

**Asia C-148/21**

**Unionin tuomioistuimen työjärjestyksen 98 artiklan 1 kohdan mukainen  
ennakkoratkaisupyynnön tiivistelmä**

**Jättämispäivä:**

8.3.2021

**Ennakkoratkaisupyynnön esittänyt tuomioistuin:**

tribunal d'arrondissement (Luxemburg)

**Ennakkoratkaisupyynnön esittämistä koskevan päätöksen tekemispäivä:**

5.3.2021

**Kantaja:**

Christian Louboutin

**Vastapuolet:**

Amazon Europe Core Sàrl

Amazon EU Sàrl

Amazon Services Europe Sàrl

**I. Oikeudenkäynnin kohde ja tiedot:**

- 1 Christian Louboutin on nimellä ”punainen kengänpohja” kutsutun sijaintimerkin haltija. Tavaramerkki esitetään ja kuvataan jäljempänä sen rekisteröintiasiakirjoista ilmenevällä tavalla ja se on rekisteröity luokkaan 25 kuuluville tavaroille ”korkeakorkoiset kengät (paitsi ortopediset jalkineet)” EU-tavaramerkkinä nro 8845539 ja Benelux-tavaramerkkinä nro 0874489:



”Merkissä on punaista väriä (Pantone 18.1663TP) lisättynä kengän pohjaan esitetystä muodosta (kengän ääriviiva ei siis kuulu merkkiin, mutta tarkoitus on osoittaa merkin sijainti).”

- 2 Amazon-konserni myy verkossa erilaisia tavaroita ja palveluja sekä suoraan omaan lukuunsa että välillisesti kolmansien myyjien lukuun.
- 3 Amazon jakaa internetsivustoillaan säännöllisesti mainoksia kengistä, joissa on punainen pohja, ja jotka on saatettu markkinoille ilman Christian Louboutinin suostumusta.
- 4 Christian Louboutin saattoi Benelux-tavaramerkkinsä perusteella 1.3.2019 Tribunal francophone de l’entreprise de Bruxellesin (Brysselin ranskankielinen kauppatuomioistuin, Belgia) presidentin käsiteltäväksi kieltokanteen Amazon Europe core, Amazon eu ja Amazon services Europe -nimisiä yhtiöitä vastaan.
- 5 Kyseisen tuomioistuimen presidentti totesi 7.8.2019 antamassaan tuomiossa muun muassa, että tavaramerkin käyttö kaikissa riidanalaisissa mainoksissa on luettava vastaajien syyksi, ja kielsi sen uhkasakon uhalla.
- 6 Cour d’appel de Bruxelles (Brysselin ylioikeus, Belgia) muutti 25.6.2020 antamallaan tuomiolla ratkaisua osittain ja totesi muun muassa, että ainoastaan Amazonin myymiin jalkineisiin liittyviin mainoksiin voidaan kohdistaa kieltotoimenpiteitä ja että muiden mainosten käyttö voidaan lukea ainoastaan kolmansien myyjien syyksi.
- 7 Christian Louboutin teki tästä tuomiosta kassaatiovalituksen.
- 8 Christian Louboutin saattoi EU-tavaramerkkinsä perusteella 19.9.2019 tribunal d’arrondissement de Luxembourg (piirituomioistuin, Luxemburg) käsiteltäväksi kanteen, jossa hän vaatii tavaramerkkinsä käytön lopettamista ja tämän käytön aiheuttamien vahinkojen korvaamista, seuraavia yhtiöitä vastaan: Amazon Europe core, Amazon eu ja Amazon services Europe (jäljempänä myös Amazon), jotka käyttävät yhdessä eri osastoja sivustoilla amazon.fr, amazon.de, amazon.es, amazon.it ja amazon.co.uk, joiden kohteena ovat erityisesti Euroopan unionin kuluttajat.

## II. Unionin oikeus

*Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) 2017/1001*

- 9 Asetuksen 9 artiklassa säädetään nyt käsiteltävän asian kannalta merkityksellisissä kohdissa seuraavaa:

”EU-tavaramerkin antamat oikeudet

1. EU-tavaramerkin haltijalla on rekisteröinnin perusteella EU-tavaramerkkiin yksinoikeudet.

2. Rajoittamatta ennen EU-tavaramerkin hakemis- tai etuoikeuspäivää hankittujen oikeuksien soveltamista kyseisen EU-tavaramerkin haltijalla on oikeus kieltää kaikkia kolmansia osapuolia ilman hänen suostumustaan käyttämästä elinkeinotoiminnassa tunnusta tavaroita tai palveluja varten, jos:

a) tunnus on sama kuin EU-tavaramerkki, ja sitä käytetään samoja tavaroita tai palveluita varten kuin ne tavarat ja palvelut, joita varten EU-tavaramerkki on rekisteröity;

--

3. Edellä 2 kohdassa säädettyin edellytyksin voidaan kieltää erityisesti:

- a) tunnuksen paneminen tavaroihin tai tavaroiden päällyksiin;
- b) tavaroiden tarjoaminen tai markkinoille saattaminen tai niiden varastoiminen tällaista tarkoitusta varten tunnusta käyttäen taikka palvelujen tarjoaminen tai suorittaminen tunnusta käyttäen;
- c) tavaroiden maahantuonti tai maastavienti merkkiä käyttäen;
- d) tunnuksen käyttö toimi- tai liikenimenä taikka toimi- tai liikenimen osana;
- e) tunnuksen käyttö liikeasiakirjoissa ja mainonnassa;
- f) tunnuksen käyttö vertailevassa mainonnassa direktiivin 2006/114/EY vastaisella tavalla.

