

Дело C-148/21

**Резюме на преюдициалното запитване съгласно член 98, параграф 1 от
Процедурния правилник на Съда****Дата на постъпване в Съда:**

8 март 2021 г.

Запитваща юрисдикция:

Tribunal d'arrondissement (Люксембург)

Дата на акта за преюдициално запитване:

5 март 2021 г.

Ищец:

Г-н Christian Louboutin

Ответници:

Amazon Europe Core Sàrl

Amazon EU Sàrl

Amazon Services Europe Sàrl

I. Предмет и факти по делото:

- 1 Г-н Christian Louboutin е притежател на позиционната марка, наречена „червена подметка“, описана и изобразена по следния начин в актовете за регистрация за стоки от клас 25 „обувки на високи токове (с изключение на ортопедични обувки)“, а именно регистрация на марка на Европейския съюз № 8845539 и регистрация на марка на Бенелюкс № 0874489:



„Марката се състои от червен цвят (код Pantone 18-1663TP), покриващ подметката на обувка по показания на изображението начин (контурът на обувката не е част от марката, а има за цел да изясни разположението на марката)“.

- 2 Групата Amazon предлага за онлайн продажба различни стоки и услуги както пряко за собствена сметка, така и косвено за сметка на трети лица продавачи.
- 3 Amazon редовно публикува на своите уебсайтове реклами за предлагани на пазара обувки с червена подметка без съгласието на г-н Christian Louboutin.
- 4 На 1 март 2019 г. във връзка със своята марка на Бенелюкс г-н Christian Louboutin предявява иск за преустановяване на нарушение пред председателя на Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (Френскоезичен търговски съд Брюксел, Белгия) срещу дружествата Amazon Europe core, Amazon eu и Amazon services Europe.
- 5 С решение от 7 август 2019 г. председателят на този съд постановява по-специално, че отговорни за използването на марката във всички спорни реклами са посочените страни и го забранява под страх от имуществена санкция.
- 6 С решение от 25 юни 2020 г. Cour d'appel de Bruxelles (Апелативен съд Брюксел, Белгия) изменя частично решението на първоинстанционния съд, като постановява по-специално, че само рекламите за продаваните от Amazon обувки могат да са предмет на мерките за преустановяване на нарушението, тъй като използването на останалите реклами можело да се вмени само на третите лица продавачи.
- 7 Г-н Christian Louboutin подава касационна жалба срещу това решение.
- 8 На 19 септември 2019 г. във връзка със своята марка на Европейския съюз г-н Christian Louboutin предявява иск за прекратяване на използването на неговата марка и за обезщетение за претърпените вследствие на това използване вреди пред Tribunal d'arrondissement de Luxembourg (Районен съд Люксембург, Люксембург) срещу дружествата Amazon Europe core, Amazon eu и Amazon services Europe (наричани по-нататък „Amazon“), които в различно качество поддържат съвместно уебсайтовете amazon.fr, amazon.de, amazon.es, amazon.it и amazon.co.uk, насочени по-специално към потребителите на Европейския съюз.

II. Правото на Съюза:

Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз

9 В пасажите, които са от значение по настоящото дело, член 9 гласи:

„Права, предоставени от марка на ЕС

1. Регистрацията на марка на ЕС предоставя на притежателя ѝ изключителни права.

2. Без да се засягат правата на притежателите, придобити преди датата на подаване на заявката или датата на приоритета на марката на ЕС, притежателят на тази марка на ЕС има право да забрани на всяко трето лице да използва в търговската дейност без негово съгласие всеки знак за стоки или услуги, когато:

а) знакът е идентичен с марката на ЕС и е използван за стоки или услуги, идентични с тези, за които е регистрирана марката на ЕС;

[...]

