evenwel niet voor AdWords. In het laatste geval heeft Google er direct financieel belang bij dat internetgebruikers klikken op de links van de advertenties.

Derhalve mag de vrijstelling van aansprakelijkheid voor „hosts” waarin de richtlijn inzake elektronische handel voorziet, niet worden toegepast op de in AdWords getoonde inhoud.

N.B.: De conclusie van de advocaat-generaal bindt het Hof niet. De advocaten-generaal hebben tot taak het Hof in volledige onafhankelijkheid een juridische oplossing te bieden voor het concrete geschil. De rechters van het Hof beginnen vandaag met de beraadslagingen over het arrest, dat op een latere datum zal worden gewezen.

Voor de media bestemd niet-officieel stuk, dat het Hof van Justitie niet bindt.

Beschikbare talen: BG, ES, DE, EL, EN, FR, IT, NL, PL, PT, RO

De volledige tekst van de conclusie is op de dag van de uitspraak te vinden op de internetpagina van het Hof

*<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=NL&Submit=rechercher&numaff=C-236/08>
vanaf ongeveer 12.00 uur.*

Voor nadere informatie wende men zich tot de heer Stefaan Van der Jeught.

Tel: +352 4303 2170 Fax: +352 4303 2988