--”

### **III. Asianosaisten lausumat**

#### ***Christian Louboutin***

- 10 Kantaja perustaa kielto- ja vahingonkorvauskanteensa Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2017/1001 9 artiklan 2 kohdan a alakohtaan ja moittii Amazonia siitä, että se on ilman hänen suostumustaan käyttänyt samaa merkkiä (punainen kengänpohja) samoja tavaroita varten elinkeinotoiminnassa.
- 11 Käsiteltävässä asiassa käyttö, josta Amazonia moititaan, muodostuu yhtäältä loukkaavalla merkillä varustettujen tavaroiden mainosten julkaisemisesta Amazonin verkkomyyntisivustoilla ja toisaalta näiden tavaroiden varastoinnista, kuljettamisesta ja toimittamisesta.

- 12 Kantaja väittää, että tämä käyttö on luettava Amazonin syyksi, koska sillä on aktiivinen rooli ilmoitetuissa toimissa ja koska loukkaaviin tavaroihin liittyvät mainokset ovat osa sen omaa kaupallista viestintää. Amazon ei nimittäin tyydy tarjoamaan neutraalia palvelua, jolla luodaan tarvittavat tekniset edellytykset muiden käyttöä merkitseville toimille. Sen kaupallinen viestintä perustuu olennaisesti sen ominaisuuteen sivustoillaan myytävien tavaroiden jakelijana. Kaikki Amazonin verkossa tarjoamat tavarat näytetään erillisissä ilmoituksissa, joille on tyypillistä perinteisen jakelijan tarjoaman mainoksen tapaan se, että jakelijan Amazon tavaramerkki on määrävissä asemassa. Kaikki mainokset näytetään yhdenmukaisesti, mikä osoittaa Amazonin aktiivisen roolin. Sen sivustoilla ei tuoda esiin sitä seikkaa, että tiettyjen tuotteiden myyjinä ovat kolmannet.
- 13 Amazonia ei näin ollen voida pitää pelkkänä neutraalina palveluntarjoajana tai välittäjänä, koska se avustaa kolmansia myyjiä muun muassa tarjousten esittämistavan optimoinnissa.
- 14 Lisäksi Amazonin samojen merkkien käyttö koskee myös loukkaavien jalkineiden kuljettamista loppukuluttajille sen aktiivisen roolin vuoksi ja siksi, että se on tietoinen tai sen pitäisi olla tietoinen sen jakelukeskuksista kuljetettavien tavaroiden luonteesta.

### *Amazon*

- 15 Aluksi Amazon esittää kaksi oikeudenkäyntiväitettä, jotka perustuvat kanteen mitättömyyteen (epäselvä sanamuoto) ja kantajan asiavaltuuden ja intressin puuttumiseen. Lisäksi se esittää vastakanteen, jossa vaaditaan kyseisen tavaramerkin julistamista mitättömäksi.
- 16 Amazon väittää tämän jälkeen lähinnä, että verkossa toimivan markkinapaikan ylläpitäjänä sille ei voi syntyä vastuuta sen alustaa käyttävien myyjien suorittamien käyttöjen vuoksi.
- 17 Amazonin markkinapaikan, joka on avoin kolmansille myyjille, toimintatapa ei eroa merkittävästi muista markkinapaikoista. Amazonin logon sisällyttäminen Amazonin sivustoilla oleviin kolmansien myyjien ilmoituksiin ei merkitse sitä, että Amazon olisi vastuussa näistä ilmoituksista, koska muut alustat ovat myös käyttäneet tätä tekniikkaa, jonka avulla voidaan osoittaa ylläpitopalvelujen alkuperä.
- 18 Amazonin sivustoja käyttävät kuluttajat ovat täysin kykeneviä olemaan rinnastamatta järjestelmällisesti kolmansien myyjien tavaroita ja tavaramerkkejä markkinapaikkojen ylläpitäjien tavaroihin ja tavaramerkkeihin. Amazonin mukaan on virheellistä väittää, että yleisö ei mieltäisi Amazonin sivustoja markkinapaikoiksi vaan yksinomaan jakelijan alustoiksi.