3. По-специално може да бъде забранено съгласно параграф 2:

а) да се поставя знакът върху стоките или върху техните опаковки;

б) да се предлагат стоки или да се пускат на пазара, или да се съхраняват за тези цели под знака, или да се предлагат или предоставят услуги под знака;

в) да се внасят или да се изнасят стоки под знака;

г) да се използва знак[ът] като търговско или фирмено наименование или като част от търговско или фирмено наименование;

д) да се използва знакът в деловите книжа и в рекламата;

е) да се използва знакът в сравнителната реклама по начин, който е в противоречие с Директива 2006/114/ЕО.

[...]“.

III. Становища на страните:

G-н Christian Louboutin

- 10 Ищецът основава своя иск за преустановяване на нарушение и за обезщетение на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз, като упреква Amazon, че без негово разрешение използва в търговската си дейност идентичен знак (червена подметка) за идентични стоки.
- 11 В случая използването, в което е упрекнато Amazon, се състои, от една страна, в публикуването на неговите уебсайтове за онлайн продажби на реклами за продукти, носещи нарушаващ знак, и от друга страна, в притежанието, изпращането и доставката на тези стоки.
- 12 Той поддържа, че за това използване е отговорно именно Amazon, тъй като има активна роля в твърдените нарушения, доколкото рекламите на нарушаващите марката стоки са част от собствените му търговски отношения. Всъщност Amazon не се ограничавало да предоставя неутрална услуга, като създава необходимите технически условия за използването на знака от трети лица. Търговските му отношения се основавали предимно на качеството му на дистрибутор на стоките, предлагани за продажба в неговите сайтове. Всички продукти, предлагани от Amazon в интернет, се показват на отделно изображение, което, подобно на традиционна рекламна оферта на дистрибутор, се характеризира с преобладаващото присъствие на марката на дистрибутора Amazon. Всички реклами са представени по еднакъв начин, което доказвало активната роля на Amazon. Фактът, че някои стоки се продават от трети лица, не бил ясно отразен в тези сайтове.
- 13 Следователно не можело Amazon да се квалифицира като обикновен доставчик на хостинг услуга или неутрален посредник, при положение че оказва съдействие на третите лица продавачи, по-специално за оптимизиране на представянето на офертите.
- 14 Освен това използването от Amazon на идентични знаци се състояло и в изпращането на крайните потребители на обувките, предмет на нарушение, поради активната му роля и факта, че е запознато или би трябвало да е запознато с естеството на стоките, изпращани от неговите дистрибуторски центрове.

Amazon

- 15 На първо място, Amazon повдига две възражения за недопустимост поради ненадлежно връчване (неясен текст) и поради липса на процесуална легитимация и правен интерес на ищеца. Освен това то предявява насрещен

иск за обявяване на недействителност на марката, на която е направено позоваване.

- 16 По-нататък, Amazon поддържа по същество, че в качеството си на оператор на електронен пазар не може да носи отговорност за поведението на продавачите, които използват платформата му.
- 17 Начинът на функциониране на електронния пазар на Amazon, който е отворен за трети лица продавачи, не се различавал значително от останалите електронни пазари. Включването на логото на Amazon в обявите на третите лица продавачи в сайтовете на Amazon не означавало, че Amazon носи отговорност за тези обяви, като се има предвид, че останалите платформи също използват тази техника, която позволява да се посочва произхода на услугите по експлоатация.
- 18 Потребителите, които посещават сайтовете на Amazon, били напълно способни да различават системно стоките и марките на третите лица продавачи от тези на операторите на електронни пазари. Според Amazon било погрешно да се твърди, че потребителите не възприемат сайтовете му като електронни пазари, а изключително като дистрибуторски платформи.
- 19 Погрешно е също да се твърди, че предлаганите от Amazon допълнителни услуги обосновават приравняването на офертите на третите лица продавачи на рекламата на Amazon. Така например eBay, чието качество на чист електронен пазар не се поставя под съмнение от никого, също предоставя специална гаранция на купувачите.
- 20 Фактът, че офертите са представени в сайтовете на Amazon в различни категории, за да се гарантира логичното им показване, бил продиктуван от големия брой публикувани оферти и не бил от естество да доведе до включването им в търговските отношения на Amazon.
- 21 Освен това според Amazon фактът, че другите му образувания изпращат за чужда сметка обозначени с марка стоки, не съставлявал използване на марката. Amazon твърди, че не е установено, че е знаело или е трябвало да знае, че някои държани на склад и изпращани от него стоки на трети лица са предмет на нарушение. Съдът на Европейския съюз и редица национални юрисдикции са потвърдили, че доставчик на услуги по съхранение и изпращане на стоки не носи никаква отговорност за евентуално нарушение на марка от тези стоки.
- 22 Създаването на необходимите технически условия за използването на даден знак и получаването на възнаграждение за тази услуга не означава, че самото лице, което предоставя услугата, използва този знак.
- 23 Може да се счита, че предприятието има намерение да пусне на пазара стоките, които държи на склад, само когато ги съхранява с цел да ги препродаде от собствено име и в собствен финансов интерес или когато вече

