

Vec C-104/22

Návrh na začatie prejudiciálneho konania

Dátum podania:

15. február 2022

Vnútroštátny súd:

Markkinaoikeus

Dátum rozhodnutia vnútroštátneho súdu:

14. február 2022

Žalobkyňa:

Lännen MCE Oy

Žalované:

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

MARKKINAOIKEUS

UZNESENIE

...[omissis]

14. február 2022

...[omissis]

ŽALOBKYŇA

Lännen MCE Oy

ŽALOVANÉ

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

PREDMET

Porušenie práv z ochrannej známky Európskej únie, návrh na začatie prejudiciálneho konania predložený Súdnemu dvoru Európskej únie podľa článku 267 ZFEÚ Zmluvy o fungovaní Európskej únie

PREDMET PRÁVNEHO SPORU

- 1 Žaloba, ktorá je predmetom konania pred Markkinaoikeus (Obchodný súd, Fínsko) a ktorú podala spoločnosť Lännen MCE Oy sa týka otázky, či žalované spoločnosti Berky GmbH (ďalej len „Berky“) a Senwatec GmbH & Co. KG (ďalej len „Senwatec“), obidve so sídlom v Nemecku, zasiahli do práva k ochrannej známke Európskej únie č. 003185758 WATERMASTER.
- 2 Návrhom na začatie prejudiciálneho konania sa má zistiť, za akých podmienok možno konštatovať, že na území Fínska došlo k údajnému porušeniu v zmysle článku 125 ods. 5 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/1001 zo 14. júna 2017 o ochrannej známke Európskej únie (ďalej len „nariadenie o ochrannej známke EÚ“) a teda či má Markkinaoikeus (Obchodný súd) medzinárodnú právomoc rozhodovať o žalobe.
- 3 V prvom rade vzniká otázka, za akých podmienok sa možno prípadne domnievať, že reklama uverejnená v elektronickej podobe, ktorá zakladá údajné porušenie, sa zameriavala na fínsku cieľovú skupinu bez ohľadu na to, či bola zemepisná oblasť dodania sporných výrobkov osobitne uvedená spolu s reklamou alebo v súvislosti s ňou.

RELEVANTNÉ SKUTKOVÉ OKOLNOSTI

Skutkové okolnosti, ktoré predchádzali právnemu sporu

- 4 Lännen MCE Oy, ktorá má svoje sídlo vo Fínsku, je majiteľkou ochrannej známky Európskej únie č. 003185758 WATERMASTER.

- 5 Žalované spoločnosti Berky a Senwatec sú členmi tej istej skupiny podnikov. V prípade oboch spoločností síce ide o rôzne údajné porušenia, avšak rozhodnutie o predmetných žalobách bolo spojené na účely spoločného konania. Keďže sa namietané porušenia navzájom líšia, budú v ďalšom texte opísané samostatne.
- 6 V prípade spoločnosti Senwatec vyplýva údajný zásah do ochrannej známky EÚ WATERMASTER z reklamy, ktorá sa v auguste 2016 zobrazila ako výsledok vyhľadávania s pomocou kľúčového slova „watermaster“ na webovej stránke Google.fi.
- 7 Z predložených listinných dôkazov v právnom spore vyplýva, že prvým výsledkom vyhľadávania na Google bol reklamný odkaz na multifunkčný bager spoločnosti Senwatec s názvom „Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers -senwatec.de“. V spojení s vyššie uvedeným výsledkom vyhľadávania sa uvádzal pojem „reklama“ a výsledok vyhľadávania bol oddelený od ostatných výsledkov vyhľadávania riadkom. Z výtlačku vyššie uvedeného vyhľadávania na základe IP adresy vyhľadávajúceho vyplýva, že mal svoje bydlisko v Helsinkách, vo Fínsku. Z reklamného odkazu uvádzaného vo výsledku vyhľadávania resp. s ním súvisiaceho textu nevyplývajú nijaké skutočnosti, ktoré by poukazovali na Fínsko alebo všeobecne na zemepisnú oblasť dodania tovarov.
- 8 Vyššie uvedený reklamný odkaz viedol na webovú stránku Senwatec www.senwatec.de. Na tejto webovej stránke sa uvádzal o. i. anglický text, v zmysle ktorého sa výrobky spoločnosti Senwatec využívali celosvetovo: „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“. K textu bol pripojený obrázok mapy sveta, na ktorej boli tmavou farbou zvýraznené krajiny, v ktorých Senwatec podľa svojich slov pôsobí. Na mape bola tmavou farbou zvýraznená veľká časť západnej Európy, celá Severná Amerika a viaceré ázijské a africké krajiny. Fínsko však nebolo zvýraznené tmavou farbou. Okrem vyššie uvedených úvah neboli v právnom spore predložené nijaké ďalšie dôkazy o obsahu webovej stránky, čo sa týka odvetvia, v ktorom pôsobí Senwatec resp. oblasti dodania tovarov.
- 9 V prípade spoločnosti Berky sa tvrdenie spoločnosti Lännen MCE Oy, v zmysle ktorého bolo zasiahnuté do slovnej ochrannej známky Európskej únie WATERMASTER, zakladá na predpoklade, že v rámci služby zdieľania fotografií Flickr.com boli v rokoch 2005 až 2019 spoločne s obrázkami znázorňujúcimi jednotlivé zariadenia spoločnosti Berky použité kľúčové slova obsahujúce tzv. metadátový odkaz „watermaster“. Podľa spoločnosti Lännen MCE Oy sa na stránke Google.fi ako výsledok vyhľadávania s pomocou kľúčových slov „watermaster amphibious dredger“ objavil odkaz na službu zdieľaných súborov Flickr.com, ktorá obsahovala obrázky strojových zariadení Berky. Odkaz, ktorý sa objavil ako výsledok vyhľadávania, nebol reklamným odkazom, ale tzv. organickým výsledkom vyhľadávania.

