

**MARKKINAOIKEUS**

**PÄÄTÖS**

Nro 5/22

14.2.2022

Dnro 2020/29

**KANTAJA**

Lännen MCE Oy

**VASTAAJAT**

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

**ASIA**

Euroopan unionin tavaramerkin loukkausta koskeva asia; Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 267 artiklan mukainen ennakkoratkaisupyyntö unionin tuomioistuimelle

**OIKEUDENKÄYNNIN KOHDE**

1. Markkinaoikeudessa vireillä olevassa Lännen MCE Oy:n kanteessa on kysymys siitä, ovatko vastaajat Berky GmbH (jäljempänä Berky) ja Senwatec GmbH & Co. KG (jäljempänä Senwatec), joiden kummankin kotipaikka on Saksassa, loukanneet Euroopan unionin tavaramerkkiä (jäljempänä EU-tavaramerkki) numero 003185758 WATERMASTER.

2. Ennakkoratkaisupyyntönsä on kysymys siitä, millä edellytyksillä voidaan katsoa, että väitetyt loukkaustoimet ovat tapahtuneet Suomen alueella Euroopan unionin tavaramerkistä annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2017/1001 (jäljempänä EU-tavaramerkkiasetus) 125 artiklan 5 kohdassa tarkoitetulla tavalla ja näin ollen markkinaoikeuden kansainvälisestä toimivallasta tutkia kanne.

3. Erityisesti on kysymys siitä, millä edellytyksillä väitetyissä loukkaustoimissa kysymyksessä olevien sähköisesti julkaistujen

mainosten voidaan mahdollisesti katsoa olleen suunnattuja suomalaiselle kohderyhmälle siitä riippumatta, onko niiden yhteydessä tai niihin liittyen nimenomaisesti erikseen täsmennetty kysymyksessä olevien tuotteiden maantieteellistä toimitusalueetta.

## **ASIAN KANNALTA MERKITYKSELLISET TOSISEIKAT**

### **Asian tausta**

4. Lännen MCE Oy, jonka kotipaikka on Suomessa, on EU-tavaramerkin numero 003185758 WATERMASTER haltija.

5. Vastaajayhtiöt Berky ja Senwatec kuuluvat samaan konserniin. Kummankin yhtiön osalta kysymys on eri väitetyistä loukkaustoimista, joita koskevat kanteet kuitenkin käsitellään samassa oikeudenkäynnissä. Koska väitetyt loukkaustoimet poikkeavat toisistaan, niitä käsitellään seuraavassa erikseen.

6. Senwatecin osalta väite EU-tavaramerkin WATERMASTER loukkauksesta perustuu elokuussa 2016 Google.fi-verkkosivulla hakusanalla ”watermaster” tehdyn hakutuloksena esitettyyn mainokseen.

7. Asiassa esitetystä asiakirjatodistelusta ilmenee, että Google-haun ensimmäinen hakutulos on ollut Senwatecin monitoimiruoppauskoneita koskeva mainoslinkki otsikolla ”Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers – senwatec.de”. Edellä mainitun hakutuloksen yhteydessä on ollut sana ”Mainos” ja se on erotettu viivalla muista hakutuloksista. Edellä mainitusta hausta otetusta tulosteesta ilmenee, että haun tekijän internetosoitteen perusteella haun tekijän sijainti on ollut Helsingissä Suomessa. Hakutuloksena tulleesta mainoslinkistä tai sen yhteydessä olevasta tekstistä ei ilmene mitään erityisesti Suomeen tai ylipäättänsä tuotteiden maantieteelliseen toimitusalueeseen viittaavia seikkoja.

