

Υπόθεση C-184/21

**Σύνοψη της αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως κατά το άρθρο 98,
παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας του Δικαστηρίου**

Ημερομηνία καταθέσεως:

24 Μαρτίου 2021

Αιτούν δικαστήριο:tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (δικαστήριο
επιχειρήσεων Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο)**Ημερομηνία της αποφάσεως του αιτούντος δικαστηρίου:**

22 Μαρτίου 2021

Ενάγων:

Christian Louboutin

Εναγόμενες:

Amazon.com, Inc.

Amazon Services LLC

I. Το αντικείμενο και τα στοιχεία της διαφοράς:

- 1 Ο Christian Louboutin είναι δικαιούχος του σήματος θέσεως, επονομαζόμενου «κόκκινη σόλα», το οποίο απεικονίζεται και περιγράφεται στις πράξεις καταχώρισεως για προϊόντα της κλάσεως 25 «ψηλοτάκουνα υποδήματα (εκτός από ορθοπαιδικά υποδήματα)», ήτοι την καταχώριση αριθ. 8845539 του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την καταχώριση αριθ. 0874489 του σήματος του Μπενελούξ, ως εξής:



«Το σήμα συνίσταται στο κόκκινο χρώμα (κωδικός Pantone αριθ.°18.1663TP) πάνω στη σόλα παπουτσιού όπως απεικονίζεται (το περίγραμμα του παπουτσιού δεν αποτελεί μέρος του σήματος αλλά έχει ως στόχο να τονίσει το σημείο αναγραφής του σήματος)».

- 2 Ο όμιλος Amazon προσφέρει προς πώληση μέσω διαδικτύου ποικίλα αγαθά και υπηρεσίες, τόσο άμεσα για ίδιο λογαριασμό όσο και έμμεσα για λογαριασμό τρίτων πωλητών.
- 3 Η Amazon δημοσιεύει τακτικά στους ιστοτόπους της διαφημιστικές καταχωρίσεις υποδημάτων με κόκκινες σόλες τα οποία διατίθενται στο εμπόριο χωρίς τη συγκατάθεση του Christian Louboutin.
- 4 Την 1η Μαρτίου 2019 ο Christian Louboutin άσκησε, επί τη βάση του σήματός του Μπενελούξ, ενώπιον του προέδρου του tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (δικαστηρίου επιχειρήσεων Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα, Βέλγιο), αγωγή περί παύσεως της προσβολής κατά των εταιριών Amazon Europe core, Amazon eu και Amazon services Europe.
- 5 Με απόφαση της 7ης Αυγούστου 2019 ο πρόεδρος του tribunal (δικαστηρίου επιχειρήσεων) έκρινε, μεταξύ άλλων, ότι η χρήση του σήματος σε όλες τις επίμαχες διαφημιστικές καταχωρίσεις καταλογίζεται στις εναγόμενες, και απαγόρευσε τη χρήση του επ' απειλή χρηματικής ποινής.
- 6 Με απόφαση της 25ης Ιουνίου 2020 το cour d'appel de Bruxelles (εφετείο Βρυξελλών, Βέλγιο) μεταρρύθμισε εν μέρει την απόφαση κρίνοντας, μεταξύ άλλων, ότι μέτρα περί παύσεως της προσβολής μπορούσαν να επιβληθούν μόνον στις διαφημιστικές καταχωρίσεις που αφορούσαν τα πωλούμενα από την Amazon υποδήματα, καθόσον η χρήση του σήματος στις λοιπές διαφημιστικές καταχωρίσεις μπορούσε να καταλογιστεί αποκλειστικά στους τρίτους πωλητές.
- 7 Κατά της απόφασεως αυτής ο Christian Louboutin άσκησε αναίρεση.
- 8 Στις 19 Σεπτεμβρίου 2019 ο Christian Louboutin άσκησε, ενώπιον του tribunal d'arrondissement de Luxembourg (πρωτοδικείου Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο), επί τη βάση του σήματός του της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αγωγή κατά των εταιριών Amazon Europe core, Amazon eu και Amazon services Europe (στο εξής επίσης: Amazon), οι οποίες εκμεταλλεύονται από κοινού κατά διάφορους τρόπους τους ιστοτόπους amazon.fr, amazon.de, amazon.es, amazon.it και amazon.co.uk, οι οποίοι απευθύνονται πιο συγκεκριμένα στους καταναλωτές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, περί παύσεως της χρήσεως του σήματός του και την αποκατάσταση της ζημίας που υπέστη λόγω της χρήσεως αυτής.
- 9 Με απόφαση της 5ης Μαρτίου 2021 το tribunal d'arrondissement de Luxembourg (πρωτοδικείο Λουξεμβούργου, Λουξεμβούργο) υπέβαλε στο Δικαστήριο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως η οποία εκκρεμεί επί του παρόντος υπό τον αριθμό υποθέσεως C-148/21.

- 10 Στις 4 Οκτωβρίου 2019 ο Christian Louboutin άσκησε, επί τη βάσει του σήματός του της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώπιον του προέδρου του tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles (δικαστηρίου επιχειρήσεων Βρυξελλών – γαλλόφωνο τμήμα), αγωγή περί παύσεως της προσβολής κατά των αμερικανικού δικαίου εταιριών Amazon.com, Inc. και Amazon Services LLC (στο εξής επίσης: Amazon), οι οποίες εκμεταλλεύονται από κοινού τον ιστότοπο amazon.com που απευθύνεται μεταξύ άλλων και στους καταναλωτές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με αίτημα την παύση της χρήσεως του σήματός του, επ' απειλή χρηματικών ποινών.

II. Το δίκαιο της Ένωσης:

Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιουνίου 2017 για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

- 11 Το άρθρο 9, στα κρίσιμα εν προκειμένω αποσπάσματά του, ορίζει τα εξής:

«Δικαιώματα που παρέχει το σήμα της ΕΕ

1. Με την καταχώριση σήματος της ΕΕ παρέχονται στον δικαιούχο αποκλειστικά δικαιώματα επ' αυτού.

2. Με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων των δικαιούχων που έχουν αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ή την ημερομηνία προτεραιότητας του σήματος της ΕΕ, ο δικαιούχος του εν λόγω σήματος της ΕΕ δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο που δεν έχει τη συγκατάθεσή του να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές για προϊόντα ή υπηρεσίες, οποιοδήποτε σημείο εφόσον:

α) το σημείο είναι ταυτόσημο με το σήμα της ΕΕ και χρησιμοποιείται για υπηρεσίες ή προϊόντα που ταυτίζονται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα της ΕΕ·

[...]

3. Τα ακόλουθα, ειδικότερα, είναι δυνατόν να απαγορεύονται δυνάμει της παραγράφου 2:

α) η επίθεση του σημείου επί των προϊόντων ή της συσκευασίας των εν λόγω προϊόντων·

β) η προσφορά των προϊόντων, η εμπορία ή η αποθήκευσή τους προς τους σκοπούς αυτούς ή η προσφορά ή η παροχή υπηρεσιών υπό το σημείο αυτό·

γ) η εισαγωγή ή εξαγωγή των προϊόντων υπό το σημείο αυτό·

δ) η χρησιμοποίηση του σημείου ως εμπορικού ονόματος ή εταιρικής επωνυμίας ή ως μέρους εμπορικού ονόματος ή εταιρικής επωνυμίας·

- ε) η χρησιμοποίηση του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση·
- στ) η χρησιμοποίηση του σημείου σε συγκριτική διαφήμιση κατά τρόπο που αντίκειται στην οδηγία 2006/114/EK.

[...]»

