

Byla C-104/22

Prašymas priimti prejudicinį sprendimą

Gavimo data:

2022 m. vasario 15 d.

Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas:

Markkinaoikeus (Suomija)

Nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą priėmimo data:

2022 m. vasario 14 d.

Ieškovė:

Lännen MCE Oy

Atsakovės:

*Berky GmbH**Senwatec GmbH & Co. KG***MARKKINAOIKEUS****NUTARTIS**

<...>

2022 m. vasario 14 d.

<...>

IEŠKOVĖ*Lännen MCE Oy***ATSAKOVĖS***Berky GmbH**Senwatec GmbH & Co. KG***DALYKAS**

Europos Sąjungos prekių ženklo pažeidimas; pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 267 straipsnį Europos Sąjungos Teisingumo Teismui pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą.

BYLOS DALYKAS

- 1 *Markkinaoikeus* (Ekonominių bylų teismas, Suomija) nagrinėjamas *Lännen MCE Oy* ieškinys susijęs su klausimu, ar atsakovės *Berky GmbH* (toliau – *Berky*) ir *Senwatec GmbH & Co. KG* (toliau – *Senwatec*), kurių buveinė yra Vokietijoje, pažeidė Europos Sąjungos prekių ženklą Nr. 003185758 WATERMASTER.
- 2 Prašymas priimti prejudicinį sprendimą susijęs su klausimu, kokiomis sąlygomis galima preziumuoti, kad tariami teisių pažeidimai, kaip jie suprantami pagal 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (toliau – ES prekių ženklo reglamentas) 125 straipsnio 5 dalį, buvo padaryti Suomijoje, taigi taip pat, ar *Markkinaoikeus* turi tarptautinę jurisdikciją nagrinėti ieškinį.
- 3 Visų pirma keliamas klausimas, kokiomis sąlygomis prireikus galima preziumuoti, kad elektroniniu būdu (**orig. p. 2**) platinta reklama, kuri ir yra tariami teisių pažeidimai, buvo skirta tikslinei grupei Suomijoje, neatsižvelgiant į tai, ar geografinė atitinkamų gaminių tiekimo teritorija buvo nustatyta bendrai ar atskirai aiškiai susiejant su reklama.

REIKŠMINGOS FAKTINĖS APLINKYBĖS

Faktinės bylos aplinkybės

- 4 Bendrovė *Lännen MCE Oy*, turinti buveinę Suomijoje, yra ES prekių ženklo Nr. 003185758 WATERMASTER savininkė.
- 5 Bendrovės *Berky* ir *Senwatec*, kurios yra atsakovės, priklauso tai pačiai bendrovių grupei. Abiejų bendrovių tariamai įvykdyti teisių pažeidimai yra skirtingi, tačiau atitinkami ieškiniai nagrinėjami kartu viename procese. Tariami teisių pažeidimai skiriasi, todėl toliau jie aptariami atskirai.
- 6 *Senwatec* atveju tvirtinimas, kad buvo tariamai pažeistas ES prekių ženklas WATERMASTER, yra grindžiamas reklama, kuri buvo rodoma 2016 m. rugpjūčio mėn. kaip paieškos rezultatas svetainėje *Google.fi* įvedus paieškos žodį *watermaster*.
- 7 Iš byloje pateiktų įrodomųjų dokumentų matyti, kad pirmas paieškos *Google* rezultatas buvo su daugiafunkciais *Senwatec* ekskavatoriais susijusi reklaminė nuoroda *Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers – senwatec.de*. Kartu su pirmiau nurodytu paieškos rezultatu buvo rodomas žodis „reklama“ ir šis paieškos rezultatas nuo kitų paieškos rezultatų buvo atskirtas linija. Atspausdinus nurodytos paieškos rezultatą paaiškėjo, kad paiešką atlikusio subjekto vieta pagal jo IP adresą buvo Helsinkis (Suomija). Reklaminėje nuorodoje, kuri buvo rodoma kaip paieškos rezultatas, ir su ja susijusiame tekste nebuvo jokių nuorodų

konkrečiai į Suomiją arba bendrai į geografinę gaminių tiekimo teritoriją. **(orig. p. 3)**

