

C-104/22. sz. ügy**Előzetes döntéshozatal iránti kérelem****A benyújtás napja:**

2022. február 15.

A kérdést előterjesztő bíróság:

Markkinaoikeus (Finnország)

Az előzetes döntéshozatalra utaló határozat kelte:

2022. február 14.

Felperes:

Lännen MCE Oy

Alperesek:

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

MARKKINAOIKEUS**VÉGZÉS**

[omissis]

2022. február 14.

[omissis]

FELPERES

Lännen MCE Oy

ALPERESEK

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

TÁRGY

Európai uniós védjegy megsértése; az Európai Unió Bíróságához az Európai Unió működéséről szóló szerződés 267. cikke alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem

A JOGVITA TÁRGYA

- 1 A Lännen MCE Oy által a Markkinaoikeushoz (versenybíróság, Finnország) benyújtott kereset tárgyát az képezi, hogy a németországi székhelyű alperesek, a Berky GmbH (a továbbiakban: Berky) és a Senwatec GmbH & Co KG (a továbbiakban: Senwatec) megsértették a 003185758. sz. WATERMASTER európai uniós védjegyet.
- 2 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem arra vonatkozik, hogy milyen feltételek mellett vélelmezhető, hogy az állítólagos védjegybitorlási cselekményeket az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: az európai uniós védjegyről szóló rendelet) 125. cikkének (5) bekezdése értelmében Finnországban követték el, és következésképpen arra, hogy a Markkinaoikeus (versenybíróság) rendelkezik-e joghatósággal a kereset elbírálására.
- 3 Különösen az a kérdés merül fel, hogy adott esetben milyen feltételek mellett vélelmezhető, hogy az állítólagos védjegybitorlási cselekmények tárgyát képező, elektronikusan közzétett [eredeti 2. o.] reklám finn célcsoportra irányult, függetlenül attól, hogy a reklámmal együtt vagy azzal összefüggésben kifejezetten külön meghatározták-e a szóban forgó termékek földrajzi forgalmazási területét.

AZ IRÁNYADÓ TÉNYÁLLÁS

A jogvita háttere

- 4 A finnországi székhelyű Lännen MCE Oy a 003185758. sz. WATERMASTER európai uniós védjegy jogosultja.
- 5 Az alperes társaságok, a Berky és a Senwatec ugyanahhoz a csoporthoz tartoznak. A két társaság esetében különböző – állítólagos – védjegybitorlási cselekményekről van szó, a kereseteket azonban egy eljárásban tárgyalják. Mivel az állítólagos védjegybitorlási cselekmények különbözőek, az alábbiakban külön tárgyaljuk őket.
- 6 A Senwatec tekintetében a WATERMASTER európai uniós védjegy bitorlásával kapcsolatos állítás egy olyan reklámon alapul, amely egy, 2016 augusztusában a google.fi internetes oldalon a „watermaster” keresőkifejezéssel végzett keresés találataként jelent meg.
- 7 A jogvita során benyújtott okirati bizonyítékokból kitűnik, hogy a Google keresés első találat a Senwatec többfunkciós kotrógépeire vonatkozó, „Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers -senwatec.de” című promóciós link volt. A fent említett keresési találattal kapcsolatban megjelent a „reklám” szó, és a keresési találatot egy vonal választotta el a többi találattól. A fenti keresés kinyomtatásából a kereső IP-címe alapján megállapítható, hogy a kereső tartózkodási helye

Helsinki (Finnország) volt. A keresési találatként megjelenő promóciós link, illetve az ahhoz kapcsolódó szöveg nem utal kifejezetten Finnországra vagy akár a termékek forgalmazási területére. **[eredeti 3. o.]**