8. Edellä mainittu mainoslinkki on ohjannut Senwatecin verkkosivustolle [www.senwatec.de](http://www.senwatec.de). Senwatecin verkkosivustolla on muun ohella ollut englanninkielinen teksti, jonka mukaan Senwatecin tuotteet ovat maailmanlaajuisesti käytössä: ”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.” Tekstin yhteydessä on ollut kuva maailmankartasta, jossa on korostettu tummemmalla värityksellä ne maat, joissa Senwatecilla on ollut oman ilmoituksensa mukaan toimintaa. Kyseisellä kartalla on tummennettu suurin osa Länsi-Eurooppaa, koko Pohjois-Amerikka ja useita Aasian ja Afrikan maita. Suomea ei kuitenkaan ole tummennettu. Asiassa ei ole edellä todetun lisäksi esitetty muuta selvitystä Senwatecin toiminta-aluetta tai tuotteiden toimitusaluetta koskevasta sisällöstä verkkosivustolla.

9. Berkyn osalta Lännen MCE Oy:n väite EU-tavaramerkin WATERMASTER loukkauksesta perustuu siihen, että Flickr.com-kuvanjakopalvelussa on vuosina 2005–2019 käytetty avainsanasta muodostuvaa niin sanottua metatagia ”watermaster” Berkyn erilaisia koneita esittelevien kuvien yhteydessä. Lännen MCE Oy:n mukaan Google.fi-sivustolla hakusanoilla ”watermaster amphibious dredger” tehdyn haun hakutuloksena on tullut linkki Flickr.com-kuvanjakopalveluun, jossa on ollut kuvia Berkyn koneista. Hakutuloksena ollut linkki ei ole ollut mainoslinkki, vaan niin sanottu luonnollinen hakutulos.

10. Flickr.com-palvelussa olleiden kuvien kuvateksteissä on mainittu koneiden nimet englannin kielellä ja lisäksi koneiden mallinumeroita. Kuvien yhteydessä on lisäksi ollut Berkyn logo. Kuhunkin kuvaan on liitetty lukuisia avainsanoista koostuvia metatageja englannin kielellä ja myös muilla kielillä. Eräs tällainen metatagi on muiden ohella ollut ”watermaster”. Lisäksi on ollut

mahdollisuus liittyä Berkyn sisällön seuraajaksi kysymyksessä olevassa palvelussa.

11. Google.fi-internethaun tuloksena tulleen linkin tai Flickr.com-kuvanjakopalvelussa olleiden kuvien yhteydessä ei ole ollut mitään erityisesti Suomeen viittaavia tietoja. Kuvien yhteydessä ei ole ollut mitään muitakaan tietoja, joissa olisi nimenomaisesti ilmoitettu kuvissa esiintyvien Berkyn koneiden maantieteellinen toimitusalue.

#### **Asian käsittely markkinaoikeudessa**

12. Kantaja Lännen MCE Oy on esittänyt, että väitetyt loukkaustoimet ovat tapahtuneet Suomen alueella ja markkinaoikeus on näin ollen EU-tavaramerkkituomioistuimena toimivaltainen käsittelemään loukkauskanteen EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohdan nojalla.

13. Lännen MCE Oy:n mukaan kysymys on ollut internetissä tapahtuneista kummankin vastaajan myynninedistämistoimista, jotka ovat kohdistuneet Suomen alueelle ja näkyneet suomalaisille kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille. Lännen MCE Oy:n mukaan Berkyn ja Senwatecin tuotteita myydään koko maailmaan. Englanninkielistä mainontaa ei ole suunnattu pelkästään saksalaiselle kohderyhmälle, vaan kansainväliselle kohderyhmälle rajoituksetta eli kaikkiin niihin maihin, joissa kyseinen mainos on näkynyt. Koska mainontaa ei ole kohdistettu mihinkään yksittäiseen maahan, se on kohdistettu jokaiseen maahan, jossa mainonta näkyy. Lännen MCE Oy:n mukaan ratkaisevaa on yksin jo se, että loukkaava käyttö on näkynyt suomalaisille internetin käyttäjille.