не е в състояние да определи самоличността на третото лице и реши самото то да продаде стоката с неизвестен произход. Това се отнася и за услугите по изпращане, тъй като съдебната практика системно отхвърля отговорността на превозвача в тази област.

- 24 Накрая, Amazon поддържа, че анализът на отговорността за използването на марка от оператор на електронен пазар трябва да се извърши независимо от анализа на евентуалната активна роля на този оператор, тъй като понятието за активна роля попада в обхвата на отговорността на доставчиците на хостинг услуги в рамките на законодателството в областта на електронната търговия.
- 25 Отговорността за обявата се носела от рекламодателя, а не от оператора на сайта дотогава, докато публикуването ѝ на сайта е в съответствие с инструкциите на рекламодателя.

IV. Преценката на настоящия състав:

- 26 На първо място, настоящият състав отхвърля възраженията за недопустимост и насрещния иск за обявяване на недействителност на марката.
- 27 По-нататък, той очертава предмета на спора, като подчертава, че искът се основава само на член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001, който се отнася до използването без съгласието на притежателя на марката на знак, идентичен с марката.
- 28 Г-н Christian Louboutin твърди, че от една страна, разпространяването в сайтовете на Amazon на реклами за нарушаващите марката стоки, макар и предлагани за продажба от трети лица, и от друга страна, изпращането на тези стоки, съставляват използване по член 9, параграф 2, буква а) от Регламент 2017/1001. Amazon оспорва това.
- 29 Преди да разгледа твърдяното използване, настоящият състав констатира, че функциите, изпълнявани от тримата ответници в групата Amazon, са различни.
- 30 Дружеството Amazon EU, чиято дейност се състои в продажбата на дребно на собствени продукти на Amazon от негово име и за негова сметка, не участва в продажбите на трети лица, така че не е установено как то би могло да използва знаците, публикувани в сайтовете на Amazon от трети лица продавачи. Би могло обаче да се приеме, че то използва знаци, нарушаващи марката, в хипотезата на оферти за продажба, които то предлага от свое име.
- 31 Не е установено как би могло да се приеме, че дружеството Amazon Europe core, което отговаря за техническото функциониране на сайтовете на Amazon, използва спорните знаци. Това не променя факта, че тъй като

предоставя техническа поддръжка за използването на уебсайтовете на други образувания на Amazon, неговата отговорност не може да се изключи изначално.