III. Επιχειρήματα των διαδίκων:

Christian Louboutin

- 12 Ο ενάγων στηρίζει την αγωγή του περί παύσεως της προσβολής και καταβολής αποζημιώσεως στο άρθρο 9, παράγραφος 2, στοιχείο α', του κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προσάπτοντας στην Amazon ότι, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, χρησιμοποιεί χωρίς τη συγκατάθεσή του, ταυτόσημο σημείο (της κόκκινης σόλας) για πανομοιότυπα προϊόντα.
- 13 Όσον αφορά την έννοια της χρήσεως, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, σημείου για ένα προϊόν, ο Christian Louboutin επισημαίνει ότι η χρήση μπορεί να καλύπτει τόσο πράξεις που απευθύνονται στο κοινό, για παράδειγμα στο πλαίσιο διαφημιστικών καταχωρίσεων, όσο και πράξεις που δεν δημοσιοποιούνται στο κοινό, όπως είναι η κατοχή προϊόντος με σκοπό τη διάθεσή του στην αγορά.
- 14 Ο Christian Louboutin υπογραμμίζει το γεγονός ότι η μοναδικότητα, η μεγάλη δύναμη και η τεράστια επιτυχία της επιχειρήσεως Amazon, μιας από τις επιχειρήσεις με τη μεγαλύτερη αξία παγκοσμίως, έγκειται πρωτίστως στη δημιουργία ενός άκρως αποτελεσματικού συστήματος εφοδιασμού το οποίο της επιτρέπει να εκτελεί τις παραγγελίες σε πολύ σύντομο χρόνο. Ειδικότερα, η επιχείρηση Amazon διαθέτει 175 κέντρα διανομής ανά τον κόσμο, τα οποία καταλαμβάνουν 14 εκατομμύρια τετραγωνικά μέτρα, όπου εργάζονται περίπου 250.000 άτομα, τα οποία απασχολούνται στην παραλαβή και την αποθήκευση των προϊόντων των προμηθευτών, την καταχώριση όλων των παραγγελιών και τη διαχείρισή τους, η διαχείριση δε αυτή πολύ συχνά περιλαμβάνει και την αποστολή από την Amazon των παραγγελθέντων προϊόντων και τη διαχείριση τυχόν επιστροφών.

Ο Christian Louboutin τονίζει ότι η Amazon, στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής της, προβάλλει διαρκώς τη μοναδικότητα αυτή, γεγονός που ενισχύει την εικόνα της ως διανομέα.

- 15 Ο Christian Louboutin υπογραμμίζει ότι δεν αμφισβητείται ότι η προώθηση όλων των διατιθέμενων κατ' αυτόν τον τρόπο προϊόντων γίνεται από την Amazon μέσω της αναρτήσεως στον ιστότοπό της διαφημιστικών καταχωρίσεων στις οποίες απεικονίζεται το προϊόν και αναγράφεται η τιμή αγοράς του και ότι όλες αυτές οι διαφημιστικές καταχωρίσεις έχουν κατ' ουσίαν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Πληρούν όλες ιδιαιτέρως αυστηρά κριτήρια παρουσιάσεως επιβαλλόμενα από την Amazon, όπερ προσδίδει στο σύνολο των διαφημιστικών καταχωρίσεων μεγάλη ομοιομορφία η οποία δημιουργεί αναπόφευκτα την εντύπωση ότι όλες προέρχονται από την ίδια πηγή·
- Παρουσιάζουν όλες ένα μοναδικό κυρίαρχο διακριτικό σημείο, ήτοι το κατωτέρω απεικονιζόμενο ημεικονιστικό σήμα Amazon, ένα σήμα που έχει αποκτήσει ιδιαίτερη φήμη ως σήμα διανομέα των πλέον ποικίλων προϊόντων:



- Το εν λόγω κυρίαρχο διακριτικό σημείο βρίσκεται στον τίτλο καθεμιάς από τις διαφημιστικές προσφορές, ενώ για την εμφάνιση του τίτλου αυτού αποφασίζει μόνη της η Amazon, η οποία διατηρεί τον έλεγχο του τρόπου εμφάνισης.

Ως εκ περισσού, ο Christian Louboutin παρατηρεί επίσης ότι οι διαφημιστικές αυτές καταχωρίσεις είναι όλες ομαδοποιημένες υπό διάφορες ενότητες, γενικές ή σε δομή δένδρου ανά κατηγορία προϊόντων («Fashion», «Electronics», «Home and Kitchen», «Luggage» – «Μόδα», «Ηλεκτρονικές συσκευές», «Σπίτι και Κουζίνα», «Αποσκευές») και τούτο υπό διάφορους περιγραφικούς τίτλους, όπως «Amazon best sellers», «Amazon most wished for», «Amazon gift ideas», «Amazon hot new releases», κ.λπ.

Προσθέτει ότι η παρουσίαση των διαφημιστικών αυτών καταχωρίσεων συνοδεύεται από τη συστηματική χρήση από την Amazon της κτητικής αντωνυμίας «μας» η οποία παραπέμπει σαφώς στην Amazon στις εκφράσεις, παραδείγματος χάριν, «our most popular products based on sales», «our best-selling new and future releases», «our biggest gainers in sales rank over the past 24 hours», «our most popular products offered as gifts», «our top deals», «our selection», «our warehouses – «τα πλέον δημοφιλή προϊόντα μας βάσει πωλήσεων», «οι νέες και μελλοντικές κυκλοφορίες με τις υψηλότερες πωλήσεις», «τα πρώτα σε πωλήσεις προϊόντα μας τις τελευταίες 24 ώρες», «τα πλέον δημοφιλή προϊόντα μας τα οποία προσφέρονται ως δώρα, «οι καλύτερες ευκαιρίες μας», «οι αποθήκες μας» κ.λπ.

- 16 Εν προκειμένω, ο Christian Louboutin διαπίστωσε προσφάτως την ανάρτηση στον ιστότοπο amazon.com ενός πολύ σημαντικού αριθμού διαφημιστικών καταχωρίσεων αυτού του είδους.
- 17 Ο Christian Louboutin εκθέτει ότι μόνον αφότου ανατρέξει κανείς, με διαδοχικά πατήματα των πλήκτρων σε όλες τις λεπτομέρειες των προσφορών αυτών, διευκρινίζεται εάν τα προσφερόμενα προϊόντα, σε περίπτωση παραγγελίας:
 - πωλούνται και αποστέλλονται από την Amazon, όπερ συνάδει απολύτως, κατά τον C. Louboutin, με την εικόνα διανομέα που προβάλλει η Amazon ή·

- αποστέλλονται από την Amazon, παρά το γεγονός ότι πωλούνται από τρίτον ή·
- πωλούνται και αποστέλλονται από τρίτον, οπότε στην περίπτωση αυτή οι σχετικές διευκρινίσεις δίνονται κατά τρόπο λιγότερο εμφανή, πράγμα που αναμφιβόλως εξηγείται από το γεγονός ότι η πρακτική αυτή ουδόλως συνάδει με το οικονομικό μοντέλο που προβάλλει η Amazon.

Ο C. Louboutin παρατηρεί ότι, στις τρεις ως άνω περιπτώσεις, η Amazon αναλαμβάνει τις διαφημιστικές καταχωρίσεις των προϊόντων αυτών υπό ομοίμορφες παρουσιάσεις, καταχωρεί τις παραγγελίες και εισπράττει το τίμημα πωλήσεως.

Στις δύο πρώτες περιπτώσεις, η Amazon αναλαμβάνει περαιτέρω την αποθήκευση των παραγγελθέντων προϊόντων, τη συσκευασία τους (ενδεχομένως ως «δώρου») υπό το σήμα της Amazon και την αποστολή τους με το ίδιο σήμα στον αγοραστή, καθώς και τυχόν επιστροφές.

Στην τελευταία περίπτωση, ο αγοραστής παραλαμβάνει από την Amazon, μετά την εισπραξη και την παράδοση, τιμολόγιο εκδοθέν από τον εν λόγω τρίτο.