- 19 On lisäksi virheellistä väittää, että Amazonin tarjoamat liitännäispalvelut oikeuttaisivat kolmansien myyjien tarjousten rinnastamisen Amazonin mainontaan. Näin ollen myös eBay, jonka laatua pelkkänä markkinapaikkana kukaan ei kyseenalaista, antaa ostajille erityisen takuun.
- 20 Tarjoukset näytetään Amazonin sivustoilla eri ryhmissä loogisen ilmoittamisen varmistamiseksi, koska näytettyjen tarjousten määrä on suuri, mikä ei tarkoita tarjousten sisällyttämistä Amazonin kaupalliseen viestintään.
- 21 Amazon katsoo vielä, ettei se, että sen eri yksiköt kuljettavat toisen lukuun tavaramerkillä varustettuja tavaroita, merkitse tavaramerkin käyttöä. Amazon väittää, ettei ole osoitettu, että se tiesi tai sen olisi pitänyt tietää tiettyjen sen varastojen ja kuljettamien kolmansien tavaroiden loukkaavasta luonteesta. Unionin tuomioistuimien ja useat kansalliset tuomioistuimet ovat vahvistaneet, että tavaroiden varastointi- ja kuljetuspalvelujen tarjoaja ei ole millään tavalla vastuussa näiden tavaroiden tavaramerkille aiheuttamasta vahingosta.
- 22 Merkin käyttämisen edellyttämien teknisten edellytysten luominen ja korvauksen saaminen tästä palvelusta ei merkitse sitä, että palvelun tarjoaja käyttää itse kyseistä merkkiä.
- 23 Varastonpitäjällä voidaan katsoa olevan aikomus saattaa varastoimiaan tuotteita markkinoille ainoastaan, jos se varastoi tuotteet myydäkseen ne edelleen omissa nimissään omaan lukuunsa tai kun se ei voi enää määrittää kolmannen identiteettiä ja päättää itse myydä alkuperältään tuntemattoman tuotteen. Sama koskee kuljetuspalveluja, ja oikeuskäytännössä vakiintuneesti hylätään kuljettajan vastuu tällä alalla.
- 24 Amazon väittää lopuksi, että analyysi verkossa toimivan markkinapaikan ylläpitäjän vastuusta tavaramerkin käytöstä on tehtävä riippumatta sen mahdollisesti omaksuman aktiivisen roolin analyysistä, koska aktiivisen roolin käsite kuuluu palveluntarjoajan vastuun alaan verkossa tapahtuvaa kaupankäyntiä koskevan lainsäädännön mukaisesti.
- 25 Ilmoitus säilyy mainostajan eikä sivuston ylläpitäjän vastuulla niin kauan kuin sen laittaminen verkkosivustolle on ilmoittajan ohjeiden mukaista.

#### **IV. Kansallisen tuomioistuimen arviointi asiasta**

- 26 Kansallinen tuomioistuin hylkää ensin oikeudenkäyntiväitteet ja tavaramerkin mitättömyyttä koskevan vastakanteen.
- 27 Tämän jälkeen se rajaa riita-asiaa todeten, että vaatimus perustuu yksinomaan asetuksen 2017/1001 9 artiklan 2 kohdan a alakohtaan, joka koskee saman merkin kuin tavaramerkki käyttöä ilman tavaramerkin haltijan suostumusta.

- 28 Christian Louboutin väittää, että yhtäältä loukkaavien tavaroiden mainosten jakaminen Amazonin sivustoilla, vaikka tavaroita tarjoavat myyntiin kolmannet, ja toisaalta näiden tavaroiden kuljetus ovat asetuksen 2017/1001 9 artiklan 2 kohdan a alakohdan soveltamisalaan kuuluvaa käyttöä. Amazon kieltää tämän.
- 29 Ennen riidanalaisen käytön tutkimista kansallinen tuomioistuin toteaa, että kolmen Amazon-konserniin kuuluvan vastaajan harjoittamat toimet eroavat toisistaan.
- 30 Amazon EU, joka harjoittaa Amazonin omien tavaroiden vähittäismyyntiä omilla nimissään ja omaan lukuunsa, ei puutu kolmansien myynteihin, joten ei ole osoitettu, miten sen voidaan katsoa käyttävän kolmansien myyjien Amazonin sivustoilla esiintyviä merkkejä. Sen voitaisiin kuitenkin katsoa käyttävän tavaramerkkiä loukkaavia merkkejä sen omilla nimissään tekemissä myyntitarjouksissa.
- 31 Asiassa ei ole osoitettu, miten Amazon Europe coren, joka vastaa Amazonin sivustojen teknisestä toiminnasta, voitaisiin katsoa käyttävän riidanalaisia merkkejä. Koska se antaa Amazon-konsernin muiden yksiköiden käyttöön teknisen tuen internetsivustojen ylläpitoon, sen vastuuta ei kuitenkaan voida suoralta kädeltä sulkea pois.
- 32 Amazon Services Europe puolestaan vastaa ”Myyminen Amazonissa” -palvelusta, jonka avulla kolmannet myyjät voivat päästä Amazonin verkkoalustalle myydäkseen siellä omia tavaroitaan. Näin ollen on ratkaistava, voiko tämä toiminta, jossa kolmansien myyjien tarjoukset näytetään samanaikaisesti kuin itse Amazonilta peräisin olevat tarjoukset, aiheuttaa sen, että Amazon käyttää tavaramerkkiä loukkaavia merkkejä.
- 33 Kansallinen tuomioistuin ei kuitenkaan tässä vaiheessa ota kantaa Amazon-konserniin kuuluvien eri yksiköiden mahdolliseen vastuuseen ja katsoo, että niiden toiminnot ovat läheisesti limittäisiä, mikä antaa käyttäjien näkökulmasta vaikutelman yhtenäisyydestä. Vastuualueet tutkitaan vain siinä tapauksessa, että Amazonilla katsotaan olevan lähtökohtainen vastuu.