- 8 A fent említett promóciós link a Senwatec www.senwatec.de weboldalára vezetett. Ezen a weboldalon többek között egy angol nyelvű szöveg szerepelt, amely szerint a Senwatec termékeit világszerte használják: „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”. A szöveghez egy világtérképet ábrázoló kép kapcsolódott, amelyen sötét színnel voltak kiemelve azok az országok, amelyekben a Senwatec – állítása szerint – tevékenységet folytat. A térképen Nyugat-Európa nagy része, Észak-Amerika egésze, valamint számos ázsiai és afrikai ország sötétre volt színezve. Finnország azonban nem volt sötétre színezve. A fentiekben túlmenően a jogvitában nem tettek az internetes oldal tartalmára vonatkozó további kijelentéseket a Senwatec tevékenységi körével, illetve a termékek forgalmazási területével kapcsolatban.
- 9 A Berky tekintetében a Lännen MCE Oy a WATERMASTER európai uniós védjegy bitorlására vonatkozó állítását arra alapozza, hogy a flickr.com képmegosztó szolgáltatásban 2005 és 2019 között a Berky különböző gépeit bemutató képekkel kapcsolatban a kulcskifejezésből képzett „watermaster” ún. megataget használták. A Lännen MCE Oy szerint a google.fi oldal a „watermaster amphibious dredger” keresőkifejezésekkel végzett keresés találataként a flickr.com fájlmegosztó szolgáltatásra mutató linket jelenített meg, ahol a Berky gépeiről készült képek voltak láthatók. A keresési találatként megjelenő link nem promóciós link volt, hanem egy ún. organikus keresési találat.
- 10 A flickr.com online szolgáltatásban található képek feliratain a gépek neve, valamint a modellszámok szerepeltek angol nyelven. Ezenkívül a Berky logója is megjelent a képekkel összefüggésben. Az egyes képekhez – angol és más nyelveken – számos, kulcskifejezésekből képzett megataget társítottak. Az egyik ilyen tag többek között a „watermaster” volt. Lehetővé tették továbbá **[eredeti 4. o.]** a Berky tartalmainak követőjeként a szóban forgó szolgáltatásra történő regisztrációt.
- 11 A google.fi internetes keresés találataként megjelenő linkkel vagy a flickr.com képmegosztó szolgáltatásban található képekkel kapcsolatban nem jelentek meg kifejezetten Finnországra utaló információk. A képekkel összefüggésben nem volt feltüntetve más olyan információ sem, amely a Berkynek a képeken ábrázolt gépeinek földrajzi forgalmazási területét kifejezetten megjelölte volna.

A jogvita tárgyalása a Markkinaoikeus (versenybíróság) előtt

- 12 A felperes, a Lännen MCE Oy előadta, hogy az állítólagos védjegybitorlási cselekményekre Finnországban került sor, és ezért a Markkinaoikeus (versenybíróság) az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikkének

- (5) bekezdése alapján mint európai uniós védjegy bíróság joghatósággal rendelkezik a bitorlási kereset elbírálására.
- 13 A Lännen MCE Oy szerint a két alperes olyan internetes marketingtevékenységet folytatott, amely Finnország területéhez kapcsolódott, és a finn fogyasztók és kereskedők számára látható volt. A Berky és Senwatec termékeit az egész világon értékesítik. Az angol nyelvű reklám nem csak a német célcsoportnak, hanem korlátozás nélkül egy nemzetközi célcsoportnak szólt, azaz minden olyan ország felé irányult, ahol a szóban forgó reklám látható volt. Mivel a reklám címzettje nem egyetlen ország volt, a reklám minden olyan ország felé irányult, ahol látható volt. Már az döntő tényező, hogy a jogsértő felhasználás látható volt a finn internetfelhasználók számára.
 - 14 Ellenkérelmükben az alperesek, a Berky és a Senwatec vitatták a Markkinaoikeus (versenybíróság) e jogvita tekintetében fennálló joghatóságát. Véleményük szerint az állítólagos védjegybitorlási cselekményekre nem Finnországban került sor. Emiatt az alperesek elsősorban azt kérték, hogy a Markkinaoikeus (versenybíróság) utasítsa el a keresetet mint elfogadhatatlant. **[eredeti 5. o.]**
 - 15 A Berky és a Senwatec azzal érvelt, hogy marketingtevékenységük nem Finnország felé irányult, termékeiket nem Finnországban kínálták eladásra, és Finnország nem volt a piaci területük. A Google keresési találat és az abban megjelenő „watermaster” szó nem bizonyította a termékek Finnország felé irányuló marketingjét, és a marketing egyébként sem kapcsolódott Finnországhoz. Az a tény, hogy a keresés a google.fi oldalon keresztül történt, semmilyen hatással nincs az értékelésre. A Berkynek a flickr.com internetes oldalon található képei még csak reklámnak vagy értékesítési ajánlatnak sem minősültek. Így az állítólagos védjegybitorlási cselekmények nem kapcsolódtak Finnországhoz. E tekintetben nem annak van jelentősége, hogy az állítólagosan bitorlásnak minősülő internetes tartalom látható volt-e Finnországban, hanem annak, hogy az ilyen tartalomnak van-e releváns kapcsolata Finnországgal.
 - 16 A felek különböző álláspontot képviselnek a tekintetben, hogy a Senwatec internetes oldalán ábrázolt térkép azt jelzi-e, hogy a társaság úgy határozta le termékei földrajzi forgalmazási területét, hogy Finnországba nem szállítanak termékeket. A Senwatec szerint a térkép azt bizonyítja, hogy Finnország nem tartozik a társaság termékeinek piaci területéhez, és a társaságnak saját állítása szerint nincsenek szerződéses forgalmazói vagy értékesítési tevékenysége Finnországban. A Lännen MCE Oy szerint a Senwatec termékeinek piaci világszerte megtalálhatók, és a Senwatec a fent említett térképen nem jelzett országokban is folytat tevékenységet. Ezenkívül a jogvitában tanúvallomást tettek arra vonatkozóan, hogy a fent említett világtérkép nemcsak a Senwatec, hanem a Berky tevékenységi területére is vonatkozik.