Στις δύο τελευταίες περιπτώσεις, η Amazon παρακρατεί προμήθεια εκτιμώμενη κατά μέσο όρο στο 15 % της τιμής πωλήσεως, πέραν των εξόδων διαχείρισης των προϊόντων (αποθήκευση και αποστολή) στη δεύτερη περίπτωση.

- 18 Ο Christian Louboutin υποστηρίζει ότι από όλα τα στοιχεία συνάγεται, εξάλλου, ότι οι αναγραφόμενες τιμές στην πλειοψηφία τους καθορίζονται από την Amazon, ακόμη και για προϊόντα που φέρεται να πωλούνται από τρίτους. Συγκεκριμένα, οι τελευταίοι ενθαρρύνονται έντονα να δεχθούν –προκειμένου τα προϊόντα τους να προσφέρονται σε καλή σειρά!– τον καθορισμό των τιμών αυτών μέσω αλγορίθμου που εφαρμόζει η Amazon, οπότε η τιμή μπορεί να διαμορφώνεται ανά πάσα στιγμή σε συνάρτηση με διαρκώς επικαιροποιημένες παραμέτρους.

Παρατηρεί επίσης ότι, αντιθέτως προς τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται οι προσφορές που αναρτώνται στον ιστότοπο της Amazon, στις παρεμφερείς προσφορές που αναρτώνται στους ιστότοπους ηλεκτρονικών πωλήσεων που εκμεταλλεύονται οι επιχειρήσεις eBay, Facebook, Google, Marktplaats και Alibaba φαίνεται σαφώς ότι πρόκειται για προσφορές που προέρχονται από τρίτους, γεγονός που ο μέσος ενημερωμένος και ευλόγως προσεκτικός χρήστης του διαδικτύου γνωρίζει καθόσον οι συγκεκριμένοι ιστότοποι είναι παγκοίμως γνωστό ότι αποτελούν διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων.

- 19 Όσον αφορά τη δυνατότητα καταλογισμού της πράξεως χρήσεως [σημείου], ο Christian Louboutin υποστηρίζει καταρχάς ότι από την απόφαση της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler (C-179/15, EU:C:2016:134), συνάγεται ότι η χρήση για την οποία γίνεται λόγος καταλογίζεται σε οποιονδήποτε συμμετείχε ενεργά στην τέλεση της πράξεως που συνιστά τη χρήση αυτή και έχει τον άμεσο ή έμμεσο έλεγχο της. Αποφαινόμενο επί της αντίστοιχης διατάξεως της οδηγίας 2008/95 περί σημάτων, το Δικαστήριο έκρινε τα εξής:

«39 Όσον αφορά, καταρχάς, το γράμμα του εν λόγω άρθρου 5, παράγραφος 1, επισημαίνεται, για παράδειγμα, ότι, σύμφωνα με τη συνήθη έννοιά της, η έκφραση “zu benutzen”, “using”, “faire usage”, “usare”, “het gebruik”, “használ” που χρησιμοποιείται αντίστοιχα στην απόδοση της οικείας διατάξεως στη γερμανική, αγγλική, γαλλική, ιταλική, ολλανδική και ουγγρική γλώσσα, υποδηλώνει ενεργή συμπεριφορά και άμεσο ή έμμεσο έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση. Ωστόσο τούτο δεν συμβαίνει σε περίπτωση κατά την οποία στην οικεία πράξη προβαίνει ανεξάρτητος φορέας χωρίς τη συγκατάθεση του διαφημιζομένου, πολλώ δε μάλλον αντίθετα προς τη ρητή βούλησή του.

40 Όσον αφορά εν συνεχεία την οικονομία του άρθρου 5 της οδηγίας 2008/95, διαπιστώνεται ότι το εν λόγω άρθρο 5, παράγραφος 3, το οποίο απαριθμεί ενδεικτικά τα είδη χρήσεως που ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να απαγορεύσει (βλ. απόφαση Google France και Google, C-236/08 έως C-238/08, EU:C:2010:159, σκέψη 65 καθώς και εκεί παρατιθέμενη νομολογία), αναφέρεται αποκλειστικώς σε μορφές ενεργής συμπεριφοράς εκ μέρους του τρίτου, όπως είναι η “επίθεση” του σημείου σε προϊόντα ή στη συσκευασία τους ή η “χρησιμοποίηση” του σημείου σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση, η “προσφορά” των προϊόντων, η “εμπορία”, η “κατοχή” τους προς εμπορία, η “εισαγωγή” ή η “εξαγωγή” των προϊόντων ή, ακόμη, η “προσφορά” ή “παροχή” υπηρεσιών υπό το σημείο αυτό.

41 Τέλος, όσον αφορά τον σκοπό του άρθρου 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 2008/95, από την εν λόγω διάταξη προκύπτει σαφώς ότι αυτός συνίσταται στην παροχή στον δικαιούχο της δυνατότητας να απαγορεύει και, συνακόλουθα, να θέτει τέλος σε κάθε χρήση του σήματός του στην οποία προβαίνει, χωρίς τη συγκατάθεσή του, κάποιος τρίτος. Εντούτοις, μόνον ο τρίτος ο οποίος έχει τον άμεσο ή έμμεσο έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση μπορεί πράγματι να παύσει τη χρήση αυτή και, συνεπώς, να συμμορφωθεί με την ανωτέρω απαγόρευση».

20 Ο Christian Louboutin προσθέτει ότι το Δικαστήριο, στην προγενέστερη νομολογία του, βασιζόμενο ακριβώς στην απουσία ενεργής συμπεριφοράς κατά την εκτέλεση της πράξεως που συνιστά τη χρήση, έκρινε ότι δεν μπορεί να καταλογίζεται χρήση σε τρίτους οι οποίοι απλώς «δημιουργούν τις αναγκαίες τεχνικές προϋποθέσεις» για την τέλεση της πράξεως που συνιστά τη χρήση:

– Τουτέστιν, [δεν καταλογίζεται χρήση] στον παρέχοντα απλώς υπηρεσία αντιστοίχισης στο διαδίκτυο [απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, Google France και Google (C-236/08 έως C-238/08, EU:C:2010:159, σκέψεις 57 και 58].

– Κατ’ αναλογία, [δεν καταλογίζεται χρήση] στον παρέχοντα υπηρεσίες φιλοξενίας (στην κοινωνία της πληροφορίας) διαφημίσεως που αναπαράγει το σημείο, καθόσον ένας τέτοιος φορέας παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας διαδικτυακού περιεχομένου απλώς ασκεί, εξ ορισμού, δραστηριότητα η οποία έχει «εντελώς τεχνικό, αυτόματο και παθητικό χαρακτήρα, πράγμα που

συνεπάγεται ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ούτε γνωρίζει ούτε ελέγχει τις πληροφορίες που μεταδίδει ή αποθηκεύει» (απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψεις 3, 101 και 102).

