

Predmet C-148/21**Sažetak zahtjeva za prethodnu odluku sastavljen na temelju članka 98.
stavka 1. Poslovnika Suda****Datum podnošenja:**

8. ožujka 2021.

Sud koji je uputio zahtjev:

tribunal d'arrondissement (Luksemburg)

Datum odluke kojom se upućuje zahtjev:

5. ožujka 2021.

Tužitelj:

Christian Louboutin

Tuženici:

Amazon Europe Core Sàrl

Amazon EU Sàrl

Amazon Services Europe Sàrl

I. Predmet i podaci o sporu:

- 1 Christian Louboutin nositelj je pozicijskog žiga pod nazivom „crveni potplat”, koji je na sljedeći način prikazan i opisan u registracijskim aktima za proizvode iz razreda 25 „cipele s visokim potpeticama (osim ortopedskih cipela)”, odnosno registracije žiga Europske unije br. 8845539 i registracije žiga Beneluksa br. 0874489:



„Žig se sastoji od upotrebe crvene boje (Pantone kod br. 18.1663TP) na potplatu cipele kako je prikazana (obris cipele dakle nije sastavni dio žiga, ali služi kako bi se istaknuo položaj žiga) ”.

- 2 Grupa Amazon na internetu nudi na prodaju različitu robu i usluge, izravno za vlastiti račun i neizravno za treće prodavatelje.
- 3 Amazon na svojim internetskim stranicama redovito oglašava cipele s crvenim potplatom koje se stavljaju na tržište bez suglasnosti Christiana Louboutina.
- 4 Christian Louboutin pokrenuo je 1. ožujka 2019., na temelju svojeg žiga Beneluksa, pred predsjednikom tribunala de l'entreprise francophone de Bruxelles (Trgovački sud na francuskom jeziku u Bruxellesu, Belgija), koji odlučuje o tužbama za propuštanje, postupak protiv društava Amazon Europe core, Amazon eu i Amazon services Europe.
- 5 Predsjednik tog suda u presudi od 7. kolovoza 2019. utvrdio je, među ostalim, da se uporaba žiga u svim spornim oglasima može pripisati tuženim strankama te ju je zabranio pod prijetnjom novčane kazne.
- 6 Presudom od 25. lipnja 2020. cour d'appel de Bruxelles (Žalbeni sud u Bruxellesu, Belgija) djelomično je izmijenio tu presudu i odlučio, među ostalim, da se mjere za propuštanje mogu odnositi samo na oglašavanja u pogledu cipela koje prodaje Amazon jer se ostalo oglašavanje može pripisati samo trećim prodavateljima.
- 7 Christian Louboutin protiv te je presude podnio žalbu u kasacijskom postupku.
- 8 Christian Louboutin pokrenuo je 19. rujna 2019., na temelju svojeg žiga Europske unije, pred tribunalom d'arrondissement de Luxembourg (Općinski sud, Luksemburg) postupak protiv društava Amazon Europe core, Amazon eu i Amazon services Europe (u daljnjem tekstu: Amazon), koja u različitim ulogama zajednički upravljaju internetskim stranicama amazon.fr, amazon.de, amazon.es, amazon.it i amazon.co.uk koje su, konkretno, namijenjene potrošačima u Europskoj uniji, radi prestanka uporabe njegova žiga i radi naknade štete nanesene tim uporabama.

II. Pravo Unije:

Uredba (EU) 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije

- 9 U dijelovima članka 9. relevantnima za ovaj predmet određuje se:

„Prava koja proizlaze iz žiga EU-a

1. Registracija žiga EU-a nositelju žiga daje isključiva prava koja proizlaze iz njega.

2. Ne dovodeći u pitanje prava nositelja stečena prije datuma podnošenja prijave ili datuma prvenstva žiga EU-a, nositelj tog žiga EU-a ovlašten je spriječiti sve treće strane koje nemaju njegovu suglasnost da rabe u trgovačkom prometu, u vezi s proizvodima ili uslugama, bilo koji znak ako je:

(a) znak istovjetan žigu EU-a te se rabi u vezi s proizvodima ili uslugama koji su istovjetni proizvodima ili uslugama za koje je žig EU-a registriran;

[...]