A JOGSZABÁLYOK ÉS AZ ÍTÉLKEZÉSI GYAKORLAT

Az európai uniós védjegyről szóló rendelet

- 17 Az európai uniós védjegyről szóló rendeletet 2017. október 1-jétől kell alkalmazni. Amennyiben a kereset alapjául szolgáló állítólagos védjegybitorlási cselekményekre ezen időpontot megelőzően került sor, a Markkinaoikeus (versenybíróság) úgy véli, hogy az állítólagos védjegybitorlási cselekmények időpontjában a 2017. szeptember 30-ig hatályos, **[eredeti 6. o.]** többek között a 2016. március 23-án hatályba lépett (EU) 2015/2424 rendelettel módosított, a közösségi védjegyről szóló 207/2009/EK tanácsi rendeletet (a továbbiakban együtt: az európai uniós védjegyről szóló korábbi rendelet) kell alkalmazni.
- 18 A Lännen MCE Oy bitorlási keresetét 2020. január 28-án nyújtották be a Markkinaoikeushoz (versenybíróság). A Markkinaoikeus (versenybíróság) úgy véli, hogy a fentiekől eltérően a joghatóságára vonatkozó kérdésre az európai uniós védjegyről szóló hatályos rendelet alkalmazandó, amelynek tartalma az alábbiakban ismertetett tekintetben megegyezik az európai uniós védjegyről szóló korábbi rendelet tartalmával.
- 19 Az európai uniós védjegyről szóló rendelet 124. cikkének a) pontja értelmében az európai uniós védjegy bitorlásával összefüggő perekben az európai uniós védjegy bíróságnak kizárólagos joghatósága van.
- 20 Az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikkének (5) bekezdése szerint a 124. cikkben említett keresetek és igények tárgyában az eljárás – a nemleges megállapításra irányuló perek kivételével – annak a tagállamnak a bírósága előtt is megindítható, ahol a bitorlást elkövették, illetve megkísérelték, illetve ahol a 11. cikk (2) bekezdésében említett cselekményt elkövették.
- 21 Az európai uniós védjegyről szóló rendelet 126. cikkének (2) bekezdése szerint a 125. cikk (5) bekezdése alapján joghatósággal rendelkező európai uniós védjegy bíróság joghatósága csak az abban a tagállamban elkövetett vagy megkísérelt cselekményekre terjed ki, ahol a bíróság székhelye van.

A Bíróság ítélezési gyakorlata

- 22 A 2019. szeptember 5-i AMS Neve és társai ítéletében (C-172/18, EU:C:2019:674), amely az európai uniós védjegyről szóló korábbi rendelet 97. cikke (5) bekezdésének értelmezésére vonatkozott, amely tartalmilag megfelel az európai uniós védjegyről szóló hatályos rendelet 125. cikke **[eredeti 7. o.]** (5) bekezdésének, a Bíróság azt a kérdést vizsgálta, hogy az elektronikus úton közzétett, állítólagosan bitorolt védjeggyel ellátott árukra vonatkozó reklámok és értékesítési ajánlatok esetében melyik tagállamban történt a bitorlás.