- Η [δεν καταλογίζεται χρήση] στον τρίτο ο οποίος «περιορίζεται», σύμφωνα με τις οδηγίες τρίτου, στην εκτέλεση απλώς και μόνον του σταδίου παραγωγής που συνίσταται στο να γεμίζει μεταλλικά κουτιά ήδη φέροντα το σημείο (απόφαση της 15ης Δεκεμβρίου 2011, Frisdranken Industrie Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, σκέψεις 29 και 30).
 - Η ακόμη [δεν καταλογίζεται χρήση] στον τρίτο, ο οποίος είναι ο απλός πάροχος υπηρεσιών αποθηκεύσεως (απόφαση της 16 Ιουλίου 2015, TOP Logistics κ.λπ., C-379/14, EU:C:2015:497, σκέψη 45).
- 21 Ο Christian Louboutin προβάλλει περαιτέρω ότι από τη διάταξη της 19ης Φεβρουαρίου 2009, UDV North America (C-62/08, EU:C:2009:11) συνάγεται ότι ουδεμία επιρροή ασκεί το γεγονός ότι ο τρίτος ενεργεί ως μεσάζων ή ότι ο τρίτος δεν διαθέτει τίτλο κυριότητας επί των προϊόντων τα οποία αφορά η χρήση ή ακόμη ότι ο τρίτος αυτός δεν είναι ενδιαφερόμενο μέρος στην πώληση των προϊόντων τα οποία αφορά η συγκεκριμένη χρήση.
- 22 Προσθέτει ότι, μολονότι από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει σαφώς ότι το τελικό κριτήριο για την εκτίμηση της δυνατότητας καταλογισμού της χρήσεως είναι το κριτήριο του ενεργού ή μη ρόλου που διαδραμάτισε ο τρίτος στην τέλεση της πράξεως που συνιστά τη χρήση, εντούτοις το Δικαστήριο ενίοτε χρησιμοποιεί το συμπληρωματικό ή εναλλακτικό κριτήριο της «δικής του εμπορικής επικοινωνίας», προκειμένου να κρίνει εάν μπορεί να καταλογιστεί τυχόν χρήση στην (εμπορική) επικοινωνία (αποφάσεις της 23ης Μαρτίου 2010, Google France και Google, C-236/08 έως C-238/08, EU:C:2010:159, σκέψη 57· της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 102· της 16ης Ιουλίου 2015, TOP Logistics κ.λπ., C-379/14, EU:C:2015:497, σκέψεις 41 και 42).
- 23 Ο Christian Louboutin υποστηρίζει περαιτέρω ότι, όσον αφορά ειδικότερα τη χρήση ταυτόσημου σημείου στη διαφήμιση, το Δικαστήριο στην απόφασή του της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ. (C-172/18, EU:C:2019:674) διευκρίνισε τα εξής:
- «54 Επομένως, πρέπει να γίνει δεκτό ότι ο όρος “πράξη παραποιήσεως/απομιμήσεως” αφορά τις διαλαμβανόμενες στο εν λόγω άρθρο 9 πράξεις τις οποίες προσάπτει ο ενάγων στον εναγόμενο, όπως, εν προκειμένω, πράξεις διαλαμβανόμενες στην παράγραφο 2, στοιχεία β' και δ', του άρθρου 9, οι οποίες συνίστανται σε διαφημίσεις και προσφορές προς πώληση χρησιμοποιούμενου σημείου πανομοιότυπου με το επίμαχο σήμα, καθώς και ότι οι πράξεις αυτές “διαπράχθηκαν” στο έδαφος [κράτους μέλους] όπου έλαβαν τον χαρακτήρα διαφημίσεως και προσφοράς προς πώληση, συγκεκριμένα δε το κράτος μέλος εντός του οποίου το εμπορικό περιεχόμενο κατέστη πράγματι

προσβάσιμο στους καταναλωτές και τους επαγγελματίες στους οποίους απευθυνόταν. Στερείται, αντιθέτως, σημασίας το ζήτημα αν αυτές οι διαφημίσεις και προσφορές είχαν, εν συνεχεία, ως αποτέλεσμα την αγορά των προϊόντων του εναγομένου.»

24 Ο Christian Louboutin καταλήγει στο συμπέρασμα ότι από τη νομολογία του Δικαστηρίου συνάγεται ότι:

- Χρήση (στις εμπορικές συναλλαγές σε σχέση με ένα προϊόν) καταλογίζεται σε οιονδήποτε συμμετείχε ενεργά στην τέλεση της πράξεως που συνιστά τη χρήση και ο οποίος είχε τη δυνατότητα άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πράξεως αυτής·
- Κατά συνέπεια, το γεγονός ότι κάποιος ενεργεί ως μεσάζων δεν σημαίνει ότι αποκλείεται να έχει την ιδιότητα του τρίτου-χρήστη, εκτός εάν, κατά το παράδειγμα του παρέχοντος απλώς υπηρεσίες φιλοξενίας διαδικτυακού περιεχομένου ή του απλού αποθηκευτή, ο μεσάζων παρέχει απλώς μια ουδέτερη υπηρεσία σε σχέση με την πράξη που συνιστά τη χρήση·
- Κατά συνέπεια, περαιτέρω, η χρήση ενός σημείου σε διαφημιστική καταχώριση μπορεί να καταλογιστεί σε οποιοδήποτε πρόσωπο έχει εντάξει το σημείο αυτό στη δική του εμπορική επικοινωνία, ανεξαρτήτως του εάν το πρόσωπο αυτό έχει κάποια ωφέλεια από τυχόν αγορές λόγω της συγκεκριμένης διαφημιστικής καταχώρισεως.

25 Ο Christian Louboutin παραπέμπει επίσης στην απόφαση της 30ής Απριλίου 2020, Α (Προσβολή σήματος λόγω εισαγωγής ένσφαιρων τριβέων) (C-772/18, EU:C:2020:341, σκέψη 27), κατά την οποία: «Όσον αφορά το αν μπορεί να θεωρηθεί ότι ο ενδιαφερόμενος χρησιμοποίησε ο ίδιος σημείο ταυτόσημο προς σήμα ενώ ενεργούσε προς το οικονομικό συμφέρον τρίτου, πρέπει να σημειωθεί ότι, προκειμένου να διαπιστωθεί χρήση στις συναλλαγές, δεν ασκεί επιρροή η κυριότητα των προϊόντων στα οποία έχει τεθεί το σήμα. Πράγματι, το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι το γεγονός ότι ένας επιχειρηματίας χρησιμοποιεί σημείο που αντιστοιχεί σε σήμα για προϊόντα που δεν είναι δικά του, υπό την έννοια ότι δεν διαθέτει συναφώς τίτλο επ' αυτών, δεν αποτελεί αφεαυτού εμπόδιο στο να εμπίπτει η εν λόγω χρήση στο άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 2008/95 (πρβλ. απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C- 324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 91)».

26 Κατά συνέπεια, ο Christian Louboutin ισχυρίζεται ότι οι επίδικες διαφημιστικές καταχωρίσεις αποτελούν εξ ολοκλήρου μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της Amazon, καθόσον εμφανίζεται σε αυτές, στον τίτλο κάθε διαφημιστικής καταχωρίσεως, το ημεικονιστικό σήμα Amazon, το οποίο είναι σήμα διανομέα ιδιαίτερης φήμης, και, περαιτέρω, καθόσον, ως εκ της συνθέσεώς τους, ομοιάζουν με τις συνήθεις διαφημιστικές καταχωρίσεις των μεγάλων διανομέων, δηλαδή διαφημιστικές καταχωρίσεις οι οποίες φέρουν το σήμα του διανομέα, αναπαράσταση του προτεινόμενου προϊόντος και την τιμή πωλήσεώς του.