3. U skladu s odredbama stavka 2. osobito se može zabraniti sljedeće:

(a) isticanje znaka na proizvodima ili na njihovim pakiranjima;

(b) nuđenje proizvoda ili njihovo stavljanje na tržište ili skladištenje u te svrhe pod tim znakom, ili nuđenje ili pružanje usluga pod tim znakom;

(c) uvoz ili izvoz proizvoda pod tim znakom;

(d) uporaba znaka kao trgovačkog naziva ili naziva trgovačkog društva ili dijela trgovačkog naziva, odnosno dijela naziva trgovačkog društva;

(e) uporaba tog znaka na poslovnim dokumentima i u oglašavanju;

(f) uporaba takvog znaka u komparativnom oglašavanju na način koji je protivan Direktivi 2006/114/EZ.

[...]”

III. Stajalište stranaka:

Christian Louboutin

10 Tužitelj temelji svoju tužbu za propuštanje i naknadu štete na članku 9. stavku 2. točki (a) Uredbe (EU) 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije, pri čemu Amazonu prigovara da je bez njegove suglasnosti upotrebljavao istovjetni znak (crveni potplat) za istovjetne proizvode u trgovačkom prometu.

11 U ovom slučaju, uporaba koja se prigovara Amazonu uključuje, s jedne strane, oglase na njegovim stranicama za internetsku prodaju koji se odnose na proizvode na kojima se nalazi znak kojim se nanosi povreda i, s druge strane, skladištenje, otpremu i isporuku tih proizvoda.

- 12 Tvrdi da se ta uporaba doista može pripisati Amazonu jer on ima aktivnu ulogu u spornim postupanjima i jer su oglasi koji se odnose na proizvode kojima se nanosi povreda dio njegova komercijalnog oglašavanja. Naime, Amazon ne nudi samo neutralnu uslugu pružanjem tehničkih uvjeta potrebnih kako bi druge osobe počinile radnju koja predstavlja uporabu. Njegovo trgovačko oglašavanje uglavnom se temelji na njegovu svojstvu distributera proizvoda koji se stavljaju na prodaju na njegovim stranicama. Svi proizvodi koje Amazon nudi na internetu prikazuju se na zasebnom zaslonu na kojem, kao i kod klasične oglašivačke ponude nekog distributera, prevladava žig distributera Amazon. Svi su oglasi jednako prikazani, što dokazuje da Amazon ima aktivnu ulogu. Činjenica da određene proizvode prodaju treće osobe nije naglašena na njegovim stranicama.
- 13 Amazon se stoga ne može kvalificirati samo kao neutralan poslužitelj ili posrednik jer pruža pomoć trećim prodavateljima, osobito optimiziranjem prikaza ponuda.
- 14 Osim toga, Amazonova uporaba istovjetnih znakova temelji se i na otpremi krajnjim potrošačima cipela kojima se nanosi povreda zbog njegove aktivne uloge i zbog toga što zna ili je trebao znati za prirodu proizvoda koji se otpremaju iz njegovih distribucijskih centara.