a) *Merkin käytön mainoksissa syyksiluettavuus*

- 34 Ei ole riidanalaista, että tavaramerkkiä voidaan käyttää eri muodoissa, joita ei ole lueteltu tyhjentävästi asetuksen 2017/1001 9 artiklan 3 kohdassa, ja erityisesti merkillä varustettuja tavaroiden mainonnassa, varastoinnissa ja markkinoille saattamisessa.
- 35 Amazon väittää, ettei se käytä riidanalaisia merkkejä, koska se ei verkossa toimivan markkinapaikan ylläpitäjänä voi olla vastuussa sen sivustoilla julkaistuista sisällöistä.
- 36 Christian Louboutin puolestaan kiistää sen, että unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaisia verkossa toimivan markkinapaikan periaatteita voitaisiin soveltaa Amazoniin, koska Amazonia on pidettävä sivustoillaan

myytävien tavaroiden jakelijana ja koska kolmansilta myyjiltä peräisin olevat ilmoitukset sisältyvät Amazonin omaan kaupalliseen viestintään.

- 37 Ilmaisu ”käyttää” edellyttää aktiivista toimintaa sekä käytön muodostavan toimen suoraa tai välillistä hallintaa. Tältä osin unionin tuomioistuimella on ollut jo tilaisuus korostaa, että ilmaisu ”käyttää” merkitsee sen tavanomaisen merkityksen mukaan aktiivista toimintaa sekä käytön muodostavan toimen suoraa tai välillistä hallintaa. Tältä osin se on todennut, että asetuksen 2017/1001 9 artiklan 3 kohdassa, jossa luetellaan esimerkinomaisesti ne käyttömuodot, jotka tavaramerkin haltija voi kieltää, mainitaan yksinomaan kolmannen suorittamia aktiivisia toimia (tuomio 2.4.2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, 37 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 38 Unionin tuomioistuin totesi 12.7.2011 antamassaan tuomiossa L’Oréal ym. (C-324/09, EU:C:2011:474, 102 kohta), että kun on kyse pelkästä verkossa toimivasta markkinapaikasta, kolmansien myyjien verkkoon saattamat ilmoitukset eivät merkitse markkinapaikan ylläpitäjän harjoittamaa käyttöä, koska nämä ilmoitukset eivät sisälly ylläpitäjän kaupalliseen viestintään.
- 39 Amazon vetoaa tämän oikeuskäytännön soveltamiseen sellaisenaan nyt esillä olevassa asiassa, kun taas Christian Louboutin katsoo, että Amazonin toiminnot muodostuvat aktiivisesta menettelystä, minkä vuoksi riidanalaisten merkkien käyttö on perusteltua kieltää Amazonin osalta.
- 40 Ilmaisulla ”verkossa toimiva markkinapaikka” tarkoitetaan mitä tahansa alustaa, joka saattaa yhteen ostajat ja myyjät internetissä ja jonka toiminnoista ja näkyvyydestä myyjät hyötyvät maksua vastaan.
- 41 Asiassa ei ole riidanalaista, että Amazon julkaisee myyntisivustoillaan ilmoituksia omista tavaroistaan, jotka se myy ja kuljettaa omissa nimissään, sekä ilmoituksia, jotka ovat peräisin kolmansilta myyjiltä, jotka huolehtivat itse myytyjen tavaroiden kuljettamisesta tai antavat tämän tehtävän Amazonille, joka kerää tavarat jakelukeskuksiinsa ja kuljettaa ne ostajille varastoistaan.
- 42 Ei ole myöskään riidanalaista, että ilmoitukset on ryhmitelty eri ryhmiin ja alaryhmiin, jotka seuraavat tavaroiden luokitusjärjestelmää, jossa ei erotella Amazonin myymiä tavaroita kolmansien myymistä tavaroista, koska tavaroiden myyjää ja kuljettajaa koskevat tiedot ilmenevät näytössä vain, kun ilmoituksia katsotaan yksitellen, ja erityisesti jalkineiden osalta vasta, kun toivottu koko täsmennetään.
- 43 Kansallinen tuomioistuin toteaa, että Amazonin alustojen toimintatapa, jossa yhtäältä Amazonilta ja toisaalta kolmansilta myyjiltä peräisin olevat ilmoitukset sekoittuvat, eroaa toimintatavasta muilla markkinapaikoilla kuten eBay tai Rakuten, jotka julkaisevat ainoastaan kolmansien myyjien ilmoituksia eivätkä harjoita minkäänlaista myyntitoimintaa. Amazon ei kuitenkaan ole ainoa, joka harjoittaa tätä liiketoimintamallia, koska Cdiscountin kaltaiset toimijat ottavat vastaan myös kolmansien myyjien tavaroita oman tuotevalikoimansa rinnalla.