- 27 Αφετέρου, και επιπροσθέτως, ο Christian Louboutin υποστηρίζει επίσης ότι η απάντηση στο ερώτημα εάν μια διαφημιστική καταχώριση εντάσσεται στην εμπορική επικοινωνία ορισμένου προσώπου πρέπει να εκτιμάται σε σχέση με τον έχοντα τη συνήθη πληροφόρηση και ευλόγως προσεκτικό καταναλωτή ο οποίος είναι και ο αποδέκτης της συγκεκριμένης διαφημιστικής καταχώρισεως.
- 28 Κατά τον Christian Louboutin, όλα κατατείνουν, σύμφωνα με την κοινή λογική και κατ' αναλογία προς πάγια νομολογία του Δικαστηρίου σχετικά με την επικοινωνία που απευθύνεται στους καταναλωτές, ιδίως μέσω του διαδικτύου, στο γεγονός ότι ο τρόπος με τον οποίο γίνεται η εν λόγω επικοινωνία αντιληπτή από τους αποδέκτες της είναι ιδιαιτέρως κρίσιμος για την εκτίμηση της φύσεως και του σύννομου της επικοινωνίας αυτής, μεταξύ άλλων και μέσω της χρήσεως σημάτων, κατ' εξοχήν εργαλείων επικοινωνίας. Υπενθυμίζει δε ότι, κατά πάγια νομολογία, τυχόν προσβολές σήματος από τη χρήση ταυτόσημου ή παρόμοιου σημείου πρέπει να εξετάζονται σε σχέση με το ενδιαφερόμενο κοινό.
- 29 Ο Christian Louboutin εκτιμά ότι το Δικαστήριο δεν έχει ακόμη αποφανθεί επί του σημαντικού αυτού ζητήματος. Προτείνει ως εκ τούτου την υποβολή σχετικού προδικαστικού ερωτήματος στο Δικαστήριο.
- 30 Ο Christian Louboutin προσθέτει ότι όχι μόνον υπάρχει ενεργή εμπλοκή της Amazon στο περιεχόμενο των επίδικων διαφημιστικών καταχωρίσεων, αλλά κυρίως ότι, με την ομοιόμορφη εμφάνισή τους και λόγω του συνδυασμού των δικών της προϊόντων με τα προϊόντα τρίτων φαίνεται ότι όλες οι εν λόγω διαφημιστικές καταχωρίσεις αποτελούν διαφημίσεις της Amazon, γεγονός που ουδόλως συμβαίνει στην περίπτωση των διαφημιστικών καταχωρίσεων που αναρτώνται σε μεγάλες πλατφόρμες όπως η Google, η eBay, η Alibaba ή η Rakuten. Προσθέτει ότι η ιδιοποίηση των καταχωρίσεων αυτών από την Amazon αποδεικνύεται επίσης από το ότι η Amazon προσφέρει την πλειονότητα των υπηρεσιών που παραδοσιακά παρέχονται από τους πωλητές των προϊόντων που προβάλλονται με τις συγκεκριμένες διαφημιστικές καταχωρίσεις.
- 31 Ο Christian Louboutin προσάπτει, αφετέρου, στην Amazon ότι κάνει χρήση σημείου προσβάλλοντος το σήμα του μέσω της αποστολής προϊόντων τα οποία φέρουν το εν λόγω σημείο. Επισημαίνει ότι η Amazon δεν αμφισβητεί ότι η αποστολή στον αγοραστή προϊόντος που φέρει σημείο ταυτόσημο με σήμα συνιστά πράξη χρήσεως του συγκεκριμένου σημείου, όπως τέτοια πράξη συνιστούν και οι ρητώς αναφερόμενες στον κανονισμό περιπτώσεις της εισαγωγής και της εξαγωγής ενός τέτοιου προϊόντος.
- 32 Όσον αφορά τη δυνατότητα καταλογισμού μιας τέτοιας πράξεως χρήσεως, δεν μπορεί, κατά τον Christian Louboutin, [η πράξη αυτή] να υπαχθεί στις απαλλαγές από την ευθύνη που προβλέπονται στο άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 2000/31. Ο Christian Louboutin παραπέμπει συναφώς στις προτάσεις του γενικού εισαγγελέα M. Campos Sánchez-Bordona στην υπόθεση Coty Germany (C-567/18, EU:C:2019:1031, σημεία 62 και 63):

«Οι απαλλαγές αυτές περιορίζονται στην τεχνική διαδικασία χειρισμού και παροχής προσβάσεως σε δίκτυο επικοινωνίας διά του οποίου μεταδίδονται ή στο οποίο τίθενται σε προσωρινή αποθήκευση πληροφορίες που έχουν δοθεί από τρίτους. Δεν μπορούν, συνεπώς, να έχουν εφαρμογή σε δραστηριότητα όπως η φυσική αποθήκευση και η υλική παράδοση των προϊόντων.

Επιπλέον, το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι το άρθρο 14, παράγραφος 1, της οδηγίας 2000/31 δεν έχει εφαρμογή στον ασκούντα εμπόριο μέσω ηλεκτρονικής αγοράς ο οποίος διαδραματίζει ενεργό ρόλο, όπως είναι η παροχή “συνδρομή[ς], συνιστάμενη[ς] ιδίως στη βελτιστοποίηση της παρουσιάσεως των προσφορών προς πώληση ή της προωθήσεώς τους”.»

- 33 Ο Christian Louboutin εκτιμά, επομένως, ότι η χρήση μέσω της αποστολής του προϊόντος πρέπει ασφαλώς να καταλογίζεται στον αποστολέα, εν προκειμένω στην Amazon, ο οποίος γνωρίζει ή οφείλει να γνωρίζει ότι το προϊόν φέρει το σημείο.

Προσθέτει δε ότι δεν είναι δυνατό να ισχυρίζεται η Amazon ότι η εν λόγω χρήση θα μπορούσε να της προσαφθεί μόνον εφόσον είχε πραγματική γνώση της προσβολής, την οποία αυτή δεν έχει, καθόσον δεν έχει τη δυνατότητα να ελέγχει οπτικώς όλα τα προϊόντα που αποστέλλει. Ο Christian Louboutin παραπέμπει συναφώς στις προτάσεις του γενικού εισαγγελέα M. Campos Sánchez-Bordona στην υπόθεση Coty Germany (C-567/18, EU:C:2019:1031, σημείο 82):

«Ο σημαντικός ρόλος που, μέσω του εν λόγω προγράμματος, διαδραματίζουν οι επιχειρήσεις αυτές στην εμπορία των προϊόντων έχει ως συνέπεια να αναμένεται από αυτές ιδιαίτερη προσοχή (επιμέλεια) ως προς τον έλεγχο της νομιμότητας των αγαθών που εμπορεύονται. Δεν μπορούν, άνευ ετέρου, να απαλλαγούν από την ευθύνη και να την καταλογίσουν αποκλειστικώς στον πωλητή, ακριβώς διότι έχουν επίγνωση ότι, χωρίς τον έλεγχο αυτόν, είναι εύκολο να χρησιμοποιηθούν ως αγωγοί για την πώληση “παράνομων, παραποιημένων, πειρατικών, κλεμμένων, ή καθ’ οιονδήποτε τρόπο παρανόμων ή άνευ επισημάνσεως προϊόντων που προσβάλλουν τα δικαιώματα ιδιοκτησίας τρίτων”.»

- 34 Ο Christian Louboutin καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η αποστολή από την Amazon υποδημάτων τα οποία φέρουν διακριτικό σημείο που προσβάλλει ορισμένο σήμα συνιστά παράνομη χρήση η οποία μπορεί να καταλογιστεί στην Amazon.
- 35 Υπογραμμίζει ότι στην απόφαση της 2ας Απριλίου 2020, Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267), το Δικαστήριο έλαβε ρητώς ως δεδομένο ότι, αφενός, ο αποθηκευτής δεν τελεί εν γνώσει της προσβολής και, αφετέρου, ότι τη διάθεση του προϊόντος στο εμπόριο τη συνεχίζει τρίτος. Υποστηρίζει ότι θα ήταν «παρακινδυνευμένο» να συναχθεί από την απόφαση αυτή ότι η ίδια απάντηση ισχύει και στην περίπτωση που ο αποθηκευτής ή ο αποστολέας τελεί εν γνώσει της προσβολής.