- 10 V textoch k obrázkom umiestneným v online službe Flickr.com sa v anglickom jazyku uvádzali názvy strojových zariadení spoločne s číslami modelov. Spolu s obrázkami sa objavilo aj logo spoločnosti Berky. Ku každému z obrázkov boli pripojené viaceré metadátové odkazy obsahujúce viaceré kľúčové slová v angličtine a v iných jazykoch. Jeden z takýchto odkazov sa okrem iného nazýval „watermaster“. V rámci spornej služby sa navyše bolo možné zaregistrovať ako odberateľ obsahov spoločnosti Berky.
- 11 Spoločne s odkazom, ako výsledkom internetového vyhľadávania na Google.fi alebo s obrázkami z internetovej služby zdieľania fotografií Flickr.com, sa neuvádzali osobitné odkazy na Fínsko. K obrázkom neboli pripojené nijaké ďalšie informácie, ktoré by výslovne poukazovali na zemepisnú oblasť dodania strojových zariadení spoločnosti Berky zobrazených na obrázkoch.

Konanie o právnom spore pred Markkinaoikeus (Obchodný súd)

- 12 Žalobkyňa, Lännen MCE Oy, uviedla, že k namietaným porušeniam došlo vo Fínsku a preto má Markkinaoikeus (Obchodný súd) ako súd pre ochranné známky Únie na základe článku 125 ods. 5 nariadenia o ochrannej známke EÚ právomoc konať o žalobe pre porušenie.
- 13 Podľa názoru spoločnosti Lännen MCE Oy išlo o marketingové činnosti oboch žalovaných na internete, ktoré sa týkali fínskeho územia a boli viditeľné pre fínskych spotrebiteľov a obchodníkov. Výrobky spoločností Berky a Senwatec sa predávajú po celom svete. Reklama v anglickom jazyku nebola zameraná len na nemeckú cieľovú skupinu, ale v neobmedzenom rozsahu na medzinárodnú cieľovú skupinu, t. j. na všetky krajiny, v ktorých bola sporná reklama viditeľná. Keďže reklama nebola zameraná na jednu jedinou krajinu, bola určená pre každú z krajín, v ktorej bola viditeľná. Rozhodujúca je už samotná skutočnosť, že porušujúce používanie bolo zjavné pre fínskych používateľov internetu.
- 14 Žalované spoločnosti Berky a Senwatec vo svojej žalobnej odpovedi spochybnili medzinárodnú právomoc Markkinaoikeus (Obchodný súd) v tomto právnom spore. Podľa dotknutých spoločností k údajným porušeniam nedošlo na území Fínska. Žalované preto v prvom rade navrhli, aby Markkinaoikeus (Obchodný súd) žalobu odmietol ako neprípustnú.
- 15 Berky a Senwatec tvrdili, že ich marketingová činnosť sa nezameriavala na územie Fínska, že ich výrobky neponúkali vo Fínsku na predaj a Fínsko nie je ani ich obchodným trhom. Výsledok vyhľadávania na stránke Google a slovo „watermaster“, ktoré sa v ňom objavilo, neboli dôkazom o marketingu výrobkov, ktorý by sa vzťahoval na územie Fínska a marketingová činnosť sa ani iným spôsobom nezameriavala na Fínsko. Na posúdenie nemá nijaký vplyv tá skutočnosť, že vyhľadávanie sa uskutočnilo prostredníctvom stránky Google.fi. Obrázky spoločnosti uložené na webovej stránke Flickr.com neboli reklamou, ani ponukou na predaj. Údajné porušenia sa preto netýkali Fínska. V tomto ohľade nie je relevantné, či bol internetový obsah, ktorý má predstavovať porušenie,