- 44 Christian Louboutin katsoo, että oman myynnin ja kolmansien myynnin sekoittumisesta seuraa, ettei Amazonin voida katsoa olevan markkinapaikan ylläpitäjä unionin tuomioistuimen tarkoittamassa merkityksessä, vaan jakelija, joka on henkilökohtaisesti vastuussa kaikkien julkaistujen ilmoitusten sisällöstä. Kohdeyleisölle, joka on keskimääräisen tarkkaavainen internetin käyttäjä, luodaan mielikuva siitä, että kaikki Amazonin internetsivustoilla myytävät tavarat ovat peräisin siltä, tai ainakin, että kolmansien myyjien ilmoitukset ovat osa Amazonin omaa kaupallista viestintää.
- 45 Toisin kuin Christian Louboutin, kansallinen tuomioistuin katsoo, että Amazonin internetsivustoillaan tarjoamat palvelut ovat verkossa toimivan markkinapaikan palveluja, koska vaikka siellä on sekoitus erityyppisiä tarjouksia, kaikki verkossa toimivan markkinapaikan ominaisuudet täyttyvät kuitenkin myös Amazon services Europen toiminnassa muun muassa sen palvelun ”myyminen Amazonilla” yhteydessä.
- 46 Näiden palvelujen lisäksi tarjottavat muut palvelut ja erityisesti markkinapaikan ylläpitäjän omat tarjoukset sekä varastointi- ja kuljetuspalvelut eivät – vaikka nämä palvelut saattavatkin aiheuttaa vaaran tietystä sekaannuksesta alustoilla käyvien internetin käyttäjien silmissä – estä luokittelemasta Amazonin alustoja markkinapaikoiksi.
- 47 On kuitenkin analysoitava, voiko Amazonin ylläpitämien alustojen erityinen toiminta johtaa kolmansien myyjien ilmoitusten integraatioon sillä tavoin, että Amazonin voitaisiin katsoa käyttävän riidanalaisia merkkejä omassa kaupallisessa viestinnässään unionin tuomioistuimen 12.7.2011 annetussa tuomiossa L’Oréal ym. (C-324/09, EU:C:2011:474, 102 kohta) käyttämän ilmaisun mukaisesti.
- 48 Kansallinen tuomioistuin muistuttaa, että kyseisessä tuomiossa unionin tuomioistuin katsoi, että se, että kolmas ”käyttää” merkkiä, joka on sama tai samankaltainen kuin haltijan tavaramerkki, edellyttää vähintäänkin sitä, että tämä kolmas käyttää merkkiä omassa kaupallisessa viestinnässään, ja päätteli tästä, ettei verkossa toimivan markkinapaikan ylläpitäjä harjoita tällaista käyttöä.
- 49 Koska tuomio koski eBay-alustaa, joka tunnetusti toimii sen käyttäjien ilmoitusten julkaisemisessa ainoastaan välittäjänä eikä myyjänä ja jakelijana, tätä oikeuskäytäntöä ei kuitenkaan voida suoraan soveltaa alustaan, jolla toimitaan eri tavalla.
- 50 Unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaan tavaramerkin käytön käsite ”koskee tilannetta, jossa omissa nimissään mutta myyjän lukuun toimiva välittäjä, joka ei näin ole sellaisen tavaroiden kaupan osallinen, jossa se on itse mukana sopimuspuolena, käyttää liikeasiakirjoissaan merkkiä, joka on sama kuin yhteisön tavaramerkki, sellaisia tavaroita ja palveluita varten, jotka ovat samoja kuin ne tavarat ja palvelut, joita varten tavaramerkki on rekisteröity” (määräys 19.2.2009, UDV North America, C-62/08, EU:C:2009:111, 59 kohta ja määräysosa). Ks.



vastaavasti myös tuomio 30.4.2020, A (Tavaramerkin loukkaus kuulalaakereiden maahantuonnilla), C-772/18, EU:C:2020:341.

- 51 Näin ollen ei ole merkityksellistä, ovatko Amazonin sivustoilla myytävät tavarat taloudellisesti siihen kohdistettavissa.
- 52 Unionin tuomioistuin otti kuitenkin 12.7.2011 annetussa tuomiossa L'Oréal ym. (C-324/09, EU:C:2011:474, 102 kohta) käyttöön käsitteen ”oma kaupallinen viestintä” sillä tavoin, että kun merkki sisältyy elinkeinonharjoittajan omaan kaupalliseen viestintään, sen voidaan katsoa käyttävän kyseistä merkkiä ja näin ollen olevan vastuussa tavaramerkin loukkaamisesta.
- 53 On siis analysoitava Christian Louboutinin esiin tuomia eri seikkoja, joiden nojalla Amazonin on katsottava käyttävän riidanalaisia merkkejä sisällyttämällä kolmansien tarjoukset omaan kaupalliseen viestintäänsä.
- 54 Christian Louboutin vetoaa näin ollen ilmoitusten yhdenmukaistamiseen sillä tavoin, että jokaisessa ilmoituksessa on Amazonin laajalti tunnettu kuviomerkki, Amazon puuttuu ilmoitusten muotoon ja koostumukseen, tavaroiden myyjä koskevat tiedot näytetään harkintaa käyttäen ja Amazon osallistuu aktiivisesti ilmoitusten laatimiseen, tavaroiden varastointiin ja kuljetukseen ja myyntihintojen määrittämiseen.
- 55 Amazonin aktiivinen osallistuminen voidaan johtaa lisäksi eri myymälöiden esittelystä, jossa käytetään järjestelmällisesti persoonapronomiä ”me” kuvaamaan tarjontaa Amazon-sivustoilla, mutta myös yleisistä otsikoista kuten ”eniten myydyt”, ”kysytyimmät” tai ”eniten tarjotut”, tekemättä eroa tavaroiden alkuperän välillä.
- 56 Christian Louboutin täsmentää vielä, että Amazonin ilmoituksia näytetään muiden sivustojen, kuten verkossa olevien päivälehtien tai sosiaalisen median sivustojen, mainosotsikoissa.
- 57 Hänen mukaansa tästä voidaan päätellä, että tavanomaisesti valistunut ja kohtuullisen tarkkaavainen internetin käyttäjä mieltää Amazonin kaikkien sen sivustoilla tarjottavien tavaroiden jakelijaksi, ja lisäksi Amazon itse korostaa jakelijan asemaansa.
- 58 Unionin tuomioistuimen runsaasta oikeuskäytännöstä huolimatta unionin tuomioistuin ei ole koskaan lausunut siitä, voidaanko internetissä toimivan tavaroiden jakelijan, joka ylläpitää samanaikaisesti verkossa toimivaa markkinapaikkaa, katsoa sisällyttävän kolmansien tarjouksia omaan kaupalliseen viestintäänsä. Kaikissa asianosaisten mainitsemisissä ratkaisuissa lähdetään nimittäin ajatuksesta, jonka mukaan kolmansien ilmoitukset eivät ole osa alustan ylläpitäjän omaa kaupallista viestintää.
- 59 Kansallinen tuomioistuin ehdottaa näin ollen ensimmäisen kysymyksen esittämistä unionin tuomioistuimelle.