Ο Christian Louboutin υποστηρίζει, αφετέρου, ότι η αποστολή ενός προϊόντος σε καταναλωτή ο οποίος το παρήγγειλε δεν μπορεί να εξομοιωθεί με απλή κατοχή του προϊόντος, δεδομένου ότι η αποστολή, όταν γίνεται κατ' εκτέλεση παραγγελίας, συνεπάγεται ότι ο αποστολέας γνωρίζει το προϊόν που αποστέλλει.

Amazon

- 36 Στην απάντηση της, η Amazon επισημαίνει καταρχάς ότι δεν αμφισβητεί ότι η χρήση σημείου σε διαφημιστική καταχώριση μπορεί να συνιστά χρήση σήματος. Ωστόσο, υποστηρίζει ότι «οι φερόμενες ως προσβάλλουσες ορισμένο σήμα προσφορές υποδημάτων οι οποίες έχουν δημοσιευθεί στους ιστοτόπους πωλήσεων της από τρίτους πωλητές και η αποστολή των υποδημάτων αυτών που έχουν πωληθεί από τους τελευταίους, δεν συνιστά χρήση του σήματος από την Amazon». Προσθέτει ότι, κατά πάγια νομολογία, η ίδια, ως επιχείρηση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, δεν μπορεί να υπέχει ευθύνη για την (άνευ αδείας) χρήση σήματος από τρίτους.
- 37 Η Amazon στηρίζεται στην απόφαση της 25ης Ιουνίου 2020 (η οποία μνημονεύεται στη σκέψη 6), με την οποία το *cour d'appel de Bruxelles* (εφετείο Βρυξελλών) έκρινε τα εξής:

«13. Κατά συνέπεια, η χρήση του σήματος σε καταχώριση προσφοράς προς πώληση προϊόντων που προσβάλλουν ορισμένο σήμα η οποία προέρχεται από τρίτο πωλητή δεν μπορεί να καταλογιστεί στον έχοντα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων – έστω και αν η ταυτότητα του τελευταίου είναι εμφανής, καθόσον η χρήση αυτή δεν εμπίπτει στη δική του εμπορική επικοινωνία. Το γεγονός ότι η καταχώριση της προσφοράς προς πώληση προέρχεται από τρίτο πωλητή και όχι από τον έχοντα την εκμετάλλευση της διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων, ήτοι ένα αντικειμενικό γεγονός, αρκεί για να αποκλειστεί οιαδήποτε χρήση εκ μέρους του τελευταίου.

Το [Δικαστήριο] δεν απαιτεί, επιπλέον, να γίνεται αντιληπτό από το κοινό ότι η καταχώριση της διαθέσεως προς πώληση προέρχεται από τρίτο πωλητή και όχι από τον έχοντα την εκμετάλλευση πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου· επομένως, η αντίληψη του κοινού δεν ασκεί επιρροή όσον αφορά τον προσδιορισμό του προσώπου που διαπράττει την παράνομη χρήση του σημείου, στο παρόν πλαίσιο. [...]

15. Αλυσιτελώς επικαλείται ο Christian Louboutin την απόφαση [της 12ης Ιουλίου 2011, *L'Oréal κ.λπ.*, C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 116], στην οποία το [Δικαστήριο] καθορίζει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες πρέπει να κρίνεται εάν ο έχων την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων κατέλαβε ουδέτερη θέση ή εάν, αντιθέτως, συμμετείχε ενεργά (συνισταμένης της συνδρομής του ιδίως στη βελτιστοποίηση της παρουσιάσεως των προσφορών προς πώληση ή/και στην προώθησή τους). Οι συγκεκριμένες σκέψεις άπτονται της ευθύνης του έχοντος την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων υπό το πρίσμα της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο: κατά το [Δικαστήριο], το

γεγονός ότι ο έχων την εκμετάλλευση του ιστότοπου συμμετέχει ενεργά στη δημιουργία της διαφημιστικής καταχώρισεως μπορεί να έχει ενδεχομένως ως αποτέλεσμα να μην απαλλάσσεται από τους περιορισμούς της ευθύνης που προβλέπονται υπέρ αυτού, βάσει των διατάξεων του κοινού δικαίου περί ευθύνης. [...].

16. Αλυσιτελώς επίσης επικαλείται ο Christian Louboutin τις αρχές που διατυπώθηκαν στην απόφαση [της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134], καθόσον τα πραγματικά περιστατικά της υποθέσεως διαφέρουν σαφώς από εκείνα βάσει των οποίων εκδόθηκε η απόφαση [της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474], όπως και από τα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση διαφοράς. Στην απόφαση Daimler, ήταν δεδομένο ότι χρήστης του σήματος που αναγραφόταν στην καταχώριση ήταν ο πωλητής –ο οποίος ήταν ο δημιουργός της διαφημιστικής καταχώρισεως– και όχι ο έχων την εκμετάλλευση του ιστότοπου που φιλοξενούσε την καταχώριση. Το υποβληθέν στο [Δικαστήριο] προδικαστικό ερώτημα αφορούσε το ζήτημα εάν ο πωλητής εξακολουθούσε να κάνει χρήση του σήματος στην περίπτωση κατά την οποία η διαφημιστική καταχώριση παρέμενε αναρτημένη παρά τη θέλησή του και τις προσπάθειές του για τη διαγραφή της. Η εν λόγω απόφαση, η οποία παραπέμπει στις αποφάσεις [Google France και Google, C-236/08 έως C-238/08, EU:C:2010:159, σκέψεις 51 και 52, καθώς και Frisdranken Industrie Winters, C-51, EU:C:52, σκέψη 36], διαπιστώνει κατ' αρχάς ότι η δημοσίευση διαφημιστικής καταχώρισεως σε ιστότοπο καταλογίζεται στον διαφημιζόμενο ο οποίος παρήγγειλε την εν λόγω καταχώριση και κατ' εντολήν του οποίου ενήργησε ο έχων την εκμετάλλευση του ιστότοπου, ως πάροχος της υπηρεσίας. Βεβαίως, η απόφαση συνεχίζει επισημαίνοντας ότι η καταχώριση παύει να καταλογίζεται στον εν λόγω διαφημιζόμενο σε περίπτωση που ο έχων την εκμετάλλευση του ιστότοπου διατηρεί αναρτημένη την καταχώριση παρά το γεγονός ότι ο διαφημιζόμενος του ζήτησε ρητώς τη διαγραφή της (απόφαση της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, σκέψη 34). Πλην όμως, κατ' αυτόν τον τρόπο, η απόφαση Daimler δεν θέτει υπό αμφισβήτηση το γεγονός ότι η καταχώριση εξακολουθεί να καταλογίζεται στον διαφημιζόμενο (και όχι στον έχοντα την εκμετάλλευση του ιστότοπου) στον βαθμό που η δημοσίευση αυτής στον ιστότοπο είναι σύμφωνη με τις οδηγίες του διαφημιζομένου· και κυρίως [η απόφαση] δεν αποφαινεται επί του ζητήματος εάν η χρήση του σήματος μπορεί να καταλογιστεί στον έχοντα την εκμετάλλευση του ιστότοπου. Περαιτέρω, μολονότι στην απόφαση τονίζεται η ανάγκη να υπάρχει ενεργή συμπεριφορά εκ μέρους του τρίτου κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 5 της οδηγίας 2008/95 (η επίθεση του σημείου επί των προϊόντων, η χρησιμοποίησή του σε επαγγελματικό έντυπο υλικό ή στη διαφήμιση, ή ακόμη η προσφορά, κατοχή, εμπορία, εισαγωγή, εξαγωγή (...) του προϊόντος), εντούτοις επαναβεβαιώνεται η απαίτηση η φερόμενη ως προσβάλλουσα ορισμένο σήμα πράξη χρήσεως να γίνεται από πρόσωπο το οποίο έχει τον έλεγχο της χρήσεως, διότι μόνον αυτός «ο οποίος έχει τον άμεσο ή έμμεσο έλεγχο της πράξεως που συνιστά τη χρήση μπορεί πράγματι να παύσει τη χρήση αυτή και, συνεπώς, να συμμορφωθεί με την ανωτέρω απαγόρευση» ([απόφαση της 3ης Μαρτίου 2016, Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134], σκέψη 41).