- 23 Az ítélet 47. pontja szerint az állítólagos bitorlásokat azon a területen követték el, ahol azok a fogyasztók vagy kereskedők találhatóak, akiknek vagy amelyeknek az említett reklámokat és értékesítési ajánlatokat szánták, függetlenül attól, hogy az alperes más államban rendelkezik székhellyel, hogy az általa használt elektronikus hálózat szervere más államban található, vagy hogy az említett reklámok és ajánlatok tárgyát képező áruk más területen találhatóak.
- 24 Az ítélet 54. pontja szerint az európai uniós védjegyet érintő bitorlási cselekményeket úgy kell tekinteni, hogy azon a területen „követték el” őket, ahol reklám és értékesítési ajánlat minőségüket megszerezték, azaz ott, ahol a kereskedelmi tartalmat ténylegesen azon fogyasztók és kereskedők rendelkezésére bocsátották, akiknek vagy amelyeknek azt szánták. Ezzel szemben nincs jelentősége annak a kérdésnek, hogy ezek a reklámok és ajánlatok az alperes termékeinek megvásárlását eredményezték-e.
- 25 Az ítélet 56. pontjából kitűnik, hogy a bíróságnak azt a kérdést kell megvizsgálnia, hogy melyik tagállamban található az a fogyasztó vagy kereskedő, aki felé az internetes oldalon vagy a felületeken szereplő reklámok és értékesítési ajánlatok irányulnak, mégpedig különösen az említett oldalon és felületeken a szóban forgó áruk szállításának földrajzi területei kapcsán szereplő információk függvényében.
- 26 Az ítélet utóbb említett 56. pontja hivatkozik a 2011. július 12-i L’Oreal és társai ítélet (C-324/09, EU:C: 2011:474) 64. és 65. pontjára, amelyekben azokat a feltételeket vizsgálják, amelyek mellett az európai uniós védjegy jogosultja jogosult megtiltani a védjeggyel ellátott termékek **[eredeti 8. o.]** online piacon történő értékesítését.
- 27 A L’Oreal ítélet 64. pontja szerint azonban valamely internetes oldalnak a védjegyoltalommal érintett területen való pusztán elérhetősége nem elegendő azon következtetés levonásához, hogy az ott feltüntetett eladásra való felkínálás az említett területen található fogyasztókat célozza. Amennyiben ugyanis valamely online piacnak az említett területen való elérhetősége elég lenne ahhoz, hogy az ott feltüntetett hirdetések az európai uniós védjegyről szóló jogszabályok hatálya alá essenek, azon oldalak és hirdetések, amelyek egyértelműen kizárólag harmadik országokban található fogyasztókat céloznak, viszont technikailag elérhetők az Unió területén, jogtalanul az uniós jog hatálya alá kerülnének.
- 28 A L’Oreal ítélet 65. pontja szerint következőképpen a nemzeti bíróságok feladata annak esetenként történő értékelése, hogy releváns jelek engednek-e arra következtetni, hogy a védjeggyel érintett területen elérhető online piacon feltüntetett eladásra történő felkínálást az e területen található fogyasztóknak címezték-e. Amikor az eladásra való felkínálást azon földrajzi területek megjelölése kíséri, ahová az eladó hajlandó az árut elküldeni, e megjelölés a fenti értékelés keretében különös jelentőséggel bír.

- 29 Az AMS Neve ítélet 58. pontja szerint az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikke (5) bekezdésének megfelelő korábbi rendelkezést kétségkívül önállóan kell értelmezni a polgári és kereskedelmi ügyekben a joghatóságról, valamint a határozatok elismeréséről és végrehajtásáról szóló, 2000. december 22-i 44/2001/EK tanácsi rendelet 5. cikke (3) bekezdésének a Bíróság által a nemzeti védjegyekhez kapcsolódó bitorlási keresetek kapcsán adott értelmezéséhez képest. Mindazonáltal az e rendelkezésekben szereplő „[annak a tagállamnak a területén,] ahol a bitorlást elkövették” és „[a hely], ahol a káresemény bekövetkezett” fogalmak értelmezésének bizonyos mértékben összhangban kell lennie egymással. **[eredeti 9. o.]**
- 30 A 2012. április 19-i Wintersteiger ítélet (C-523/10, EU:C:2012:220) 39. pontja szerint a 44/2001 rendelet 5. cikkének 3. pontját úgy kell értelmezni, hogy az olyan jogvitát, amelynek tárgya valamely tagállamban lajstromozott védjegynek az abból eredő bitorlása, hogy valamely hirdető az említett védjeggyel azonos kulcsszót használ a védjegy lajstromozása szerinti tagállamtól eltérő tagállam legfelső szintű doménneve alatt működő internetes keresőoldalon, elbírállhatják akár a védjegy lajstromozása szerinti tagállam bíróságai, akár a hirdető letelepedési helye szerinti tagállam bíróságai.

