



Pers en Voorlichting

Hof van Justitie van de Europese Unie

PERSCOMMUNIQUÉ nr. 32/10

Luxemburg, 23 maart 2010

Arrest in samengevoegde zaken C-236/08–C-238/08
Google France & Google Inc. e.a./Louis Vuitton Malletier e.a.

Google maakt geen inbreuk op het merkenrecht door adverteerders de mogelijkheid te bieden, te betalen voor trefwoorden die overeenkomen met merken van hun concurrenten

Adverteerders mogen niet aan de hand van dergelijke trefwoorden door Google advertenties laten weergeven die het voor internetgebruikers onmogelijk maken om gemakkelijk te begrijpen van welke onderneming de waren of diensten waarop de advertentie betrekking heeft, afkomstig zijn

Op grond van het communautaire merkenrecht¹ kunnen merkhouders onder bepaalde voorwaarden derden verbieden, gebruik te maken van tekens die gelijk zijn aan of overeenstemmen met hun merken, voor soortgelijke waren of diensten als die waarvoor deze merken zijn ingeschreven.

Google exploiteert een zoekmachine op internet. Wanneer een internetgebruiker een zoekactie uitvoert op basis van een of meer zoekwoorden, toont de zoekmachine, in afnemende volgorde van belangrijkheid, de websites die het best overeenkomen met deze zoekwoorden. Dit zijn de zogenoemde „natuurlijke” resultaten van de zoekactie.

Daarnaast biedt Google de betaalde zoekmachineadvertentiedienst „AdWords” aan. Daarmee kan elke marktdeelnemer, door een of meer trefwoorden („keywords”) te selecteren, wanneer dit woord of deze woorden overeenkomen met een of meer woorden die deel uitmaken van de zoekopdracht die de internetgebruiker in de zoekmachine heeft ingevoerd, een advertentielink naar zijn site, met daarbij een reclameboodschap, doen verschijnen. Deze advertentie verschijnt in het veld „gesponsorde links”, dat wordt weergegeven in het rechtergedeelte van het beeldscherm – rechts van de natuurlijke resultaten –, ofwel in het bovenste gedeelte van het beeldscherm, boven deze resultaten.

Vuitton, houder van het gemeenschapsmerk „Vuitton” en de nationale Franse merken „Louis Vuitton” en „LV”, Viaticum, houder van de Franse merken „Bourse des Vols”, „Bourse des Voyages” en „BDV”, en Thonet, houder van het Franse merk „Eurochallenges”, hebben vastgesteld dat wanneer internetgebruikers in de zoekmachine van Google de woorden ingaven waaruit deze merken bestaan, in het veld „gesponsorde links” links verschenen respectievelijk naar sites waarop imitaties van waren van Vuitton werden aangeboden, en sites van concurrenten van Viaticum en het Centre national de recherche en relations humaines. Zij hebben derhalve Google gedagvaard en gevorderd vast te stellen, dat laatstgenoemde inbreuk had gemaakt op hun merken.

De Cour de cassation, die in laatste aanleg uitspraak doet in procedures die merkhouders tegen Google hebben ingeleid, heeft het Hof van Justitie vragen gesteld over de rechtmatigheid van het gebruik van met merken overeenkomende tekens, als trefwoorden in het kader van een zoekmachineadvertentiedienst op internet, zonder dat de houders van deze merken daarin hebben toegestemd.

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).

Gebruik van met merken van anderen overeenkomende trefwoorden in het kader van een zoekmachineadvertentiedienst op internet

Het Hof merkt op dat wanneer wordt betaald voor de zoekmachineadvertentiedienst en een teken dat overeenkomt met een merk van een ander, als trefwoord wordt gekozen om internetgebruikers een alternatief te bieden voor de waren of diensten van die merkhouder, de adverteerder van het teken gebruikmaakt voor zijn waren of diensten. Dit geldt echter niet voor de verlener van de zoekmachineadvertentiedienst wanneer hij adverteerders de mogelijkheid biedt, aan merken gelijke tekens als trefwoorden te selecteren, deze tekens opslaat en op basis daarvan advertenties van zijn klanten toont.

Het Hof preciseert dat het gebruik, door een derde, van een teken dat gelijk is aan of overeenstemt met het merk van de houder, op zijn minst impliceert dat deze derde het teken in het kader van zijn eigen commerciële communicatie gebruikt. De verlener van een zoekmachineadvertentiedienst biedt zijn klanten, namelijk adverteerders, de mogelijkheid, gebruik te maken van tekens die gelijk zijn aan of overeenstemmen met merken, zonder zelf van deze tekens gebruik te maken.