- 8 Minėta reklaminė nuoroda nukreipdavo į *Senwatec* svetainę www.senwatec.de. Joje, be kita, buvo pateiktas tekstas anglų kalba apie tai, kad *Senwatec* gaminiai naudojami visame pasaulyje: „The machines and solutions from the company Senwatec are worldwide in use. To give you an overview of the area of operations we created for you an own Senwatec-world map.“ Kartu su tekstu buvo pateiktas pasaulio žemėlapis, o jame tamsesne spalva paryškintos šalys, kuriose *Senwatec*, kaip pati nurodė, vykdė veiklą. Žemėlapyje buvo paryškinta didžioji dalis Vakarų Europos, visa Šiaurės Amerika ir kelios Azijos ir Afrikos šalys. Vis dėlto Suomija nebuvo paryškinta. Be pirmiau nurodytų duomenų, išsamesnės informacijos apie svetainės turinį, iš kurio būtų galima spręsti apie *Senwatec* veiklos teritoriją arba gaminių tiekimo teritoriją, byloje nepateikta.
- 9 *Berky* atveju *Lännen MCE Oy* tvirtinimas, jog buvo pažeistas ES prekių ženklas WATERMASTER, grindžiamas tuo, kad dalijimosi nuotraukomis svetainėje *Flickr.com* 2005–2019 m. susietai su įvairias *Berky* mašinas vaizduojančiomis nuotraukomis buvo naudojama iš reikšminio žodžio sudaryta vadinamoji metagairė – *watermaster*. *Lännen MCE Oy* teigimu, svetainėje *Google.fi* kaip paieškos rezultatas įvedus paieškos sąvokas *watermaster amphibious dredge* buvo rodoma nuoroda, nukreipianti į dalijimosi failais svetainę *Flickr.com*, kurioje buvo *Berkys* mašinų nuotraukų. Kaip paieškos rezultatas rodyta nuoroda buvo ne reklaminė nuoroda, o vadinamasis „natūralus“ paieškos rezultatas.
- 10 Interneto paslaugų svetainėje *Flickr.com* pateiktų nuotraukų tekstuose buvo nurodyti mašinų pavadinimai anglų kalba ir modelių numeriai. Be to, kartu su nuotraukomis buvo pateiktas *Berky* logotipas. Su kiekviena nuotrauka buvo susieta daugybė iš reikšminių žodžių sudarytų metagairių anglų ir kitomis kalbomis. Viena iš šių gairių, be kita ko, buvo *watermaster*. Taip pat buvo siūloma galimybė **(orig. p. 4)** šioje paslaugų svetainėje užsiregistruoti ir tapti *Berky* teikiamo turinio sekėju.
- 11 Su nuoroda, kuri buvo rodoma kaip paieškos interneto svetainėje *Google.fi* rezultatas, ar su nuotraukomis, kurios buvo prieinamos dalijimosi nuotraukomis svetainėje *Flickr.com*, nebuvo pateikta jokios informacijos, susijusios konkrečiai su Suomija. Su nuotraukomis nebuvo pateikta ir jokios kitos informacijos, kuri aiškiai nurodytų geografinę nuotraukose pavaizduotų *Berky* mašinų tiekimo teritoriją.

Bylos nagrinėjimas *Markkinaoikeus*

- 12 Ieškovė *Lännen MCE Oy* teigė, kad tariami teisių pažeidimai įvykdyti Suomijoje, todėl *Markkinaoikeus* pagal ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalį kaip ES prekių ženklų teismas turi jurisdikciją nagrinėti ieškinį dėl teisių pažeidimo.