AZ ELŐZETES DÖNTÉSHOZATAL IRÁNTI KÉRELEM SZÜKSÉGESSÉGE

- 31 A Bíróság fent ismertetett ítélezési gyakorlata alapján azon kérdés vizsgálata során, hogy melyik tagállamban található azok a fogyasztók vagy kereskedők, akik felé az internetes oldalon elektronikus úton közzétett reklámok vagy értékesítési ajánlatok irányulnak, különös figyelmet kell fordítani az áruk földrajzi forgalmazási területére vonatkozó információkra.
- 32 Az ítélezési gyakorlatból arra lehet következtetni, hogy a vizsgálat során a termékek földrajzi forgalmazási területére vonatkozó információkon kívül más körülményeket is figyelembe lehet venni. Ez különösen fontos lehet abban az esetben, ha a földrajzi forgalmazási területet egyáltalán nem határozzák meg, vagy ha az csak közvetve, más körülményekből vezethető le. Továbbra sem világos azonban, hogy melyek lehetnek ezek az egyéb körülmények.
- 33 A főtanácsnoknak az AMS Neve ügyre (EU:C:2010:276, 89. pont) vonatkozó indítványából kitűnik, hogy a bitorlás helye címén fennálló joghatóság e vizsgálata keretében – az áruk földrajzi forgalmazási területére vonatkozó információkon kívül – több tény rendkívüli fontossággal bír. Az indítvány szerint ezek – többek között – a következő tények lehetnek: az, hogy egy felkínálás vagy egy reklám kifejezetten **[eredeti 10. o.]** egy tagállam közönségére hivatkozik, hogy ezek e tagállam legfelső szintű doménneve alatt működő honlapon elérhetők, hogy az árakat a nemzeti pénznemben tüntették fel, továbbá hogy ezen a honlapon az érintett tagállam nemzeti hívószámának előtagját tartalmazó számokat tesznek közzé. A tények ezen felsorolása nem kizárólagos és nem teljes. A Bíróság az

AMS Neve ügyben lefolytatott előzetes döntéshozatali eljárás során hozott ítéletében nem fejtette ki e többi tény jelentőségét.

- 34 Mindenekelőtt nem világos, hogy a reklámban szereplő termékek jellege figyelembe vehető-e azon kérdés vizsgálata során, hogy melyik tagállamban található azok a fogyasztók vagy kereskedők, akik felé a reklám vagy az értékesítési ajánlat irányul, és következésképpen – az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikkének (5) bekezdése értelmében – melyik tagállamban követték el az állítólagos bitorlást. A jelen jogvitában a Lännen MCE Oy többek között azt állította, hogy a Berky és a Senwatec termékeinek piaci területe az egész világra kiterjed, és hogy az erre vonatkozó reklám mindazon országok felé irányult, ahol a reklám látható volt.
- 35 Abban az esetben, ha feltételezzük, hogy a reklám az egész világra, és így az Európai Unió egész területére vonatkozott, nem világos, hogy vélelmezhető-e, hogy a reklám egyetlen tagállam felé irányult. A Berky tekintetében a jogvitában előzetesen még azt a kérdést kell eldönteni, hogy a jogvitában felmerült tények alapján a Berky gépeiről készült képeknek a flickr.com képmegosztó szolgáltatásban történő bemutatása reklámnak minősül-e.
- 36 A főtanácsnok AMS Neve ügyre vonatkozó indítványának (EU:C:2019:276) 90. pontjából kitűnik, hogy a földrajzi forgalmazási területnek az egész Unióra vonatkozó általános megjelölése nem teszi lehetővé a konkrét célközönség vagy célközönségek meghatározását. Ha egy ilyen általános megjelölés jelentőséggel bírna, ez azt jelentené, hogy az állítólagos bitorlás elkövetője valamennyi tagállam bírósága előtt perelhető lenne. A Bíróság **[eredeti 11. o.]** az AMS Neve ügyben lefolytatott előzetes döntéshozatali eljárás során hozott ítéletében nem foglalt állást ebben a kérdésben.
- 37 A fent említett Wintersteiger ítéletben a joghatóság tekintetében jelentőséget tulajdonítottak a keresőoldal legfelső szintű doménnevének. Az ítélet azonban egy nemzeti védjegyre vonatkozik, és más tekintetben is különbözik a jelen jogvitától.
- 38 A fentiek alapján továbbra sem világos, hogy az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikkének (5) bekezdése szerinti joghatóságra vonatkozó kérdés eldöntése során releváns lehet-e, hogy melyik az a tagállam, amelynek legfelső szintű doménneve alatt az a keresőoldal működik, amelyen a reklám elérhető.
- 39 Különösen az nem világos, hogy vélelmezhető-e, hogy az „X” tagállamban székhellyel rendelkező „A” vállalkozás által elektronikus úton közzétett reklám „Y” tagállam fogyasztói vagy kereskedői felé irányul, ha „A” egy európai uniós védjeggyel azonos megjelölést használt egy reklámban vagy kulcskifejezéseként valamely „Y” tagállam legfelső szintű doménneve alatt működő keresőoldalon.
- 40 Amennyiben a fent említett körülmények relevánsak a jelen jogvita szempontjából, nem világos az sem, hogy „Y” tagállam európai uniós védjegy bíróságai rendelkeznek-e joghatósággal a bitorlási keresetek elbírálására