17. Από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι εν προκειμένω η χρήση σημείου που φέρεται να προσβάλλει ορισμένο σήμα στις διαφημιστικές καταχωρίσεις που εμφανίζονται στους ιστότοπους Amazon.fr και Amazon.de για λογαριασμό τρίτου πωλητή –είτε μνημονεύεται η ταυτότητά του είτε όχι– καταλογίζεται στον εν λόγω τρίτο πωλητή και όχι στην ίδια την Amazon, έστω και αν το κοινό έχει διαφορετική αντίληψη, ιδίως όταν η προσφορά προς πώληση προέρχεται από τον έχοντα την εκμετάλλευση του ιστότοπου ο οποίος κάνει χρήση του σήματος στο πλαίσιο του δικού του εμπορικού σήματος.

Κατόπιν των ανωτέρω, παρέλκει η υποβολή του δευτέρου προδικαστικού ερωτήματος που προτείνει ο Christian Louboutin, καθόσον το συγκεκριμένο προδικαστικό ερώτημα βασίζεται στην εσφαλμένη παραδοχή ότι η αντίληψη του κοινού ως προς τον διαφημιζόμενο ασκεί επιρροή».

- 38 Από την ως άνω απόφαση η Amazon συνάγει ότι και στην επίδικη περίπτωση πρέπει να κριθεί ότι η αναπαραγωγή, στο πλαίσιο διαφημιστικών καταχωρίσεων τις οποίες η Amazon θεωρεί ότι γίνονται από τρίτους– πωλητές για ψηλοτάκουνα γυναικεία υποδήματα, σημείων ταυτόσημων με το σήμα του Christian Louboutin, δεν συνιστά χρήση του σήματος η οποία να μπορεί να καταλογιστεί στην Amazon.
- 39 Η Amazon προσθέτει, όσον αφορά το ερώτημα εάν πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η αντίληψη του έχοντος τη συνήθη πληροφόρηση και ευλόγως προσεκτικού μέσου καταναλωτή, ο οποίος είναι ο αποδέκτης διαφημιστικής καταχώρισης, προκειμένου να εκτιμηθεί εάν η συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση απορρέει από την εμπορική επικοινωνία ενός προσώπου, ότι, αντιθέτως προς όσα υποστηρίζει ο Christian Louboutin, το Δικαστήριο έχει ήδη απαντήσει στο ερώτημα αυτό.
- 40 Η Amazon υποστηρίζει επ' αυτού ότι η απουσία στην απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ. (C-324/09, EU:C:2011:474) οποιασδήποτε αναφοράς στην αντίληψη του καταναλωτή αποδεικνύει ότι η συγκεκριμένη παράμετρος ουδεμία επιρροή ασκεί για την απάντηση στο ερώτημα αυτό. Ειδικότερα, κατά την Amazon, το Δικαστήριο, μη λαμβάνοντας υπόψη την αντίληψη του καταναλωτή κατά την εξέταση του εάν η χρήση ενός σήματος καταλογίζεται σε ένα πρόσωπο (όπως είναι ο έχων τη διαχείριση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων), έχει εμμέσως πλην σαφώς αποφανθεί επί του ζητήματος αυτού.
- 41 Δεχόμενο τα ανωτέρω, το Δικαστήριο έχει σαφώς επισημάνει ότι ο συγκεκριμένος παράγοντας δεν ασκεί επιρροή και ότι δεν πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την εκτίμηση του καταλογισμού της χρήσεως ενός σήματος. Ως εκ τούτου, η Amazon φρονεί ότι, για το Δικαστήριο, η αντίληψη του καταναλωτή ουδεμία επιρροή ασκεί για τον καθορισμό του εάν η χρήση ενός σήματος καταλογίζεται σε επιχείρηση έχουσα τη διαχείριση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων.

- 42 Η Amazon ισχυρίζεται περαιτέρω ότι, στην απόφαση της 2ας Απριλίου 2020, Coty Germany (C-567/18, EU:C:2020:267), το Δικαστήριο επισήμανε σαφώς ότι, όταν μια επιχείρηση δεν επιδιώκει η ίδια την προσφορά των προϊόντων ή την εμπορία τους, δεν μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι η πράξη που συνιστά τη χρήση του σήματος τελείται από το πρόσωπο αυτό ούτε ότι το σημείο χρησιμοποιείται στο πλαίσιο της δικής του εμπορικής επικοινωνίας.
- 43 Η Amazon παραπέμπει και ως προς το σημείο αυτό στην προμνησθείσα απόφαση του cour d'appel de Bruxelles (εφετείου Βρυξελλών), κατά την οποία:

«28. Η συγκεκριμένη πράξη δεν συνιστά, ωστόσο, πράξη χρήσεως εκ μέρους της Amazon. (...)»

29. (...) Από την απόφαση Coty συνάγεται κατ' ουσίαν ότι η χρήση του σήματος δεν μπορεί να καταλογίζεται στην επιχείρηση που δεν επιδιώκει η ίδια την προσφορά προς πώληση των προϊόντων υπό το φερόμενο ως προσβάλλον σήμα σημείο (απόφαση της 2ας Απριλίου 2020, Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267], σκέψεις 45 και 47) – τέτοια δε επιχείρηση είναι η έχουσα την εκμετάλλευση διαδικτυακής πλατφόρμας πωλήσεων σε συνδυασμό με παροχή υπηρεσιών αποθηκείσεως προϊόντων με σκοπό την αποστολή τους. Το [Δικαστήριο] υπενθυμίζει συναφώς τη νομολογία του κατά την οποία «το γεγονός ότι δημιουργεί τις αναγκαίες τεχνικές προϋποθέσεις για τη χρήση ενός σημείου και ότι αμείβεται για την υπηρεσία αυτή δεν σημαίνει ότι ο παρέχων την εν λόγω υπηρεσία προβαίνει ο ίδιος σε χρήση του εν λόγω σημείου.» ([όπ.π.], σκέψη 43).

Αν και το [Δικαστήριο] επιφυλάσσεται ως προς δύο περιπτώσεις κατά τις οποίες η χρήση του σήματος στην προσφορά προς πώληση μπορεί να καταλογιστεί σε επιχείρηση όπως εκείνη που εκμεταλλεύεται διαδικτυακή πλατφόρμας πωλήσεων, οι περιπτώσεις αυτές εντούτοις ουδεμία σχέση έχουν με την αγωγή του Christian Louboutin. Στην πρώτη περίπτωση, η επιχείρηση προσφέρει η ίδια προϊόντα προς πώληση υπό το φερόμενο ως προσβάλλον σήμα σημείο και τα κατέχει για δικό της λογαριασμό και όχι για λογαριασμό τρίτων πωλητών, στη δεύτερη δε περίπτωση δεν δύναται να προσδιοριστεί ο τρίτος πωλητής ([όπ.π.], σκέψη 48).

Μολονότι το [Δικαστήριο] εξέτασε μόνον την πράξη χρήσεως που είχε αχθεί ενώπιόν του –το προδικαστικό ερώτημα αφορούσε την αποθήκευση από τρίτον προϊόντων τα οποία προσβάλλουν ορισμένο σήμα– τα συμπεράσματα που συνάγονται από την απόφαση αυτή μπορούν εντούτοις να ισχύσουν και για την αποστολή των προϊόντων καθόσον η αποστολή αποτελεί απλώς προέκταση της πρώτης πράξεως, συνιστάμενη τρόπον τινά σε “κατοχή σε κίνηση”. Η διαπίστωση αυτή επιβάλλεται ακόμη και αν ο αποθηκευτής –ή εν προκειμένω ο αποστολέας– γνωρίζει ή οφείλει να γνωρίζει ότι το προϊόν φέρει σημείο που προσβάλλει ορισμένο σήμα.