- 60 Amazon on pääasiallisesti todennut, että ensimmäinen ennakkoratkaisukysymys on tarpeeton ja merkityksetön, kun otetaan huomioon unionin tuomioistuimen oikeuskäytäntö.
- 61 Unionin tuomioistuimella on sen mukaan nimittäin jo ollut tilaisuus vastata ehdotettuun kysymykseen, erityisesti asiassa *Coty Germany* (C-567/18, EU:C:2020:267), jossa julkisasiamies totesi ehdotetun ennakkoratkaisukysymyksen mukaisesti. Unionin tuomioistuin päätti kuitenkin olla noudattamatta sitä ja tyytyi vahvistamaan, että verkossa toimivan markkinapaikan ylläpitäjä ei käytä kolmansille myyjille kuuluvia merkkejä, ja täsmänsi, että näiden ylläpitäjien vastuuta on tarkasteltava muiden oikeussääntöjen näkökulmasta.
- 62 Kansallinen tuomioistuin muistuttaa, että mainitussa asiassa unionin tuomioistuimen käsiteltäväksi oli saatettu seuraava ennakkoratkaisukysymys: ”Onko henkilöllä, joka varastoi tavaramerkkioikeutta loukkaavia tavaroita kolmannen osapuolen puolesta tietämättä oikeudenloukkauksesta, hallussaan nämä tavarat niiden tarjoamista tai markkinoille saattamista varten, jos yksinomaan kolmas osapuoli – mutta ei kyseinen henkilö itse – aikoo tarjota niitä tai saattaa ne markkinoille?”
- 63 Unionin tuomioistuin vastasi tähän kysymykseen, että asetuksen 207/1001 9 artiklan 3 kohdan b alakohtaa on tulkittava siten, ”ettei henkilön, joka varastoi tavaramerkkioikeutta loukkaavia tavaroita kolmannen osapuolen puolesta tietämättä oikeudenloukkauksesta, ole katsottava pitävän hallussaan kyseisiä tavaroita tarjotakseen niitä tai laskeakseen ne liikkeeseen kyseisissä säännöksissä tarkoitetulla tavalla, jos kyseinen henkilö ei itse tavoittele näitä päämääriä”.
- 64 Näin tehdessään unionin tuomioistuin tarkasteli kysymystä yksinomaan tuotteiden varastoinnin näkökulmasta analysoimatta laajemmin Amazon-konsernin eri yksiköiden käyttämää liiketoimintamallia.
- 65 Julkisasiamies katsoi, että asetuksen 2017/1001 9 artiklan 3 kohdan b alakohtaa on tulkittava seuraavasti:
- ”\_ \_ \_
- Jos tämä henkilö kuitenkin osallistuu aktiivisesti kyseisten tavaroiden jakeluun ominaispiirteiltään *Versand durch Amazon* -ohjelman kaltaisessa ohjelmassa, jota myyjä hyödyntää, hänen voidaan katsoa varastoivan näitä tavaroita niiden tarjoamista ja markkinoille saattamista varten.
- \_ \_ \_”
- 66 Unionin tuomioistuin ei ole ottanut ratkaisussaan huomioon julkisasiamiehen varaumia, jotka koskevat Amazonin mahdollista vastuuta varastonpitäjänä.