- 13 *Lännen MCE Oy* manymu, abiejų atsakovių internete vykdyta rinkodaros veikla buvo susijusi su Suomijos teritorija ir buvo matoma vartotojams ir prekybininkams Suomijoje. *Berky* ir *Senwatec* gaminiai parduodami visame pasaulyje. Reklama anglų kalba buvo skirta ne vien tikslinei grupei Vokietijoje, o be apribojimų tarptautinei tikslinei grupei, t. y. visoms šalims, kuriose ta reklama buvo matoma. Reklama nebuvo skirta atskirai šaliai, vadinasi, ji buvo skirta bet kuriai šaliai, kurioje ji buvo matoma. Lemiamą reikšmę turi jau tai, kad prekių ženklo naudojimo faktas, kuris yra teisių pažeidimas, buvo matomas interneto naudotojams Suomijoje.
- 14 Atsakovės *Berky* ir *Senwatec* atsiliepime į ieškinį užginčijo *Markkinaoikeus* tarptautinę jurisdikciją šioje byloje. Jų teigimu, tariami teisių pažeidimai įvykdyti ne Suomijoje. Todėl atsakovės pirmiausia prašė, kad *Markkinaoikeus* ieškinį atmestų kaip nepriimtina. (**orig. p. 5**)
- 15 *Berky* ir *Senwatec* nurodė, kad savo rinkodaros nesiejo su Suomija ir savo gaminių netiekė parduoti Suomijoje ir kad Suomija nėra jų rinkos teritorija. Paieškos *Google* rezultatas ir jame rodomas žodis *watermaster* nereiškia, kad gaminių rinkodara susijusi su Suomija, be to, rinkodara ir kitais aspektais nebuvo susijusi su Suomija. Šio fakto vertinimui niekaip nedaro poveikio tai, kad paieška būdavo atliekama svetainėje *Google.fi*. Svetainėje *Flickr.com* pateiktos *Berky* nuotraukos netgi nėra reklama arba pasiūlymas pirkti. Taigi tariami teisių pažeidimai nėra susiję su Suomija. Šiomis aplinkybėmis svarbu ne tai, ar internete pateiktas turinys, kuris tariamai yra teisių pažeidimas, buvo matomas Suomijoje, o tai, ar būta reikšmingos to turinio sąsajos su Suomija.
- 16 Šalys laikosi skirtingos nuomonės dėl klausimo, ar *Senwatec* svetainėje pavaizduotas žemėlapis rodo, kad bendrovė apribojo geografinę savo gaminių tiekimo teritoriją tiek, kad ji savo gaminių netiekė į Suomiją. *Senwatec* tvirtinimu, žemėlapis yra įrodymas, kad Suomija nepriklauso jos gaminių rinkos teritorijai ir kad ji, kaip pati teigia, Suomijoje neturi įgaliotųjų platintojų ir nevykdo pardavimo veiklos. *Lännen MCE Oy* teigimu, *Senwatec* gaminių rinka yra visas pasaulis, taigi ji veiklą vykdė ir tose šalyse, kurios pirmiau nurodytame žemėlapyje nebuvo paryškintos. Byloje taip pat remiamasi liudytojų parodymais, kad tame pasaulio žemėlapyje buvo pažymėta ne tik *Senwatec*, bet ir *Berky* veiklos teritorija.

TEISĖS NUOSTATOS IR JURISPRUDENCIJA

ES prekių ženklo reglamentas

- 17 ES prekių ženklo reglamentas taikomas nuo 2017 m. spalio 1 d. *Markkinaoikeus* manymu, tiek, kiek tariami pažeidimai, kuriais grindžiamas ieškinys, buvo įvykdyti iki šios dienos, taikytinas tariamų teisių pažeidimo momentu iki 2017 m. rugsėjo 30 d. galiojęs Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo, (**orig. p. 6**) iš dalies pakeistas būtent 2016 m. kovo 23 d.