- 32 Колкото до Amazon Services Europe, то отговаря за услугата „Продай в Amazon“, която предоставя на трети лица продавачи достъп до платформата за онлайн продажби на Amazon, в която да продават собствените си стоки. При това положение следва да се определи дали тази дейност, която се състои в публикуването на оферти на трети лица продавачи едновременно с офертите на Amazon, може да доведе до използването от Amazon на нарушаващи марката знаци.
- 33 На този етап обаче настоящият състав не разглежда съответните евентуални отговорности на различните образувания от групата Amazon, като счита, че дейностите им са тясно свързани помежду си, така че създават във възприятието на потребителите впечатление за цялост. Съответните отговорности ще бъдат разгледани само в случай, че се приеме наличието на принципна отговорност на Amazon.
- a) Вменяването на отговорността за използването на знака в рекламите*
- 34 Не се оспорва, че използването на марката може да е под различни форми, неизчерпателно изброени в член 9, параграф 3 от Регламент 2017/1001, и по-специално в рамките на рекламата, във факта на държането на склад и пускането на пазара на носещите знака стоки.
- 35 Amazon поддържа, че не използва спорните знаци, доколкото в качеството си на оператор на електронен пазар не може да носи отговорност за публикуването в тези сайтове съдържание.
- 36 Г-н Christian Louboutin от своя страна оспорва, че установените в практиката на Съда принципи, приложими към електронните пазари, са приложими към Amazon, доколкото същото трябва да бъде квалифицирано като дистрибутор на продаваните в неговите сайтове стоки и доколкото обявите на третите лица продавачи са част от собствените му търговски отношения.
- 37 Терминът „използване“ предполага активно поведение и пряк или непряк контрол върху действието, съставляващо използването. В това отношение Съдът на Европейския съюз вече е имал случая да подчертае, че според общоупотребимия смисъл на термина „използване“ той означава активно поведение и пряк или непряк контрол върху действието, съставляващо използването. Съдът е отбелязал в това отношение, „че [...] член 9, параграф 3 от Регламент 2017/1001, който неизчерпателно изброява видовете използване, които притежателят на марка може да забрани, изключително посочва активни действия на третото лице“ (решение от

2 април 2020 г., Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, т. 37 и цитираната съдебна практика).

- 38 В решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2011:474, т. 102) Съдът на Европейския съюз приема, че в рамките на електронен пазар в чист вид обявите, публикувани онлайн от трети лица продавачи, не представляват използване от оператора на електронния пазар, доколкото тези обяви не са част от търговските отношения на оператора.
- 39 Докато Amazon твърди, че тази съдебна практика трябва чисто и просто да се пренесе към настоящия спор, г-н Christian Louboutin счита, че дейностите на Amazon съставляват активно поведение, което като такова обосновава забрана за използване от Amazon на спорните знаци.
- 40 Изразът „електронен пазар“ обозначава всяка платформа, която свързва купувачи с продавачи в интернет, като предоставя в полза на продавачите функциите и видимостта на платформата срещу заплащане на комисиони.
- 41 Безспорно е, че Amazon публикува в сайтовете си за продажба обяви за собствените си стоки, които продава и доставя от свое име, както и обяви от трети лица продавачи, които сами осигуряват доставката на продаваните стоки или възлагат това на Amazon, което ги съхранява в дистрибуторските си центрове и ги доставя на получателите от складовете си.
- 42 Безспорно е също, че обявите са прегрупирани в различни категории и подкатегории, следвайки определена структура, която по никакъв начин не разграничава стоките, продавани от Amazon, и тези, продавани от трети лица продавачи, тъй като информацията за продавача и изпращача на стоките се появяват на екрана едва при прегледа на отделната обява, а що се отнася по-специално до обувките — едва в момента на посочването на желанния номер.
- 43 Настоящият състав констатира, че начинът на функциониране на платформите на Amazon, при който обявите на Amazon от една страна се смесват с тези на третите лица продавачи — от друга, се различава от други електронни пазари като eBay или Rakuten, които публикуват само обяви на трети лица продавачи и не извършват никаква дейност по продажба. Не само Amazon обаче използва този търговски модел, оператори като Cdiscount също приемат стоки на трети лица продавачи наред със собствената си гама продукти.
- 44 Г-н Christian Louboutin счита, че поради това смесване на собствени продажби и продажби на трети лица Amazon не може да се счита за оператор на електронен пазар в смисъла, вложен от Съда на Европейския съюз, а за дистрибутор, лично отговорен за съдържанието на всички публикувани обяви. Това създавало във възприятието на съответните потребители, които били средно внимателни интернет потребители, впечатлението, че всички продавани от Amazon стоки са негови или най-

малкото, че обявите на третите лица продавачи са част от собствените търговски отношения на Amazon.