Wanneer een merk als trefwoord is gebruikt, kan de merkhouder dus tegenover Google geen beroep doen op het aan zijn merk verbonden uitsluitende recht. Op dat recht kan hij daarentegen wel een beroep doen tegenover adverteerders die, aan de hand van het met zijn merk overeenkomende trefwoord, door Google advertenties laten weergeven die het voor de gemiddelde internetgebruiker onmogelijk of moeilijk maken om te weten van welke onderneming de waren of diensten waarop de advertentie betrekking heeft, afkomstig zijn.

In een dergelijke situatie, waarbij de advertentie meteen verschijnt nadat de internetgebruiker het merk als zoekwoord heeft ingevoerd, en wordt weergegeven wanneer het merk, als zoekwoord, ook nog op het scherm staat, kan de internetgebruiker zich immers vergissen omtrent de herkomst van de betrokken waren of diensten. In dat geval is er sprake van afbreuk aan de functie van het merk, de consument de herkomst van de waar of de dienst te waarborgen („herkomstaanduidingsfunctie” van het merk).

Het staat aan de nationale rechter om per geval te beoordelen of in het hem voorgelegde geding afbreuk wordt gedaan, of dreigt te worden gedaan, aan de herkomstaanduidingsfunctie.

Wat het gebruik, door internetadverteerders, van het met het merk van een ander overeenkomende teken als trefwoord met het oog op de weergave van advertenties betreft, is het Hof voorts van oordeel dat dit gebruik bepaalde gevolgen kan hebben voor het gebruik voor reclamedoelinden van dat merk door de merkhouder alsook voor zijn handelsstrategie. Door deze gevolgen van het gebruik van het aan het merk gelijke teken door derden wordt op zich echter geen afbreuk gedaan aan de „reclamefunctie” van het merk.

Aansprakelijkheid van de verlener van de zoekmachineadvertentiedienst

Aan het Hof is ook een vraag gesteld over de aansprakelijkheid van een marktdeelnemer zoals Google voor de door zijn klanten verstrekte gegevens die hij op zijn server opslaat.

De aansprakelijkheid wordt weliswaar in het nationale recht geregeld, maar het recht van de Unie voorziet in beperkingen van de aansprakelijkheid van als tussenpersoon optredende verlener van diensten van de informatiemaatschappij.²

Wat de vraag betreft of een zoekmachineadvertentiedienst op internet zoals „AdWords” een dienst van de informatiemaatschappij is bestaande in de opslag van de door de adverteerder verstrekte informatie en of, bijgevolg, de aansprakelijkheid van de verlener van de zoekmachineadvertentiedienst kan worden beperkt, stelt het Hof vast dat de verwijzende rechter dient te onderzoeken of de rol van deze dienstverlener in die zin neutraal is dat zijn handelingen

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).

louter technisch, automatisch en passief zijn, wat impliceert dat hij geen kennis heeft van of controle heeft over de gegevens die hij opslaat.

Indien deze dienstverlener geen actieve rol heeft gehad, kan hij niet aansprakelijk worden gesteld voor de gegevens die hij op verzoek van een adverteerder heeft opgeslagen, tenzij hij niet snel die gegevens verwijdert of de toegang daartoe onmogelijk maakt nadat hij kennis heeft gekregen van het onwettige karakter van die gegevens of van activiteiten van die adverteerder.

NOTA BENE: De prejudiciële verwijzing biedt de rechterlijke instanties van de lidstaten de mogelijkheid, in het kader van een bij hen aanhangig geding aan het Hof vragen te stellen over de uitlegging van het recht van de Unie of over de geldigheid van een handeling van de Unie. Het Hof beslecht het nationale geding niet. De nationale rechterlijke instantie dient het geding af te doen overeenkomstig de beslissing van het Hof. Deze beslissing bindt op dezelfde wijze de andere nationale rechterlijke instanties die kennis dienen te nemen van een soortgelijk probleem.

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

De [volledige tekst](#) van het arrest is op de dag van de uitspraak te vinden op de website CURIA.

Contactpersoon voor de pers: Stefaan Van der Jeught ☎ (+352) 4303 2170

Beelden van de uitspraak van het arrest zijn beschikbaar via "[Europe by Satellite](#)" ☎ (+32) 2 2964106