- 67 Näiden seikkojen perusteella ei kuitenkaan voida katsoa, että unionin tuomioistuin olisi jo edes implisiittisesti ottanut kantaa ongelmaan, jota kansallinen tuomioistuin nyt käsittelee ja joka koskee paitsi Amazonin suorittamaa kolmansien myymien tuotteiden varastointia myös laajempaa kysymystä kolmansien tarjousten sisällyttämisestä omaan kaupalliseen viestintään.
- 68 Tästä seuraa, ettei unionin tuomioistuin ole jo vastannut ehdotettuun ennakkoratkaisukysymykseen, joten se on lähtökohtaisesti merkityksellinen.
- 69 Lisäksi sillä perusteella, että käsiteltävään kysymykseen voisi mahdollisesti löytyä ratkaisu verkkokauppaan sovellettavasta lainsäädännöstä, ei voida varmuudella sulkea pois tavaramerkkisuojaa koskevaa vastuuta.
- 70 Näin ollen on katsottava, että ennakkoratkaisukysymyksellä, sellaisena kuin kansallinen tuomioistuin on sitä ehdottanut, on merkitystä, kun otetaan huomioon käsiteltävänä oleva asia ja unionin tuomioistuimen jo muiden asioiden yhteydessä antamat vastaukset.
- 71 Kansallinen tuomioistuin toteaa, että Amazonin ehdottamassa kysymyksen uudelleen muotoilussa ei enää mainita eri lähteistä peräisin olevien tarjousten ”sekoituksen” käsitettä, joka on kuitenkin nyt käsiteltävässä asiassa esiin tuodun problematiikan taustalla.
- 72 Amazon väittää lisäksi, ettei se puutu millään tavalla kolmansien myyjien suorittamaan hintojen määrittämiseen.
- 73 Kansallinen tuomioistuin toteaa, että muotoilu, jota se on tältä osin käyttänyt ennakkoratkaisukysymyksensä luonnoksessa, viittaa siihen, että Amazon puuttuu suoraan hintojen määrittelyyn. On kuitenkin riidatonta, että Amazon tarjoaa apua hintojen määrittelyssä, ja käsiteltävässä asiassa esille tuodut maineikkaissa sanomalehdissä kuten The Wall Street Journal tai The New York Times ilmestyneet eri artikkelit viittaavat siihen, että Amazon vaikuttaa välillisesti hintoihin luomalla painetta siihen, etteivät kolmannet myyjät tarjoa tavaroitaan alempaan hintaan muilla sivustoilla. Näin ollen ennakkoratkaisukysymys on muotoiltava uudelleen siten, että Amazon tarjoaa apua kolmansien tavaroiden hintojen määrittelyyn poistamatta kuitenkaan täysin kysymystä hintojen määrittelystä.
- 74 Tämän jälkeen kansallinen tuomioistuin esittää Christian Louboutinin ehdottaman toisen kysymyksen.
- 75 Christian Louboutin korostaa merkitystä, joka kohdeyleisön käsityksellä on ylläpitäjän aktiivisesta roolista tai sisällyttämisestä tämän omaan kaupalliseen viestintään, koska tämä käsitys voi johtua siitä, että ylläpitäjä käyttää merkkiä, joka on sama tai samankaltainen kuin tavaramerkki, ja pyytää kansallista tuomioistuinta esittämään tähän liittyvän ennakkoratkaisukysymyksen unionin tuomioistuimelle.

- 76 Cour d'appel de Bruxelles on puoltanut päinvastaista kantaa 25.6.2020 antamassaan tuomiossa, joka on tällä hetkellä Cour de cassationin arvioitavana.
- 77 Kysymyksellä yleisön käsityksestä markkinapaikan ylläpitäjän enemmän tai vähemmän aktiivisesta roolista ilmoitusten julkaisemisessa ja näin ollen siitä, ovatko julkaistut ilmoitukset osa ylläpitäjän omaa kaupallista viestintää, voi kuitenkin olla merkitystä.
- 78 Näin ollen on pohdittava, vastaako se, että yleisö käsittää ilmoituksen tai tarjouksen digitaalisen alustan ylläpitäjän omaksi kaupalliseksi viestinnäksi tarjouksen todellista sisällyttämistä tähän kaupalliseen viestintään, mikä merkitsisi ylläpitäjän vastuuta tavaramerkkioikeuden kannalta.
- b) Merkkien käyttö kuljettamalla riidanalaisella merkillä varustettuja tavaroita*
- 79 Christian Louboutin katsoo, että Amazonin suorittamaa kolmansien myyjien myymien tavaroiden kuljetusta jakelukeskuksistaan käsin voidaan pitää käyttönä, koska toisin kuin varastonpitäjä, joka ei lähtökohtaisesti ole tietoinen mahdollisista loukkauksista, joita kolmansien myyjien lukuun varastoiduista tavaroista aiheutuu tavaramerkeille, kuljettaja on lähtökohtaisesti niistä tietoinen. Hän moittii Cour d'appel de Bruxellesiä siitä, että tämä on katsonut, että kuljettaminen on ainoastaan varastoinnin jatke, ja soveltanut unionin tuomioistuimen asiassa Coty antamaa oikeuskäytäntöä ja näin ollen jättänyt Amazonin suorittaman käytön huomiotta.
- 80 Hän katsoo, että loukkaavien tavaroiden ilmoitusten esillepanon, varastoinnin ja lähettämisen yhdistelmä antaa tehokkaasti tietoa loukkaavan merkin asettamisesta tavaroihin, ja vaatii kansallista tuomioistuinta saattamaan asian tältä osin unionin tuomioistuimen käsiteltäväksi.
- 81 Unionin tuomioistuin korosti 2.4.2020 annetussa tuomiossa Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267) ennakkoratkaisukysymykseen antamassaan vastauksessa tavaroiden hallussapidon päämäärän merkitystä.
- 82 Näin ollen jotta sellaisen tavaroiden varastointia, jotka on varustettu merkeillä, jotka ovat samoja tai samankaltaisia kuin tavaramerkit, voidaan pitää näiden tavaramerkkien ”käyttönä”, edellytetään vielä, että tätä varastointia suorittavan talouden toimijan on itse pyrittävä näissä säännöksissä tarkoitettuun päämäärään eli tavaroiden tarjoamiseen tai niiden liikkeeseen laskemiseen.
- 83 Kyseisessä tuomiossa ei lausuttu tavaroiden kuljettamisesta varastoinnin jälkeen, koska unionin tuomioistuimen käsiteltäväksi saatetussa asiassa kuljetuksen suoritti ulkopuolinen palveluntarjoaja.
- 84 Vaikka Christian Louboutinin esittämä kolmas kysymys sisältyy jo osittain toiseen kysymykseen, siinä esitetään joitakin lisätäsmennyksiä, jotka on esitettävä unionin tuomioistuimelle, jotta kysymys olisi mahdollisimman täydellinen.