- 45 За разлика от г-н Christian Louboutin настоящият състав счита, че услугите, предоставяни от Amazon чрез неговите уебсайтове, са услуги, произтичащи от електронен пазар, доколкото дори наличието на смесица от различни видове оферти не променя факта, че дейността на Amazon services Europe също съдържа всички атрибути на електронните пазари, по-специално в рамките на услугата му „Продай с Amazon“.
- 46 Фактът, че към тези услуги се добавят други услуги, и по-специално собствени оферти на оператора на електронния пазар, както и услуги по държане на склад и изпращане, и макар тези услуги да са взаимосвързани, поради което могат да създадат известно объркване у потребителите на платформите, не е пречка платформите на Amazon да се квалифицират като електронни пазари.
- 47 Следва обаче да се анализира дали това особено функциониране на платформите на Amazon може да доведе до такова включване на обявите на третите лица продавачи, че да може да се счита, че Amazon използва спорните знаци в собствените си търговски отношения според израза, използван от Съда в решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2011:474, т. 102).
- 48 Настоящият състав припомня, че в това решение Съдът на Европейския съюз е постановил, че „използването“ от трето лице на знак, идентичен или сходен с марката на притежателя, предполага най-малкото последният да използва знака в търговските си отношения, за да се приеме, че оператор на електронен пазар не използва този знак.
- 49 Доколкото обаче решението се отнася до платформа на eBay, за което е известно, че участва в публикуването на обявите на своите потребители само като посредник, а не като продавач и дистрибутор, тази съдебна практика не може автоматично да се приложи за платформа, чието функциониране е различно.
- 50 Съгласно практиката на Съда на Европейския съюз понятието „използване“ на марка „обхваща случай [...], в който търговски посредник, който действа от свое име, но за сметка на продавача и който следователно не е заинтересована страна в продажбата на стоки, в която той самият е договаряща страна, използва в своите делови книжа знак, който е идентичен с марка на Общността за стоки или за услуги, които са идентични с тези, за които марката на Общността е регистрирана“ (определение от 19 февруари 2009 г., UDV North America, C-62/08, EU:C:2009:111, т. 54 и диспозитива). Вж. също в същия смисъл решение от 30 април 2020 г., А (нарушение чрез внос на сачмени лагери), C-772/18, EU:C:2020:341.

- 51 Следователно няма значение дали стоките, продавани на сайтовете на Amazon, могат икономически да се считат за негови.
- 52 Това не променя факта, че в решение от 12 юли 2011 г., L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2011:474, т. 102), Съдът е въвел понятието „собствени търговски отношения“ в смисъл, че когато знак е включен в собствените търговски отношения на търговски оператор, може да счита, че този оператор използва този знак, вследствие на което може да носи отговорност за нарушение на марка.
- 53 При това положение следва да се разгледат различните съображения, изтъкнати от г-н Christian Louboutin, по силата на които следва да се счита, че Amazon използва спорните знаци, като включва офертите на трети лица в собствените си търговски отношения.
- 54 Така г-н Christian Louboutin изтъква уеднаквяването на обявите с присъствието във всяка от тях на полуфигуративната марка с висока репутация на Amazon и с участието на Amazon във формата и състава на обявите, дискретния начин на показване на информацията за продавачите на стоките, активното участие на Amazon в изготвянето на обявите, участието в съхранението и изпращането на стоките, активното участие на Amazon в определянето на продажните цени.
- 55 Активното участие на Amazon произтича още от представянето на различни бутици със системното използване на притежателното местоимение „нашите“ за описанието на офертата, представена на сайтовете на Amazon, но и от наличието на общи рубрики като „най-продаваните“, „най-търсените“, „най-предлаганите“, без разлика в произхода на стоките.
- 56 Г-н Christian Louboutin уточнява още, че обяви на Amazon се публикуват в рекламните рубрики на други сайтове като онлайн ежедневници или сайтове на социални мрежи.
- 57 От това според него можело да се направи изводът, че нормално информираният и разумно внимателен потребител в интернет възприема Amazon като дистрибутор на всички предлагани в неговите сайтове стоки, като качеството му дистрибутор впрочем се подчертавало от самото Amazon.
- 58 Въпреки изобилната си практика Съдът никога не се е произнасял дали може да се приеме, че дистрибутор на стоки в интернет, който същевременно е оператор на електронен пазар, включва офертите на трети лица в търговските си отношения. Всъщност всички цитирани от страните решения изхождат от идеята, че обявите на трети лица не са част от собствените търговски отношения на оператора на платформата.
- 59 Поради това настоящият състав предлага на Съда на Европейския съюз да се постави първият въпрос.