įsigaliojusių Reglamentu (ES) 2015/2424 (toliau abu kartu – ankstesnis ES prekių ženklo reglamentas).

- 18 *Lännen MCE Oy* ieškinys dėl teisių pažeidimo *Markkinaoikeus* pradėtas nagrinėti 2020 m. sausio 28 d. *Markkinaoikeus* manymu, jo jurisdikcijos klausimu, nukrypstant nuo pirmiau pateiktų argumentų, taikytinas galiojantis ES prekių ženklo reglamentas, kurio turinys toliau nurodytais aspektais tapatus ankstesnio ES prekių ženklo reglamento turiniui.
- 19 Pagal ES prekių ženklo reglamento 124 straipsnį ir jo a punktą visos ES prekių ženklo pažeidimo bylos teisingos išskirtinai ES prekių ženklo teismams.
- 20 Remiantis ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalimi, 124 straipsnyje nurodytos bylos ir ieškiniai, išskyrus bylas dėl pripažinimo, kad ES prekių ženklo teisių pažeidimo nebuvo, taip pat gali būti keliamos tos valstybės narės, kurioje įvyko ar grėsė įvykti teisių pažeidimas arba kurioje įvykdytas 11 straipsnio 2 dalyje nurodytas veiksmas, teismuose.
- 21 Pagal ES prekių ženklo reglamento 126 straipsnio 2 dalį ES prekių ženklo teismui, kurio teisingumas yra grindžiamas 125 straipsnio 5 dalies reikalavimais, yra teisingi tik tie veiksmai, kurie buvo atlikti ar grėsė būti atlikti toje valstybėje narėje, kurioje įsikūręs teismas.

Teisingumo Teismo jurisprudencija

- 22 2019 m. rugsėjo 5 d. Sprendime *AMS Neve ir kt.* (C-172/18, EU:C:2019:674), kuriame aiškinama ankstesnio ES prekių ženklo reglamento 97 straipsnio 5 dalis, turinio aspektu tapati galiojančio ES prekių ženklo reglamento (**orig. p. 7**) 125 straipsnio 5 daliai, Teisingumo Teismas nagrinėjo klausimą, kurioje valstybėje narėje yra padarytas pažeidimas tuo atveju, kai elektroninėmis priemonėmis platinta reklama ir teikti pasiūlymai pirkti, susiję su prekėmis, pažymėtomis tariamai pažeistu prekių ženklu.
- 23 Remiantis to sprendimo 47 punktu, tariami teisių pažeidimai įvykdyti ten, kur yra vartotojai ir prekybininkai, kuriems skirta reklama ar pasiūlymai pirkti, neatsižvelgiant į tai, kad atsakovas įsisteigęs kitoje teritorijoje, kad jo naudojamas elektroninio tinklo serveris yra kitoje teritorijoje arba kad prekės, kurios yra tokios reklamos ir pasiūlymų pirkti objektas, yra kitoje teritorijoje.
- 24 Pagal to paties sprendimo 54 punktą su ES prekių ženklu susiję teisių pažeidimai turi būti laikomi „atliktais“ [„įvykdytais“] vietoje, kurioje jie įgijo reklamos ar pasiūlymo parduoti pobūdį, t. y. ten, kur komercinis turinys buvo padarytas faktiškai prieinamas vartotojams ir prekybininkams, kuriems jis buvo skirtas. Tačiau tai, ar ši reklama ir pasiūlymai vėliau lėmė atsakovo sprendimą pirkti tas prekes, nėra svarbu.