14. Vastaajat Berky ja Senwatec ovat kanteeseen vastatessaan kiistäneet markkinaoikeuden kansainvälisen toimivallan asiassa. Niiden mukaan väitetyt loukkaustoimet eivät ole tapahtuneet Suomen alueella. Ne ovat tällä perusteella ensisijaisesti vaatineet, että markkinaoikeus jättää kanteen tutkimatta.

15. Berky ja Senwatec ovat esittäneet, että ne eivät ole suunnanneet markkinointiaan Suomeen eivätkä tarjonneet tuotteitaan myytäväksi Suomeen eikä Suomi ole niiden markkina-aluetta. Google-hakutulos ja siinä esiintynyt sana ”watermaster” eivät osoita mitään Suomeen kohdistuvaa tuotteiden markkinointia, eikä markkinointi muutoinkaan ole kohdistunut Suomeen. Arviointiin ei niiden mukaan vaikuta mitenkään se, että haku on tehty Google.fi-sivun kautta. Berkyn Flickr.com-sivustolla olleet kuvat eivät edes ole olleet mainoksia tai myyntitarjouksia. Näin ollen väitetyt loukkaustoimet eivät ole kohdistuneet Suomeen. Tältä osin ei ole merkitystä sillä, onko loukkaavaksi väitetty verkkosisältö ollut nähtävissä Suomessa, vaan sillä, onko tällaisella sisällöllä asiaankuuluva yhteys Suomeen.

16. Asianosaiset ovat erimielisiä siitä, osoittaako Senwatecin internetsivuilla kuvattu kartta yhtiön rajanneen tuotteidensa maantieteellistä toimitusaluetta siten, että tuotteita ei toimiteta Suomeen. Senwatecin mukaan kartta on eräs osoitus siitä, että Suomi ei kuulu yhtiön tuotteiden markkina-alueeseen eikä yhtiöllä ole ilmoituksensa mukaan ollut jälleenmyyjiä Suomessa tai myyntiä Suomeen. Lännen MCE Oy:n mukaan Senwatecin tuotteiden markkinat ovat maailmanlaajuiset, ja Senwatecilla on ollut toimintaa myös sellaisissa maissa, joita ei ole korostettu edellä mainitulla kartalla. Asiassa on lisäksi esitetty henkilötodistelua, jonka mukaan edellä viitattu maailmankartta koskisi Senwatecin lisäksi myös Berkyn toiminta-aluetta.

## **SÄÄNNÖKSET JA OIKEUSKÄYTÄNTÖ**

### **EU-tavaramerkkiasetus**

17. EU-tavaramerkkiasetusta sovelletaan 1.10.2017 lukien. Niiltä osin kuin kanteen perusteena olevat väitetyt loukkaukset ovat tapahtuneet tätä ennen, markkinaoikeuden käsityksen mukaan asiassa tulee sovellettavaksi väitettyjen loukkaustoimien ajankohtina 30.9.2017 saakka voimassa ollut Euroopan unionin

tavaramerkistä annettu neuvoston asetus (EY) N:o 207/2009, jota on muutettu muun muassa 23.3.2016 voimaan tulleella asetuksella (EU) 2015/2424 (edellä mainitut yhdessä jäljempänä aikaisempi EU-tavaramerkkiasetus).

18. Lännen MCE Oy:n loukkauskanne on tullut vireille markkinaoikeudessa 28.1.2020. Markkinaoikeuden käsityksen mukaan kysymykseen markkinaoikeuden toimivallasta sovelletaan edellä todetusta poiketen voimassa olevaa EU-tavaramerkkiasetusta, joka on jäljempänä todetuilta osin samansisältöinen kuin aikaisempi EU-tavaramerkkiasetus.

19. EU-tavaramerkkiasetuksen 124 artiklan a kohdan mukaan EU-tavaramerkkejä käsittelevillä tuomioistuimilla on yksinomainen toimivalta kaikissa loukkauskanteissa.

20. EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohdan mukaan 124 artiklassa tarkoitetuista kanteista ja vaatimuksista johtuvat menettelyt, lukuun ottamatta vahvistuskanteita, jotka koskevat sitä, että EU-tavaramerkin loukkausta ei ole tapahtunut, voidaan myös käydä sen jäsenvaltion tuomioistuimissa, jonka alueella loukkaustoimi on tapahtunut tai jonka alueella 11 artiklan 2 kohdassa tarkoitettu toimi on tapahtunut.

21. EU-tavaramerkkiasetuksen 126 artiklan 2 kohdan mukaan EU-tavaramerkkejä käsittelevä tuomioistuin, jonka toimivalta perustuu 125 artiklan 5 kohtaan, on toimivaltainen tekemään ratkaisun ainoastaan sen jäsenvaltion alueella tapahtuneen loukkaustoimen tai uhanneen loukkaustoimen osalta, jonka alueella kyseinen tuomioistuin sijaitsee.

### **Unionin tuomioistuimen oikeuskäytäntö**

22. Unionin tuomioistuin on aikaisemman EU-tavaramerkkiasetuksen 97 artiklan 5 kohdan, joka sisällöltään vastaa voimassa olevan EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan

5 kohtaa, tulkintaa koskevassa tuomiossa AMS Neve ym. (tuomio 5.9.2019, C-172/18, EU:C:2019:674) arvioinut kysymystä siitä, minkä jäsenvaltion alueella loukkaus on tapahtunut loukkaavaksi väitetystä tavaramerkillä varustettujen tavaroiden sähköisesti julkaistujen mainoksien ja myyntitarjouksien osalta.

23. Tuomion 47 kohdan mukaan EU-tavaramerkkiä loukkaaviksi väitetyt toimet on tehty alueella, jolla kuluttajat tai elinkeinonharjoittajat, joille nämä mainokset ja myyntitarjoukset on suunnattu, ovat, riippumatta siitä, onko vastaaja sijoittautunut toiseen valtioon, sijaitseeko vastaajan käyttämä sähköisen verkon palvelin toisessa valtiossa tai ovatko tuotteet, joita mainokset ja tarjoukset koskevat, toisessa valtiossa.

24. Tuomion 54 kohdan mukaan EU-tavaramerkkiä koskevien loukkaustoimien on katsottava ”tapahtuneen” sillä alueella, jolla ne ovat saaneet mainoksen tai myyntitarjouksen luonteen, eli alueella, jolla kaupallinen sisältö on tosiasiallisesti saatettu niiden kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien saataville, joille se on suunnattu. Se, ovatko nämä mainokset ja tarjoukset johtaneet myöhemmin tavaroiden ostamiseen vastaajalta, on sitä vastoin merkityksetöntä.

25. Tuomion 56 kohdasta käy ilmi, että tuomioistuimen on tutkittava kysymystä siitä, missä jäsenvaltiossa oleville kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille internetsivuston tai alustojen sisältämät mainokset ja myyntitarjoukset on suunnattu, erityisesti niiden kyseessä olevien tuotteiden maantieteellistä toimitusaluetta koskevien täsmennysten perusteella, jotka löytyvät tältä internetsivustolta ja näiltä alustoilta löytyvien täsmennysten perusteella.

26. Viimeksi mainitussa tuomion 56 kohdassa on viitattu tuomion L'Oréal ym. (tuomio 12.7.2011, C-324/09, EU:C:2011:474) 64 ja 65 kohtiin, joissa on arvioitu kysymystä edellytyksistä, joilla EU-tavaramerkin haltijalla on oikeus kieltää tavaramerkillä

varustettujen tuotteiden tarjoaminen myytäväksi sähköisellä markkinapaikalla.