- 60 Главното искане на Amazon е този първи преюдициален въпрос да бъде обявен за безполезен и ирелевантен с оглед на практиката на Съда.
- 61 Всъщност Съдът вече имал възможност да отговори на предложения въпрос, по-специално в решение по дело Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267), по което заключението на генералния адвокат е съответствало на предложения преюдициален въпрос. Съдът на Европейския съюз обаче е решил да не се съобрази с него, като се е ограничил да потвърди, че операторът на електронен пазар не е използвал знаците, отнасящи се до третите лица продавачи, и като е уточнил, че отговорността на тези оператори следва да се анализира от гледна точка на други правни норми.
- 62 Настоящият състав припомня, че по това дело Съдът е бил сезиран със следния преюдициален въпрос: „Държи ли лице за целите на предлагането или пускането на пазара стоки, които съхранява за трето лице на склад, нарушаващи правото на марка, без да знае за правонарушението, когато не самото то, а само третото лице възнамерява да предлага стоките или да ги пусне на пазара?“.
- 63 Съдът е отговорил на този въпрос, че член 9, параграф 3, буква б) от Регламент 2017/1001 трябва да се тълкува в смисъл, че „за лицето, което държи на склад за трето лице стоки, нарушаващи право върху марка, без да знае за това нарушение, трябва да се счита, че не съхранява тези стоки за целите на предлагането или пускането им на пазара, по смисъла на тези разпоредби, ако самото то няма такива цели“.
- 64 Следователно по този начин Съдът е разгледал въпроса изключително от гледна точка на държането на склад на стоки, без да предвиди по-широк анализ на търговския модел, използван от различните образувания на групата Amazon.
- 65 Генералният адвокат е приел, че член 9, параграф 3, буква б) от Регламент 2017/1001 трябва да се тълкува по следния начин:
- .
- „Ако обаче лицето участва активно в разпространяването на такива продукти в рамките на програма с характеристиките на програмата „Изпратено с Amazon“, към която продавачът се е присъединил, може да се приеме, че то съхранява продуктите, за да ги предложи или пусне на пазара.
- [...]“.
- 66 Като се произнася както го е направил, Съдът не е взел предвид резервите на генералния адвокат относно евентуалната отговорност на Amazon в качеството му на складодържател.