viditeľný vo Fínsku, ale skôr či takýto obsah relevantným spôsobom súvisí s Fínskom.

- 16 Účastníci konania sa nezhodujú v tom, či je obrazová mapa umiestnená na internetovej stránke spoločnosti Senwatec dôkazom o tom, že spoločnosť vymedzila zemepisnú oblasť dodania jej výrobkov v tom zmysle, že výrobky sa nedodávajú do Fínska. Podľa spoločnosti Senwatec táto mapa preukazuje, že Fínsko nepatrí medzi trhové oblasti pre výrobky spoločnosti a spoločnosť podľa jej vlastných údajov nemá vo Fínsku zmluvných obchodníkov, ani odbyť. Podľa spoločnosti Lännen MCE Oy majú trhy pre výrobky spoločnosti Senwatec celosvetovú pôsobnosť a táto spoločnosť pôsobí aj v krajinách, ktoré nie sú vyobrazené na vyššie uvedenej mape. V právnom spore bol vykonaný dôkaz svedeckej výpovede v tom zmysle, že vyššie uvedená mapa sveta sa netýka len oblastí, v ktorých vykonáva činnosť spoločnosť Senwatec, ale aj spoločnosť Berky.

PRÁVNE PREDPISY A JUDIKATÚRA

Nariadenie o ochrannej známke EÚ

- 17 Nariadenie o ochrannej známke EÚ sa uplatňuje od 1. októbra 2017. V rozsahu, v akom došlo k porušeniam namietaným v žalobe pred týmto okamihom, sa podľa názoru Markkinaoikeus (Obchodný súd) uplatní nariadenie Rady (ES) č. 207/2009 o ochrannej známke Spoločenstva, ktoré platilo do 30. septembra 2017 a bolo zmenené okrem iného nariadením (EÚ) 2015/2424, ktoré nadobudlo účinnosť 23. marca 2016 (obidve nariadenia spoločne ďalej len ako „predchádzajúce nariadenie o ochrannej známke EÚ“).
- 18 Žaloba pre porušenie spoločnosti Lännen MCE Oy bola na Markkinaoikeus (Obchodný súd) podaná 28. januára 2020. Podľa názoru Markkinaoikeus (Obchodný súd) sa otázka o jeho právomoci riadi odchylné od vyššie uvedených úvah nariadením o ochrannej známke EÚ, ktoré majú v ďalej uvedenom ohľade rovnaký obsah, ako predchádzajúce nariadenie o ochrannej známke EÚ.
- 19 Podľa článku 124 písm. a) nariadenia o ochrannej známke EÚ majú súdy pre ochranné známky EÚ výlučnú právomoc vo veciach všetkých žalôb o porušení práv z ochranných známok EÚ.
- 20 Podľa článku 125 ods. 5 nariadenia o ochrannej známke EÚ konania o žalobách a návrhoch uvedených v článku 124, okrem žalôb na určenie, že nedochádza k porušovaniu práv z ochrannej známky EÚ, sa môžu uskutočniť aj pred súdmi toho členského štátu, na ktorého území došlo k porušeniu alebo hrozí, že k nemu dôjde, alebo na ktorého území došlo ku skutkom uvedeným v článku 11 ods. 2.
- 21 Podľa článku 126 ods. 2 nariadenia o ochrannej známke EÚ súd pre ochranné známky EÚ, ktorého právomoc vychádza z článku 125 ods. 5, má právomoc iba

vzhľadom na skutky spáchané alebo skutky, ktoré hrozia na území toho členského štátu, v ktorom sa daný súd nachádza.