- 25 Iš minėto sprendimo 56 punkto matyti, kad teismas turi išnagrinėti klausimą, kurioje valstybėje narėje yra vartotojai arba prekybininkai, kuriems skirta reklama ir pasiūlymai pirkti, pateikti svetainėje arba platformose, ir atlikdamas šį tyrimą teismas turi atsižvelgti visų pirma į geografinės atitinkamų prekių tiekimo teritorijos nuorodas, pateiktas toje svetainėje ir tose platformose.
- 26 To sprendimo 56 punkte pateikta nuoroda į 2011 m. liepos 12 d. Sprendimo *L’Oreal ir kt.* (C-324/09, EU:C: 2011:474) 64 ir 65 punktus, kuriuose nagrinėjama, kokiomis sąlygomis ES prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti teikti elektroninėje prekyvietėje parduoti prekių ženklą (**orig. p. 8**) pažymėtus gaminius.
- 27 Remiantis Sprendimo *L’Oreal* 64 punktu, vis dėlto vien interneto svetainės prieinamumo teritorijoje, kurioje prekių ženklas registruotas, nepakanka, kad būtų galima daryti išvadą, jog joje pateikiami pasiūlymai skirti šioje teritorijoje esantiems vartotojams. Iš tiesų, jei elektroninės prekyvietės prieinamumo šioje teritorijoje pakaktų tam, kad joje publikuojami skelbimai patektų į teisės aktų dėl ES prekių ženklo taikymo sritį, svetainėms ir skelbimams, kurie, nors ir aiškiai skirti tik trečiosiose valstybėse esantiems vartotojams, tačiau techniškai prieinami Sąjungos teritorijoje, būtų nepagrįstai taikoma Sąjungos teisė.
- 28 Taigi Sprendimo *L’Oréal* 65 punkte nustatyta, kad nacionaliniai teismai turi kiekvienu atveju įvertinti, ar egzistuoja svarbūs rodikliai, į kuriuos atsižvelgiant galima daryti išvadą, kad pasiūlymas pirkti, paskelbtas elektroninėje prekyvietėje, prieinamoje teritorijoje, kurioje prekių ženklas registruotas, skirtas joje esantiems vartotojams. Kai prie siūlymo pirkti nurodomos geografinės zonos, į kurias pardavėjas gali išsiųsti prekę, toks nurodymas yra ypač svarbus atliekant šį vertinimą.
- 29 Remiantis Sprendimo *AMS Neve* 58 punktu, ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalį atitinkanti ankstesnė nuostata turi būti aiškinama autonomiškai ir nepriklausomai nuo 2000 m. gruodžio 22 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 44/2001 dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir vykdymo 5 straipsnio 3 punkto aiškinimo, kurio laikėsi Teisingumo Teismas, kiek tai susiję su teisių į nacionalinius prekių ženklus pažeidimu. Vis dėlto tose nuostatose vartojamų sąvokų „valstybė narė, kurioje įvyko [buvo atliktas] teisių pažeidimas“ ir „vieta, kurioje įvyko žalą sukėlęs įvykis“ aiškinimas turi būti nuoseklus. (**orig. p. 9**)
- 30 Kaip nurodyta 2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Wintersteiger* (C-523/10, EU:C:2012:220) 39 punkte, Reglamento Nr. 44/2001 5 straipsnio 3 punktas turi būti aiškinamas taip, kad ginčas dėl teisių į valstybėje narėje įregistruotą prekių ženklą pažeidimo, kai reikšminį žodį, kuris tapatus kitoje valstybėje narėje įregistruotam prekių ženklui, skelbėjas vartoja paieškos sistemos interneto svetainėje su kitos valstybės narės aukščiausio lygio nacionaliniu domenu, gali būti nagrinėjamas valstybės narės, kurioje įregistruotas prekių ženklas, teismuose arba valstybės narės, kurioje įsisteigęs skelbėjas, teismuose.