27. Tuomion L'Oréal 64 kohdan mukaan pelkkä pääsy internetsivustolle alueella, jolla tavaramerkki saa suojaa, ei riitä sen päätelmän tekemiseen, että sillä esitetyt myyntitarjoukset on tarkoitettu kyseisellä alueella oleville kuluttajille. Jos pääsy sähköiselle markkinapaikalle kyseisellä alueella riittäisi siihen, että sillä esitetty mainonta kuuluisi unionin tavaramerkkilainsäädännön soveltamisalaan, sivuihin ja mainoksiin, jotka on aivan ilmeisesti tarkoitettu yksinomaan kolmansissa valtioissa oleville kuluttajille, mutta joihin voidaan kuitenkin teknisesti tarkasteltuna tutustua unionin alueella, sovellettaisiin aiheettomasti unionin oikeutta.

28. Tuomion L'Oréal 65 kohdan mukaan kansallisten tuomioistuinten on näin ollen arvioitava tapauskohtaisesti, onko olemassa merkityksellisiä seikkoja, joiden perusteella voidaan katsoa, että myyntitarjous, joka esitetään sähköisellä markkinapaikalla, johon on pääsy alueella, jolla tavaramerkki saa suojaa, on tarkoitettu kyseisellä alueella oleville kuluttajille. Kun myyntitarjouksessa täsmennetään maantieteelliset alueet, joille myyjä on valmis lähettämään tuotteen, tämällytyypisellä täsmennyksellä on erityistä merkitystä kyseisessä arvioinnissa.

29. Tuomion AMS Neve 58 kohdan mukaan EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohtaa vastannutta aikaisempaa säännöstä on tulkittava itsenäisesti suhteessa siihen, miten unionin tuomioistuin on tulkinnut tuomioistuimen toimivallasta sekä tuomioiden tunnustamisesta ja täytäntöönpanosta siviili- ja kauppaoikeuden alalla annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 44/2001 5 artiklan 3 alakohtaa kansallisia tavaramerkkejä koskevien loukkauksanteiden osalta. Näissä säännöksissä olevia ilmaisuja ”jäsenvalti[o] —, jonka alueella loukkaustoimi on tapahtunut” ja ”[se paikkakunta], missä vahinko sattui” on kuitenkin tulkittava johdonmukaisesti.

30. Tuomion Wintersteiger (tuomio 19.4.2012, C–523/10, EU:C:2012:220) 39 kohdan mukaan asetuksen N:o 44/2001 5 artiklan 3 alakohtaa on tulkittava siten, että riita-asia, joka koskee sitä, että jäsenvaltiossa rekisteröityä tavaramerkkiä on loukattu sillä perusteella, että mainostaja on käyttänyt kyseisen tavaramerkin kanssa identtistä avainsanaa hakukoneen internetsivustolla, jolla käytetään toisen jäsenvaltion maantieteellistä aluetunnusta, voidaan saattaa joko jäsenvaltion, jossa kyseinen tavaramerkki on rekisteröity, tai mainostajan sijoittautumispaikan jäsenvaltion tuomioistuinten käsiteltäväksi.

## ENNAKKORATKAISUPYYNNÖN TARVE

31. Unionin tuomioistuimen edellä kuvatun oikeuskäytännön perusteella arvioitaessa kysymystä siitä, missä jäsenvaltiossa oleville kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille internetsivustolla sähköisesti julkaistu mainos tai myyntitarjous on suunnattu, tulee erityisesti ottaa huomioon tuotteiden maantieteellistä toimitusaluetta koskevat täsmennykset.

32. Oikeuskäytännöstä on pääteltävissä, että arvioinnissa voidaan maantieteellistä toimitusaluetta koskevien täsmennysten lisäksi ottaa huomioon muitakin seikkoja. Tällä saattaa olla merkitystä erityisesti siinä tapauksessa, että maantieteellistä toimitusaluetta ei ole joko lainkaan täsmennetty tai toimitusalue on vain välillisesti pääteltävissä muista seikoista. On kuitenkin epäselvää, mitä nämä muut seikat ovat.