kizárólag e körülmények alapján, vagy vannak-e további feltételei is a joghatóságnak.

- 41 Az említett értelmezési kérdésekre adott válaszok elengedhetetlenek a Markkinaoikeus (versenybíróság) előtt folyamatban lévő alapjogvita eldöntéséhez.

AZ ELŐZETES DÖNTÉSHOZATALRA ELŐTERJESZTETT KÉRDÉSEK

A Markkinaoikeus (versenybíróság), miután lehetőséget biztosított a feleknek arra, hogy kifejtsék álláspontjukat az előzetes döntéshozatal iránti kérelem tartalmáról, úgy határozott, hogy felfüggeszti a további **[eredeti 12. o.]** eljárást, és az EUMSZ 267. cikk alapján előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjeszti az Európai Unió Bírósága elé:

„A” vállalkozás „X” tagállamban telepedett le, ahol a székhelye található, és egy internetes oldalon a reklámban vagy kulcskifejezésként „B” vállalkozás európai uniós védjeggyel azonos megjelölést használt.

1. A fenti esetben vélelmezhető-e, hogy a reklám a „B” vállalkozás székhelye szerinti „Y” tagállam fogyasztói vagy kereskedői felé irányul, és van-e joghatósága „Y” tagállam európai uniós védjegy bíróságának arra, hogy az európai uniós védjegyről szóló rendelet 125. cikkének (5) bekezdése szerint elbírálja az európai uniós védjegy bitorlása miatti keresetet, ha az elektronikusan közzétett reklámban vagy egy hirdetőnek e reklámhoz hivatkozással kapcsolódó internetes oldalán az áruk földrajzi forgalmazási területe legalábbis nincs kifejezetten meghatározva, vagy egyetlen tagállam sincs kifejezetten kizárva a forgalmazási területből? E tekintetben figyelembe lehet-e venni a reklámozott áruk jellegét és azt a körülményt, hogy az „A” vállalkozás termékeinek piaci területe – állítólag – világméretű, tehát az Európai Unió teljes területére, így „Y” tagállamra is kiterjed?
2. Vélelmezhető-e, hogy a fent említett reklám „Y” tagállam fogyasztói vagy kereskedői felé irányul, ha a reklámot egy olyan internetes keresőoldalon jelenítik meg, amely „Y” tagállam legfelső szintű nemzeti doménneve alatt működik?
3. Az első vagy a második kérdésre adott igenlő válasz esetén: Adott esetben milyen egyéb körülményeket kell figyelembe venni annak meghatározása során, hogy a reklám „Y” tagállam fogyasztói vagy kereskedői felé irányul-e? **[eredeti 13. o.]**

[omissis] [eljárás utasítások]

FELLEBBEZÉS

A jelen végzéssel szemben nincs helye külön fellebbezésnek.

[omissis] [a bíróság összetétele] [omissis] [példányok]

MUNKADOKUMENTUM