- 67 Същевременно тези елементи не позволяват да се приеме, че Съдът на Европейския съюз вече е взел становище, макар и имплицитно, по проблема, поставен пред настоящия състав, който се отнася не само до съхраняването от Amazon на продавани от трети лица стоки, но поставя и по-широк въпрос за квалификацията на включването на офертите на трети лица в собствените търговски отношения.
- 68 От това следва, че предложеният преюдициален въпрос все още не е получил отговор от Съда на Европейския съюз, така че по принцип е релевантен.
- 69 Освен това фактът, че разгледаният въпрос може да намери отговор в правилата, приложими към електронната търговия, не позволява категорично да се изключи отговорност в областта на защитата на марките.
- 70 Вследствие на това трябва да се приеме, че предложеният от настоящия състав преюдициален въпрос е релевантен с оглед на разглеждания спор и на отговорите, които Съдът на Европейския съюз вече е дал по други дела.
- 71 Настоящият състав констатира, че в преформулирания въпрос, предложен от Amazon, не се съдържа понятието „смесване“ на оферти с различен произход, понятие, което обаче е в основата на проблематиката, повдигната от настоящия спор.
- 72 Amazon изтъква още, че не участвало по никакъв начин в определянето на цените на третите лица продавачи.
- 73 Настоящият състав констатира, че съгласно формулировката, използвана в това отношение в неговия проект за преюдициален въпрос, Amazon участва пряко в определянето на цените. Не се оспорва обаче, че Amazon оказва съдействие за определянето на цените и в различни статии от пресата, публикувани в престижни вестници като *The Wall Street Journal* или *The New York Times*, приложени към преписката по делото, се посочва, че Amazon въздейства непряко върху цените, като упражнява натиск върху третите лица продавачи да не предлагат стоките си на по-ниски цени в други сайтове. Поради това преюдициалният въпрос следва да се преформулира в смисъл, че Amazon оказва съдействие за определянето на цените на стоките на трети лица, без обаче да се премахва изцяло въпросът за определянето на цените.
- 74 По-нататък, настоящият състав ще отправи втори въпрос, предложен от г-н Christian Louboutin.
- 75 Г-н Christian Louboutin подчертава значението, което има възприятието на потребителите за активната роля или за включването в собствените търговски отношения на оператора, тъй като това възприятие може да доведе до това операторът да носи отговорност за използването на

идентичен или сходен с марката знак, и иска от настоящия състав да постави на Съда преюдициален въпрос в тази връзка.

- 76 В своето решение от 25 юни 2020 г., понастоящем представено за разглеждане пред Cour de cassation (Касационен съд), Cour d'appel de Bruxelles (Апелативен съд Брюксел) приема обратното.
- 77 Въпросът за възприятието на потребителите за сравнително активната роля на оператора на електронния пазар в публикуването на обявите и следователно въпросът дали публикуваните обяви са част от търговските отношения на оператора обаче може да има значение.
- 78 Затова следва да се постави въпросът дали фактът, че потребителите възприемат дадена обява или оферта като част от търговските отношения на оператор на платформа за онлайн продажби, не е равносilen на действително включване на офертата в тези търговски отношения, което поради това предполага ангажиране на отговорността на този оператор по отношение на правото на марка.
- б) Използването на знаците при доставката на стоки, носещи спорния знак*
- 79 Г-н Christian Louboutin счита, че изпращането от Amazon от дистрибуторските му центрове на продаваните от трети лица стоки може да се квалифицира като използване, тъй като за разлика от складодържателя, който по принцип не е запознат с евентуални нарушения на правата върху марки от стоките, съхранявани за трети лица продавачи, изпращачът по принцип бил запознат с тях. Той упреква Cour d'appel de Bruxelles (Апелативен съд Брюксел), че е приел, че изпращането било само продължение на съхраняването, за да приложи практиката на Съда по дело Coty Germany и така да отхвърли [твърдението за] използването на знака от Amazon.
- 80 Той счита, че комбинацията от публикуването на обявите, държането на склад и изпращането на стоките, нарушаващи марката, съставлява действително узнаване за поставянето на нарушаващия знак, и иска от настоящия състав да сезира Съда на Европейския съюз с този въпрос.
- 81 В решение от 2 април 2020 г., Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267) Съдът на Европейския съюз подчертава в отговора си на преюдициалния въпрос значението на целта на държането на стоките.
- 82 Ето защо, за да бъде държането на склад на стоки, на които са поставени знаци, идентични или сходни с марки, квалифицирано като „използване“ на тези марки, е необходимо [...] самият икономически оператор, който държи стоките на склад, да има посочената в тези разпоредби цел — да предлага тези стоки или да ги пуска на пазара.