33. Julkisasiamiehen ratkaisuehdotuksesta (EU:C:2010:276, 89 kohta) asiassa AMS Neve käy ilmi, että tutkittaessa toimivaltaa loukkaustoimen tapahtumapaikan perusteella erityisen tärkeitä voivat olla muutkin seikat kuin tuotteiden maantieteellistä toimitusaluetta koskevat täsmennykset. Näitä seikkoja voivat olla ratkaisuehdotuksen mukaan muun ohella seuraavat: se, että tarjouksessa ja mainoksissa viitataan nimenomaisesti jonkin

jäsenvaltion yleisöön, että tarjous ja mainokset ovat saatavana kyseisen jäsenvaltion kansallista ylätasoa verkkotunnusta käyttävällä internetsivustolla, että hinnat on ilmoitettu kansallisessa valuutassa tai että tällaisella internetsivustolla näkyvissä puhelinnumeroissa on kyseisen valtion maatunnus. Ratkaisuehdotuksen mukaan tämä luettelo ei ole tyhjentävä eikä täydellinen. Unionin tuomioistuin ei ole ennakkoratkaisussa AMS Neve lausunut näiden muiden seikkojen merkityksestä.

34. Epäselvää on ensinnäkin se, voidaanko mainoksen kattamien tuotteiden luonne ottaa huomioon arvioitaessa sitä, missä jäsenvaltiossa oleville kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille mainos tai myyntitarjous on suunnattu ja näin ollen missä jäsenvaltiossa väitetty loukkaustoimi on EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohdan mukaan tapahtunut. Tässä asiassa Lännen MCE Oy on muun ohella esittänyt, että Berkyn ja Senwatecin tuotteiden markkina-aluetta on koko maailma ja että niitä koskeva mainonta on suunnattu kaikkiin niihin maihin, joissa mainonta on näkynyt.

35. Siinä tapauksessa, että mainonnan katsottaisiin kohdistuneen koko maailmaan ja siten myös koko Euroopan unionin alueelle, epäselvää on, voidaanko mainonnan katsoa kohdistuneen yksittäiseen jäsenvaltioon. Berkyn osalta asiassa on tätä ennen vielä ratkaistavana kysymys siitä, onko Berkyn koneiden kuvien esittäminen Flickr.com-kuvanjakopalvelussa ollut asiassa esille tulleiden tosiseikkojen valossa mainontaa.

36. Asiaa AMS Neve koskevan julkisasiamiehen ratkaisuehdotuksen (EU:C:2019:276) kohdasta 90 käy ilmi, että koko unionia koskevan yleisen maininnan maantieteellisestä toimitusalueesta perusteella ei voida määrittää erityistä kohdeyleisöä tai -yleisöjä. Jos tällaista yleistä mainintaa pidettäisiin merkityksellisenä, siitä seuraisi, että väitettyä loukkaajaa vastaan voitaisiin nostaa kanne kaikissa jäsenvaltioissa. Unionin

tuomioistuin ei ole ennakkoratkaisussaan AMS Neve lausunut tästä kysymyksestä.

37. Edellä mainitussa tuomiossa Wintersteiger on annettu oikeuspaikan osalta merkitystä hakukoneen internetsivuston maantieteelliselle aluetunnukselle. Tuomiossa on kuitenkin kysymys kansallisesta tavaramerkistä ja se poikkeaa myös muutoin tästä asiasta.

38. Edellä todetun perusteella on epäselvää, voidaanko kysymystä EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohdan mukaisesta oikeuspaikasta ratkaistaessa antaa merkitystä sille, minkä jäsenvaltion kansallista ylätasoa verkkotunnusta käyttävällä hakukoneen internetsivustolla mainokset ovat saatavana.