Judikatúra Súdneho dvora

- 22 Súdny dvor v rozsudku z 5. septembra 2019, AMS Neve a i. (C-172/18, EU:C:2019:674) v súvislosti s článkom 97 ods. 5 predchádzajúceho nariadenia o ochrannnej známke EÚ, ktorý po obsahovej stránke zodpovedá článku 125 ods. 5 platného nariadenia o ochrannnej známke EÚ, skúmal otázku, v ktorom členskom štáte došlo k porušeniu v prípade elektronicky zverejnenej reklamy a ponúk predaja tovarov označených namietanou ochrannou známkou.
- 23 Podľa bodu 47 rozsudku došlo k údajným porušeniam na území, na ktorom sa nachádzajú spotrebitelia alebo obchodníci, ktorým sú tieto reklamy a ponuky na predaj určené, bez ohľadu na to, či žalovaný má sídlo na inom území, či server elektronickej siete, ktorý používa, je umiestnený na inom území, alebo či tovary, na ktoré sa vzťahujú takéto reklamy a ponuky, sa nachádzajú na inom území.
- 24 Podľa bodu 54 rozsudku „došlo“ k porušeniam týkajúcim sa ochrannnej známky Únie na území štátu, na ktorom nadobudli reklamnú povahu a povahu ponuky na predaj, t. j. území, kde bol obchodný obsah skutočne sprístupnený spotrebiteľom a obchodníkom, ktorým bol určený. Otázka, či tieto reklamy a ponuky mohli následne viesť ku kúpe tovarov žalovaného, pritom nie je relevantná.
- 25 Z bodu 56 rozsudku vyplýva, že súd musí skúmať, v ktorom členskom štáte sa nachádza spotrebiteľ a obchodník, ktorým bola určená reklama a ponuka na predaj, ktoré obsahovala webová stránka alebo platformy, a to predovšetkým na základe spresnení uvedených na tejto stránke a týchto platformách, pokiaľ ide o zemepisné oblasti dodávky predmetných tovarov.
- 26 V poslednom uvedenom bode 56 rozsudku sa odkazuje na body 64 a 65 rozsudku z 12. júla 2011, L’Oreal a i. (C-324/09, EU:C: 2011:474), v ktorých skúmal Súdny dvor podmienky, v prípade ktorých má majiteľ ochrannnej známky EÚ právo zakázať ponuku na predaj výrobkov označených ochrannou známkou v internetovom obchode.
- 27 Z bodu 64 rozsudku L’Oreal však len s ohľadom na samotnú dostupnosť internetovej stránky na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka, nemožno vyvodiť záver, že ponuky na predaj zobrazené na tejto stránke sú určené spotrebiteľom nachádzajúcim sa na tomto území. Pokiaľ by totiž dostupnosť internetového obchodu na uvedenom území postačovala na to, aby na nej zobrazené inzeráty patrili do pôsobnosti právnych predpisov o ochrannnej známke EÚ, internetové stránky a inzeráty, ktoré sú zjavne určené výlučne spotrebiteľom nachádzajúcim sa v tretích krajinách, avšak technicky sú dostupné na území Únie, by neoprávnene podliehali právu Únie.

- 28 Podľa bodu 65 rozsudku L'Oreal je preto na vnútroštátnych súdoch, aby v každom jednotlivom prípade posúdili, či existujú relevantné indície na vyvodenie záveru, že ponuka na predaj zobrazená v internetovom obchode dostupnom na území, na ktoré sa vzťahuje ochranná známka, je určená spotrebiteľom, ktorí sa nachádzajú na uvedenom území. Pokiaľ ponuka na predaj obsahuje aj upresnenie zemepisných oblastí, do ktorých je predajca pripravený zaslať výrobok, má takéto spresnenie v rámci uvedeného posúdenia osobitný význam.
- 29 Podľa bodu 58 rozsudku vo veci AMS Neve sa preto skoršiemu ustanoveniu zodpovedajúcemu článku 125 ods. 5 nariadenia o ochrannej známke EÚ musí poskytnúť autonómny výklad vo vzťahu k článku 5 ods. 3 nariadenia Rady (ES) č 44/2001 z 22. decembra 2000 o právomoci a o uznávaní a výkone rozsudkov v občianskych a obchodných veciach, ktorý poskytol Súdny dvor v prípade konaní vo veci porušenia národných ochranných známok. Napriek tomu výklady slovných spojení „[členský štát, kde] došlo k porušeniu práv“ a „miesto, kde došlo ku skutočnosti, ktorá zakladá nárok na náhradu škody“, musia vykazovať určitú konzistentnosť.
- 30 Podľa bodu 39 rozsudku z 19. apríla 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220) sa má článok 5 bod 3 nariadenia č. 44/2001 vykladať v tom zmysle, že spor týkajúci sa porušenia práv k ochrannej známke zapísanej v členskom štáte, ktorý vznikol v dôsledku toho, že inzerent použil kľúčové slovo, ktoré je zhodné s touto ochrannou známkou, na stránke internetového vyhľadávacieho pôsobiaceho na doméne prvej úrovne iného členského štátu, môže byť predložený súdom členského štátu, v ktorom bola zapísaná ochranná známka, alebo súdom členského štátu, v ktorom je usadený inzerent.