30. Παρέλκει η υποβολή νέου προδικαστικού ερωτήματος στο [Δικαστήριο], στον βαθμό που η λύση έχει ήδη σαφώς υποδειχθεί από το [Δικαστήριο].

Η έφεση του Christian Louboutin είναι αβάσιμη ως προς το σημείο αυτό».

Κατά συνέπεια, η Amazon υποστηρίζει ότι, και στην επίδικη περίπτωση, το ζήτημα του καταλογισμού στην Amazon της αποστολής «ταυτόσημων προϊόντων» (ψηλοτάκουνα υποδήματα) «που φέρουν σημείο ταυτόσημο με το σήμα» τα οποία πωλούνται από τρίτους πωλητές, πρέπει να επιλυθεί με τον ίδιο τρόπο: δεν πρόκειται για χρήση σήματος από την Amazon για την οποία η τελευταία υπέχει ευθύνη.

IV. Η εκτίμηση του tribunal (δικαστηρίου επιχειρήσεων):

- 44 Το tribunal (δικαστήριο επιχειρήσεων) απορρίπτει τις ενστάσεις απαραδέκτου που προέβαλε η Amazon, κρίνοντας ότι έχει διεθνή δικαιοδοσία βάσει του άρθρου 125, παράγραφος 1, του κανονισμού 2017/1001 (πρώην άρθρου 97 του κανονισμού 207/2009), δεδομένου ότι οι δύο προμνησθείσες, εδρεύουσες σε τρίτη χώρα εταιρίες διατηρούν εγκατάσταση στο Βέλγιο είτε μέσω της Srl Amazon Web Services Belgium είτε μέσω της srl Amazon Data Services Belgium. Το tribunal (δικαστήριο επιχειρήσεων) υπενθυμίζει ότι «δεν έχει [...] σημασία το αν η κατά τα ανωτέρω καθορισθείσα εγκατάσταση μετέσχε ή όχι στην προβαλλόμενη παραποίηση/απομίμηση. Ειδικότερα, μια τέτοια απαίτηση, την οποία δεν προβλέπει το άρθρο 97, παράγραφος 1, του κανονισμού 207/2009, δεν θα συμβιβαζόταν άλλωστε και με την ανάγκη για ευρεία ερμηνεία της έννοιας της “εγκαταστάσεως”» (απόφαση της 18ης Μαΐου 2017, Hummel Holding, C-617/15, EU:C:2017:390, σκέψη 40) και απορρίπτει τα αιτήματα της Amazon περί κηρύξεως της ακυρότητας του σήματος της Ένωσης του οποίου γίνεται επίκληση και περί αναστολής της διαδικασίας.
- 45 Το tribunal (δικαστήριο επιχειρήσεων) εκτιμά ότι, για την επίλυση της διαφοράς που εκκρεμεί ενώπιόν του, είναι αναγκαία η απάντηση στο ερώτημα υπό ποιες προϋποθέσεις μπορεί η χρήση σε διαφημιστική καταχώριση σημείου που προσβάλλει ορισμένο σήμα να καταλογίζεται στην επιχείρηση που έχει την εκμετάλλευση του ιστότοπου διαδικτυακών πωλήσεων, η οποία είναι επίσης και διανομέας.
- 46 Στην κρίση του Δικαστηρίου πρέπει επίσης να υποβληθεί και το ερώτημα εάν και υπό ποιες προϋποθέσεις ασκεί επιρροή η αντίληψη του κοινού ως προς τη συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση προκειμένου να συναχθεί σε ποιόν καταλογίζεται μια τέτοια χρήση.
- 47 Το tribunal (δικαστήριο επιχειρήσεων) εκτιμά ότι για την οριοθέτηση της εφαρμογής του άρθρου 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπό κρίση υπόθεση πρέπει να δοθεί απάντηση στο ερώτημα εάν ασκούν επιρροή οι περιστάσεις σχετικά με την αποστολή προϊόντος φέροντος σημείο που προσβάλλει σήμα.

V. Τα προδικαστικά ερωτήματα:

48 Το tribunal (δικαστήριο επιχειρήσεων) υποβάλλει τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

Πρώτο προδικαστικό ερώτημα:

Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την έννοια ότι η χρήση σημείου ταυτόσημου με ορισμένο σήμα στο πλαίσιο διαφημιστικής καταχώρισεως που αναρτάται σε ιστότοπο καταλογίζεται καταρχήν στην έχουσα την εκμετάλλευση του ιστότοπου επιχείρηση, εάν κατά την αντίληψη των χρηστών οι οποίοι έχουν τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικοί, η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστότοπου επιχείρηση συμμετείχε ενεργά στη δημιουργία της εν λόγω διαφημιστικής καταχώρισεως ή η συγκεκριμένη διαφημιστική καταχώριση μπορεί να γίνει αντιληπτή από τους χρήστες αυτούς ως μέρος της εμπορικής επικοινωνίας της επιχειρήσεως αυτής;

Έχει σημασία για την αντίληψη αυτή:

- το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστότοπου επιχείρηση είναι πολύ γνωστός διανομέας των πλέον ποικίλων προϊόντων, μεταξύ των οποίων και προϊόντων της κατηγορίας που προβάλλει η διαφημιστική καταχώριση·
- ή το γεγονός ότι στην κατ' αυτόν τον τρόπο αναρτώμενη διαφημιστική καταχώριση εμφανίζεται τίτλος στον οποίο αναπαράγεται το σήμα που αφορά υπηρεσίες της έχουσας την εκμετάλλευση του ιστότοπου επιχειρήσεως, το συγκεκριμένο δε σήμα χαίρει φήμης ως σήμα διανομέα·
- ή ακόμη και το γεγονός ότι η έχουσα την εκμετάλλευση του ιστότοπου επιχείρηση προσφέρει παράλληλα με την ανάρτηση αυτής της διαφημιστικής καταχώρισεως και υπηρεσίες οι οποίες παραδοσιακά παρέχονται από τους διανομείς προϊόντων της ίδιας κατηγορίας με εκείνη στην οποία ανήκει το προϊόν που προβάλλεται με τη διαφημιστική καταχώριση;

Δεύτερο προδικαστικό ερώτημα:

Έχει το άρθρο 9, παράγραφος 2, του κανονισμού 2017/1001 για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης την έννοια ότι η αποστολή στον τελικό καταναλωτή προϊόντος το οποίο φέρει σημείο ταυτόσημο με το σήμα, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών και χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου του σήματος, συνιστά χρήση που καταλογίζεται στον αποστολέα μόνον εφόσον ο αποστολέας τελεί πράγματι εν γνώσει της επίθεσης του συγκεκριμένου σημείου στο προϊόν;

Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου, εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα ανακοίνωσε στον τελικό καταναλωτή ότι έχει αναλάβει την αποστολή αυτή αφού προηγουμένως είτε ο

ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα αποθηκεύσει προς τον σκοπό αυτό το προϊόν;

Είναι ο αποστολέας αυτός ο χρήστης του οικείου σημείου εάν είτε ο ίδιος είτε μια οικονομικώς συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα συνέβαλε προηγουμένως ενεργά, στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, στην ανάρτηση διαφημιστικής καταχώρισεως του προϊόντος το οποίο φέρει το σημείο αυτό ή καταχώρισε την παραγγελία του τελικού καταναλωτή κατόπιν της εν λόγω διαφημιστικής καταχώρισεως;

ΕΓΓΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