- 83 В това решение няма произнасяне по изпращането на стоките след държането на склад, тъй като в представения на Съда случай изпращането е било осигурено от външен доставчик.
- 84 Макар третият въпрос, предложен от г-н Christian Louboutin, вече отчасти да се съдържа във втория въпрос, той внася някои допълнителни уточнения, които от съображения за пълнота следва да се представят на Съда.

V. Преюдициалните въпроси:

- 85 Настоящият състав поставя следните въпроси:

1. Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. относно марката на Европейския съюз да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в публикувана в уебсайт реклама може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания поради смесването в посочения сайт на собствени оферти на оператора или на икономически свързани образувания и на оферти на трети лица чрез включването на тези оферти в собствените търговски отношения на оператора или на икономически свързаните образувания?

Подсилва ли се такова включване от факта, че:

- рекламите са представени по еднакъв начин в сайта,
 - собствените реклами на оператора и на икономически свързани образувания и тези на трети лица продавачи се публикуват в рекламните рубрики на уебсайтове на трети лица под формата на изскачащо изображение (pop-up) без разлика, що се отнася до техния произход, но показвайки ясно логото на оператора или на икономически свързани образувания,
 - операторът или икономически свързани образувания предлагат цялостна услуга на третите лица продавачи, включваща съдействие при изготвянето на рекламите и при определянето на продажните цени, държането на стоките на склад и изпращането им,
 - сайтът на оператора и на икономически свързаните образувания е проектиран така, че да се представя под формата на бутици и на марки като „най-продаваните“, „най-търсените“ или „най-предлаганите“, без видима на пръв поглед разлика между собствените стоки на оператора и на икономически свързаните образувания и стоките на третите лица продавачи?
2. Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. относно марката на Европейския

съюз да се тълкува в смисъл, че използването на идентичен с марка знак в реклама, публикувана в сайт за онлайн продажби, по принцип може да се вмени на оператора на този сайт или на икономически свързани образувания, ако във възприятието на нормално информирания и разумно внимателен потребител в интернет този оператор или икономически свързано образувание има активна роля в изготвянето на тази реклама или ако последната се възприема като част от собствените търговски отношения на този оператор?

Ще се повлияе ли това възприятие:

- от обстоятелството, че този оператор и/или икономически свързани образувания е известен дистрибутор на най-разнообрази стоки, включително на стоките от категорията на тези, които са предмет на рекламата,
- или от обстоятелството, че така показаната реклама представлява заглавна част, в която е възпроизведена марката на услугата на този оператор или на икономически свързаните образувания, като тази марка е известна като марка на дистрибутор,
- или пък от обстоятелството, че този оператор или икономически свързани образувания едновременно с това рекламиране предлагат услуги, обичайно предлагани от дистрибуторите на стоки от същата категория като тази, в която попада продуктът, предмет на рекламата?

3. Трябва ли член 9, параграф 2 от Регламент 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета относно марката на Европейския съюз да се тълкува в смисъл, че изпращането — в рамките на търговската дейност и без разрешението на притежателя на марка — до крайния потребител на стока, носеща идентичен с марката знак, съставлява използване, за което е отговорен изпращачът, само ако последният действително е запознат с поставянето на този знак върху стоката?

Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание е уведомил крайния потребител, че ще извърши изпращането, след като самият той или икономически свързано лице е държало стоката на склад за тази цел?

Използва ли съответния знак такъв изпращач, ако самият той или икономически свързано образувание предварително е допринесъл активно за публикуването в рамките на търговската дейност на реклама за стоката, носеща този знак, или е регистрирал поръчката на крайния клиент с оглед на тази реклама?