POTREBA PREDLOŽIŤ NÁVRH NA ZAČATIE PREJUDICIÁLNEHO KONANIA

- 31 Vzhľadom na vyššie uvedenú judikatúru Súdneho dvora sa pri posúdení otázky, v ktorom členskom štáte sa zdržiavajú spotrebiteľia alebo obchodníci, ktorým je určená reklama alebo ponuka predaja uverejnená v elektronickej podobe na internetovej stránke, musí prihliadnuť v prvom rade na informácie o zemepisných oblastiach dodania tovarov.
- 32 Z judikatúry možno vyvodiť záver, že v rámci preskúmania možno okrem údajov o zemepisných oblastiach dodania tovarov prihliadnuť aj na iné okolnosti. Uvedené môže mať význam najmä v prípade, keď zemepisná oblasť dodania síce nie je spresnená resp. ak je možné ju zistiť len nepriamo na základe iných okolností. Naďalej však nie je jasné, o aké iné okolnosti by mohlo ísť.
- 33 Z návrhov generálneho advokáta vo veci AMS Neve (EU:C:2010:276, bod 89) vyplýva, že v rámci overovania právomoci na základe miesta, kde došlo k porušeniu práv, môžu byť obzvlášť relevantné aj iné okolnosti. V zmysle návrhov môže ísť napríklad o tieto prvky: skutočnosť, že reklama a ponuka sa výslovne odvolávajú na verejnosť členského štátu, že sú dostupné na internetovej

stránke pôsobiacej na doméne prvej úrovne daného členského štátu, že ceny sú uvedené v národnej mene, alebo to, že na takejto internetovej stránke sa zobrazujú telefónne čísla obsahujúce predvoľbu príslušného členského štátu. Tento zoznam okolností nie je vyčerpávajúci ani výlučný. Súdny dvor sa v prejudiciálnom rozhodnutí v konaní vo veci AMS Neve nevyjadril k týmto ďalším skutočnostiam.

- 34 V prvom rade nie je jasné, či sa musí druh výrobkov, ktorých sa reklama týka, zohľadniť pri posudzovaní otázky, v ktorom členkom štáte sa zdržiavajú spotrebitelia a obchodníci, ktorých má reklama alebo ponuka predaja osloviť a v ktorom členkom štáte došlo k namietanému porušeniu podľa článku 125 ods. 5 nariadenia o ochrannnej známke EÚ. V prejednávanej právnej spore Lännen MCE Oy a i. preukázala, že trhová oblasť s výrobkami spoločností Berky a Senwatec zahŕňa celý svet a príslušná reklama sa zameriavala na všetky krajiny, v ktorých bola reklama viditeľná.
- 35 Ak sa vychádza z predpokladu, že reklama sa zameriavala na celý svet, a teda na celé územie Európskej únie, nie je jasné, či sa možno domnievať, že reklama sa vzťahovala na jeden jediný členský štát. V súvislosti so spoločnosťou Berky je v právnom spore ďalej potrebné rozhodnúť, či uverejnenie obrázkov strojových zariadení spoločnosti Berky v službe zdieľania fotografií Flickr.com predstavuje s ohľadom na okolnosti právneho sporu reklamu.
- 36 Z bodu 90 návrhov generálneho advokáta vo veci AMS Neve (EU:C:2019:276) vyplýva, že všeobecné označenie zemepisnej oblasti dodania tovarov pre celú Úniu neumožňuje identifikovať osobitnú(é) skupinu(y) verejnosti. Klásť dôraz na takéto všeobecné označenie by znamenalo, že osoba, ktorá je pôvodcom údajného porušenia, môže byť žalovaná pred súdmi všetkých členských štátov. Súdny dvor sa vo svojom prejudiciálnom rozhodnutí vo veci AMS Neve k tejto otázke nevyjadril.
- 37 Vo vyššie citovanom rozsudku vo veci Wintersteiger sa v súvislosti s právomocou súdu v prípade domény prvej úrovne považoval za relevantný internetový vyhľadávač. Tento rozsudok sa však týkal národnej známky a celkovo sa líši od prejednávanej právnej sporu.
- 38 V zmysle vyššie uvedených úvah aj naďalej nie je jasné, či pri rozhodovaní o otázke súdnej právomoci podľa článku 125 ods. 5 nariadenia o ochrannnej známke EÚ môže byť relevantné, ktorý členský štát sa považuje za členský štát, ktorého doména prvej úrovne sa používa na prevádzku internetového vyhľadávača, v rámci ktorého možno načítať reklamu.
- 39 Predovšetkým nie je jasné, či možno predpokladať, že podnik A so sídlom v členskom štáte X adresuje elektronicky uverejňovanú reklamu spotrebiteľom alebo obchodníkom v členskom štáte Y, ak A v rámci reklamy alebo v podobe kľúčového slova v internetovom vyhľadávači, ktorý je prevádzkovaný v rámci domény prvej úrovne členského štátu Y, použil označenie zhodné s ochrannou známkou EÚ.