## V. Ennakkoratkaisukysymykset

85 Kansallinen tuomioistuin esittää seuraavat kysymykset:

1. Onko Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen 2017/1001 9 artiklan 2 kohtaa tulkittava siten, että merkin, joka on sama kuin tavaramerkki, käyttö sivustolla näytetyssä mainoksessa voidaan lukea sivuston ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön syyksi sen vuoksi, että kyseinen sivusto sisältää sekoituksen ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön omia tarjouksia ja kolmansien myyjien tarjouksia, jolloin mainokset sisältyvät ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön omaan kaupalliseen viestintään?

Vahvistaako tällaista sisältymistä se, että

- mainokset näytetään sivustolla yhdenmukaisella tavalla?
- ylläpitäjän ja taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön omat mainokset ja kolmansien myyjien mainokset näytetään niiden alkuperää ilmoittamatta, mutta ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön logo näytetään selvästi kolmansien internetsivustojen mainosotsikoissa, jotka ovat ”pop-up” muodossa?
- ylläpitäjä tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö tarjoaa kolmansille myyjille täyden palvelun, johon kuuluu avustaminen mainosten laadinnassa ja myyntihintojen määrittämisessä, tavaroiden varastointi ja niiden kuljettaminen?
- ylläpitäjän ja taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön sivusto on suunniteltu sillä tavoin, että se esiintyy myymälöiden ja sellaisten tunnusmerkkien muodossa kuten ”eniten myydyt”, ”kysytyimmät” tai ”eniten tarjotut”, tekemättä ensi näkemältä ilmeistä eroa ylläpitäjän ja taloudellisesti sidoksissa olevan yksiköiden omien tavaroiden ja kolmansien myyjien tavaroiden välillä?

2. Onko Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen 2017/1001 9 artiklan 2 kohtaa tulkittava siten, että merkin, joka on sama kuin tavaramerkki, käyttö verkkomyyntisivustolla näytetyssä mainoksessa on lähtökohtaisesti luettava sivuston ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön syyksi, jos tavanomaisesti valistuneen ja kohtuullisen tarkkaavaisen internetin käyttäjän näkökulmasta tämä ylläpitäjä tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö on toiminut aktiivisesti mainoksen tekemisessä tai jos tämä mainos katsotaan osaksi ylläpitäjän omaa kaupallista viestintää?

Vaikuttaako tällaiseen käsitykseen:

- se, että tämä ylläpitäjä ja/tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö on erilaisten tavaroiden, mukaan lukien mainoksessa mainittujen tavaroiden tavaraluokka, laajalti tunnettu jakelija

- tai se, että näin näytetyssä mainoksessa on ylätunniste, jossa esitetään kyseisen ylläpitäjän tai taloudellisesti sidoksissa olevan yksikön palvelumerkki, joka on laajalti tunnettu jakelijan tavaramerkkinä
- tai vielä se, että tämä ylläpitäjä tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö tarjoaa samanaikaisesti tähän ilmoitukseen nähden samaan luokkaan kuin mainostettu tavara kuuluvien tavaroiden jakelijoiden perinteisesti tarjoamia palveluja?

3. Onko Euroopan unionin tavaramerkistä annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen 2017/1001 9 artiklan 2 kohtaa tulkittava siten, että samalla merkillä kuin tavaramerkki varustetun tavaran kuljettaminen loppukuluttajalle elinkeinotoiminnassa ilman tavaramerkin haltijan suostumusta on kuljettajan syyksi luettavaa käyttöä ainoastaan, jos kuljettaja on tosiasiallisesti tietoinen merkin asettamisesta tavarahan?

Onko tällainen kuljettaja kyseisen merkin käyttäjä, jos se itse tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö on ilmoittanut loppukuluttajalle huolehtivansa kuljettamisesta sen jälkeen, kun se itse tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö on varastoinut tavaran tässä tarkoituksessa?

Onko tällainen kuljettaja kyseisen merkin käyttäjä, jos se itse tai taloudellisesti sidoksissa oleva yksikkö on etukäteen aktiivisesti myötävaikuttanut tällä merkillä varustetun tuotteen mainoksen näyttämiseen elinkeinotoiminnassa tai rekisteröinyt loppukuluttajan tilauksen tämän mainoksen yhteydessä?