PRAŠYMO PRIIMTI PREJUDICINĮ SPRENDIMĄ REIKALINGUMAS

- 31 Remiantis pirmiau nurodyta Teisingumo Teismo jurisprudencija, nagrinėjant klausimą, kuri yra ta valstybė narė, kurioje yra vartotojai arba prekybininkai, kuriems skirta elektroniniu būdu interneto svetainėje platinama reklama arba pasiūlymai pirkti, reikia atsižvelgti visų pirma į geografinės prekių tiekimo teritorijos nuorodas.
- 32 Iš jurisprudencijos galima daryti išvadą, kad, nagrinėjant šį klausimą, be geografinės prekių tiekimo teritorijos nuorodų galima atsižvelgti ir į kitas aplinkybes. Tai gali būti svarbu visų pirma tokiu atveju, kai konkreti geografinė tiekimo teritorija apskritai nenurodyta arba kai ji paaiškėja tik netiesiogiai iš kitų aplinkybių. Vis dėlto tebėra neaišku, kokios tos kitos aplinkybės galėtų būti.
- 33 Iš generalinio advokato išvados byloje *AMS Neve* (EU:C:2010:276, 89 punktas) matyti, kad nustatant jurisdikciją pagal teisių pažeidimo vietą labai svarbūs gali būti ir kiti aspektai nei vien geografinės prekių tiekimo teritorijos nuorodos. Kaip nurodyta toje išvadoje, aspektai, be kita ko, gali būti tokie: pasiūlymu ir reklama tiesiogiai kreipiamasi (**orig. p. 10**) į valstybės narės visuomenę, jie paskelbti interneto svetainėje su šios valstybės narės aukščiausio lygio nacionaliniu domenu, kainos nurodytos nacionaline valiuta ir tokioje interneto svetainėje paskelbti numeriai su atitinkamos valstybės kodu. Remiantis ta išvada, šis aspektų sąrašas nėra nei baigtinis, nei vienintelis. Teisingumo Teismas prejudiciniame sprendime *AMS Neve* nenagrinėjo kitų aspektų reikšmės.
- 34 Pirmiausia neaišku, ar svarstant klausimą, kuri yra ta valstybė narė, kurioje yra vartotojai arba prekybininkai, kuriems skirta reklama arba pasiūlymas pirkti, taigi kurioje valstybėje narėje buvo įvykdytas tariamas teisių pažeidimas pagal ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalį, galima atsižvelgti į gaminių, kuriuos apima ta reklama, pobūdį. Šioje byloje *Lännen MCE Oy*, be kita ko, teigė, kad *Berky* ir *Senwatec* gaminių rinkos teritorija yra visas pasaulis ir kad su jais susijusi reklama buvo skirta visoms šalims, kuriose ji buvo matoma.
- 35 Tuo atveju, jei būtų preziumuojama, kad reklama buvo susijusi su visu pasauliu, taigi taip pat su visa Europos Sąjungos teritorija, būtų neaišku, ar galima preziumuoti, kad reklama buvo susijusi su atskira valstybe nare. *Berky* atveju byloje pirmiau reikia atsakyti į klausimą, ar *Berky* mašinų nuotraukų pateikimas dalijimosi nuotraukomis svetainėje *Flickr.com*, atsižvelgiant į byloje paaiškęs faktus, yra reklama.
- 36 Iš generalinio advokato išvados byloje *AMS Neve* (EU:C:2019:276) 90 punkto matyti, kad remiantis bendra visą Sąjungą apimančia geografinės tiekimo teritorijos nuoroda negalima nustatyti konkrečios (-ių) tikslinės (-ių) grupės (-ių). Jeigu tokia bendra nuoroda būtų vertinama kaip svarbi, tai reikštų, kad tariamą teisių pažeidimą padariusiam asmeniui ieškinys gali būti pareikštas visų valstybių narių teismuose. Teisingumo Teismas (**orig. p. 11**) prejudiciniame Sprendime *AMS Neve* nuomonės šiuo klausimu nepateikė.