- 40 V rozsahu, v akom sú v prejednávacom spore relevantné vyššie uvedené okolnosti taktiež nie je jasné, či súdy pre ochranné známky Únie členského štátu Y majú výlučnú právomoc rozhodovať o žalobe pre porušenie už na základe týchto okolností alebo či si právomoc vyžaduje splnenie ďalších požiadaviek.
- 41 Odpovede na uvedené otázky o výklade sú nevyhnutné pre rozhodnutie v konaní vo veci samej, ktoré sa vedie pred Markkinaoikeus (Obchodný súd).

PREJUDICIÁLNE OTÁZKY

Markkinaoikeus (Obchodný súd) poskytol účastníkom konania možnosť vyjadriť sa k obsahu návrhu na začatie prejudiciálneho konania a následne sa rozhodol prerušiť ďalšie konanie a predložiť Súdnu dvoru Európskej únie podľa článku 267 ZFEÚ návrh na začatie prejudiciálneho konania o týchto otázkach:

Podnik A je usadený v členskom štáte X, v ktorom má svoje sídlo a na internetovej stránke v rámci reklamy alebo ako kľúčové slovo použije označenie, ktoré je zhodné s ochrannou známkou EÚ podniku B.

1. Možno vo vyššie uvedenom prípade predpokladať, že reklama má osloviť spotrebiteľov alebo obchodníkov v členskom štáte Y, v ktorom má podnik B svoje sídlo a má súd pre ochranné známky EÚ v členskom štáte Y právomoc skúmať v súlade s článkom 125 ods. 5 nariadenia o ochrannej známke EÚ žalobu pre porušenie ochrannej známky EÚ, ak v reklame, ktorá bola uverejnená v elektronickej podobe alebo na internetovej stránke podnikateľa, na ktorú táto reklama odkazuje, prinajmenšom nie je výslovne spresnená zemepisná oblasť dodania tovarov resp. z oblasti dodania tovarov nie je vylúčený žiadny z členských štátov? Možno v tomto ohľade prihliadnuť na druh tovarov, ktorých sa reklama týka, ako aj na okolnosť, že trhová oblasť s výrobkami podniku A má údajne celosvetovú pôsobnosť a preto zahŕňa aj celé územie Európskej únie vrátane členského štátu Y?
2. Možno predpokladať, že vyššie uvedená reklama má osloviť spotrebiteľov a obchodníkov v členskom štáte Y, ak sa reklama objaví v internetovom vyhľadávacom prevádzkovanom v rámci domény prvého stupňa členského štátu Y?
3. V prípade kladnej odpovede na 1 a na 2 otázku: aké ďalšie okolnosti sa prípadne zohľadnia pri rozhodovaní o otázke, či má reklama osloviť spotrebiteľov alebo obchodníkov v členkom štáte Y?

...[omissis] [Procesné poznámky]

OPRAVNÝ PROSTRIEDOK

Proti tomuto rozhodnutiu nemožno podať samostatný opravný prostriedok.

...[omissis] [Zloženie vnútroštátneho súdu] [omissis] [údaj o doručení]

PRACOVNÝ DOKUMENT