39. Erityisesti on epäselvää, voidaanko jäsenvaltioon X sijoittautuneen yrityksen A sähköisesti julkaiseman mainoksen katsoa olevan suunnattu kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille jäsenvaltiossa Y, jos yritys A on käyttänyt EU-tavaramerkin kanssa identtistä merkkiä mainoksessa tai avainsanana hakukoneen internetsivustolla, jolla käytetään jäsenvaltion Y maantieteellistä aluetunnusta.

40. Jos edellä mainituilla seikoilla on merkitystä nyt kysymyksessä olevassa asiassa, epäselvää on myös, ovatko jäsenvaltion Y EU-tavaramerkkituomioistuimet toimivaltaisia ratkaisemaan loukkauskanteen jo yksinomaan näiden seikkojen perusteella vai onko toimivallalle olemassa vielä joitain lisäedellytyksiä.

41. Mainittuihin tulkintakysymyksiin annettavat vastaukset ovat tarpeellisia markkinaoikeudessa vireillä olevan pääasian ratkaisemiseksi.

## **ENNAKKORATKAISUKYSYMYKSET**

Markkinaoikeus on varattuaan asianosaisille tilaisuuden lausua ennakkoratkaisukysymysten sisällöstä päättänyt lykätä asian

käsittelyä ja pyytää unionin tuomioistuimelta Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 267 artiklan nojalla ennakkoratkaisun seuraavista kysymyksistä:

Yritys A on sijoittautunut jäsenvaltioon X, jossa on sen kotipaikka, ja käyttänyt internetsivustolla mainoksessa tai avainsanana merkkiä, joka on sama kuin yrityksen B EU-tavaramerkki.

1. Voidaanko edellä mainitussa tilanteessa mainonnan katsoa olevan suunnattu kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille jäsenvaltiossa Y, jonka alueella yrityksellä B on kotipaikka, ja onko EU-tavaramerkkejä käsittelevä tuomioistuin jäsenvaltiossa Y toimivaltainen tutkimaan EU-tavaramerkin loukkausta koskevan kanteen EU-tavaramerkkiasetuksen 125 artiklan 5 kohdan nojalla, jos sähköisesti julkaistussa mainoksessa tai siihen linkitetyllä mainostajan internetsivustolla ei ole ainakaan nimenomaisesti täsmennetty tuotteiden maantieteellistä toimitusaluetta tai nimenomaisesti suljettu mitään yksittäistä jäsenvaltiota toimitusalueen ulkopuolelle? Voidaanko asiassa ottaa huomioon niiden tavaroiden luonne, joita mainos koskee ja se, että yrityksen A tuotteiden markkina-alue on väitetysti maailmanlaajuinen ja kattaa siten koko Euroopan unionin alueen mukaan lukien jäsenvaltion Y?
2. Voidaanko edellä mainitun mainonnan katsoa olevan suunnattu kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille jäsenvaltiossa Y, jos mainos on tullut esille jäsenvaltion Y kansallista ylätasoin verkko-tunnusta käyttävällä hakukoneen internetsivustolla?
3. Jos vastaus kysymykseen 1 tai 2 on myöntävä, mitä muita seikkoja on tällöin mahdollisesti otettava huomioon ratkaistaessa, onko mainos suunnattu kuluttajille tai elinkeinonharjoittajille jäsenvaltiossa Y?

Saatuaan unionin tuomioistuimen ennakkoratkaisun markkinaoikeus antaa lopullisen päätöksensä asiassa.

## MUUTOKSENHAKU

Tähän päätökseen ei saa hakea erikseen muutosta.

Puheenjohtaja



Anne Ekblom-Wörlund

Asian ovat yksimielisesti ratkaisseet markkinaoikeustuomarit Anne Ekblom-Wörlund, Reima Jussila ja Markus Mattila.

## JAKELU

Unionin tuomioistuin

Lännen MCE Oy; maksutta

Berky GmbH ym; maksutta

Ulkoministeriö / EU-tuomioistuinasioiden yksikkö