- 37 Nurodytame Sprendime *Wintersteiger* jurisdikcijos nustatymo klausimu reikšmė buvo teikiama paieškos sistemos svetainės aukščiausio lygio domenui. Vis dėlto tame sprendime kalbama apie nacionalinį prekių ženklą, be to, jis ir kitais aspektais skiriasi nuo šios bylos.
- 38 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, tebėra neaišku, ar priimant sprendimą dėl jurisdikcijos pagal ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalį gali turėti reikšmės tai, kuri yra ta valstybė narė, su kurios aukščiausio lygio domenu pasiekama paieškos sistemos svetainė, kurioje galima matyti reklamą.
- 39 Visų pirma neaišku, ar galima preziumuoti, kad valstybėje narėje X įsisteigusios įmonės A elektroniniu būdu platinama reklama skirta vartotojams arba prekybininkams valstybėje narėje Y, kai A reklamoje arba kaip reikšminį žodį paieškos sistemos svetainėje, kuri pasiekama su valstybės narės Y aukščiausio lygio domenu, naudojo ES prekių ženklui tapatų žymenį.
- 40 Tiek, kiek šioje byloje reikšmingos šios nurodytos aplinkybės, taip pat neaišku, ar valstybės narės Y ES prekių ženklų teismai jurisdikciją nagrinėti ieškinį dėl teisių pažeidimo turi išimtinai dėl šių aplinkybių ar jų jurisdikcijai patvirtinti reikalingos ir kitos aplinkybės.
- 41 Atsakymai į nurodytus išaiškinimo klausimus yra būtini sprendimui *Markkinaoikeus* nagrinėjamoje pagrindinėje byloje priimti.

PREJUDICINIAI KLAUSIMAI

Markkinaoikeus, suteikęs šalims galimybę pateikti pastabas dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą turinio, nutarė (**orig. p. 12**) sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pagal SESV 267 straipsnį pateikti Europos Sąjungos Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

Įmonė A, įsisteigusi valstybėje narėje X ir turinti joje savo buveinę, interneto svetainėje teikiamoje reklamoje arba kaip reikšminį žodį naudojo žymenį, tapatų įmonės B ES prekių ženklui.

1. Ar šiuo atveju galima preziumuoti, kad reklama skirta vartotojams arba prekybininkams valstybėje narėje Y, kurioje yra įmonės B buveinė, ir ar ES prekių ženklų teismai valstybėje narėje Y turi jurisdikciją pagal ES prekių ženklo reglamento 125 straipsnio 5 dalį nagrinėti ieškinį dėl ES prekių ženklo pažeidimo, kai elektroniniu būdu platintoje reklamoje arba reklamos teikėjo svetainėje, į kurią nukreipiama saitų, geografinė prekių tiekimo teritorija bent jau aiškiai nėra nurodyta arba nė viena valstybė narė iš tiekimo teritorijos nėra aiškiai eliminuota? Ar atsakant į pirmiau minėtą klausimą galima atsižvelgti į prekių, su kuriomis susijusi reklama, pobūdį ir į aplinkybę, kad įmonės A gaminių rinkos teritorija, kaip tvirtinama, yra visas pasaulis, taigi apima visą Europos Sąjungos teritoriją, įskaitant valstybę narę Y?

2. Ar galima preziumuoti, kad minėta reklama skirta vartotojams arba prekybininkams valstybėje narėje Y, kai reklama rodoma paieškos sistemos svetainėje, kuri pasiekama su nacionaliniu valstybės narės Y aukščiausio lygio domenu?
3. Jei į pirmąjį arba antrąjį klausimą būtų atsakyta teigiamai: į kokias kitas aplinkybes prireikus turi būti atsižvelgiama atsakant į klausimą, ar reklama skirta vartotojams arba prekybininkams valstybėje narėje Y? (**orig. p. 13**)

<...> [nurodymai dėl procedūros]

APELIACINIS SKUNDAS

Atskiras apeliacinis skundas dėl šios nutarties negali būti teikiamas.

<...> [teismo sudėtis] <...> [gavėjų sąrašas]