Amazon

- 15 Najprije, Amazon ističe dva prigovora nedopuštenosti u kojima tvrdi da je tužba ništava (nejasan tekst) i da tužitelj nema procesnu legitimaciju ni pravni interes. Osim toga, podnosi protuzahjev za proglašenje ništavosti žiga na koji se tužitelj poziva.
- 16 Nadalje, Amazon u biti tvrdi da kao operator internetskog tržišta ne može biti odgovoran za uporabe prodavatelja koji koriste njegovu platformu.
- 17 Način funkcioniranja Amazonova internetskog tržišta koje je otvoreno za korištenje trećim prodavateljima ne razlikuje se znatno od drugih internetskih tržišta. Uključivanje Amazonova logotipa u oglase trećih prodavatelja na Amazonovim stranicama ne znači da je Amazon vlasnik tih oglasa, uzimajući u obzir da druge platforme također upotrebljavaju tu tehniku koja omogućuje navođenje podrijetla usluga upravljanja.
- 18 Potrošači koji pretražuju Amazonove stranice u potpunosti su sposobni sustavno ne izjednačavati proizvode i žigove trećih prodavatelja s proizvodima i žigovima operatorâ internetskih tržišta. Prema njegovu mišljenju, pogrešno je tvrditi da javnost ne doživljava Amazonove stranice kao internetska tržišta, nego isključivo kao distribucijsku platformu.
- 19 Pogrešno je i tvrditi da dodatne usluge koje nudi Amazon opravdavaju izjednačavanje ponude trećih prodavatelja s Amazonovim oglašavanjem. Tako eBay, za koji nitko ne dovodi u pitanje njegovo svojstvo internetskog tržišta, također daje kupcima posebno jamstvo.

- 20 Činjenicu da se ponude na Amazonovim stranicama prikazuju u različitim kategorijama kako bi se osigurao logičan pregled uvjetovana je velikim brojem objavljenih ponuda te ih se na temelju nje ne može uključiti u Amazonovo trgovačko oglašavanje.
- 21 Amazon smatra i da činjenica da njegovi različiti subjekti za račun drugih otpremaju proizvode koji nose žig ne predstavlja uporabu žiga. Amazon tvrdi da se nije utvrdilo da je on znao ili trebao znati za povredu koju nanose određeni proizvodi trećih osoba koje skladišti i otprema. Sud i brojni nacionalni sudovi potvrdili su da pružatelj usluga skladištenja i otpreme proizvoda nema nikakvu odgovornost za povredu koja se tim proizvodima nanosi žigu.
- 22 Pružanje tehničkih uvjeta potrebnih za uporabu znaka i dobivanje naknade za tu uslugu ne znači da onaj tko je pružio tu uslugu sam rabi taj znak.
- 23 Može se smatrati da držatelj skladišta namjerava staviti proizvode koje skladišti na tržište samo ako skladišti proizvode s ciljem da ih preproda u vlastito ime za vlastitu financijsku korist ili ako više nije u mogućnosti odrediti identitet treće osobe te odluči sam prodati proizvode nepoznatog podrijetla. Isto vrijedi za usluge otpreme, uzimajući u obzir da se u sudskoj praksi dosljedno odbija odgovornost prijevoznika u tom području.
- 24 Amazon naposljetku tvrdi da analizu pripisivosti uporabe žiga operatoru internetskog tržišta treba provesti neovisno o analizi njegove eventualne aktivne uloge, uzimajući u obzir da je pojam aktivne uloge obuhvaćen područjem odgovornosti pružatelja usluga smještaja informacija na poslužitelju u okviru zakonodavstva u području elektroničke trgovine.
- 25 Oglas se pripisuje oglašivaču, a ne operatoru stranice sve dok je njegova objava na internetskoj stranici u skladu s uputama oglašivača.

IV. Ocjena suda:

- 26 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) najprije odbija prigovore nedopuštenosti i protuzahjev za proglašenje ništavosti žiga.
- 27 Zatim određuje okvir spora te pritom naglašava da se zahtjev temelji samo na članku 9. stavku 2. točki (a) Uredbe 2017/1001, koji se odnosi uporabu znaka istovjetnog žigu bez suglasnosti nositelja žiga.
- 28 Christian Louboutin tvrdi da, s jedne strane, oglašavanje na Amazonovim stranicama proizvoda kojima se nanosi povreda, čak i ako ih za prodaju nude treće osobe i, s druge strane, otprema tih proizvoda predstavljaju uporabe koje su obuhvaćene člankom 9. stavkom 2. točkom (a) Uredbe 2017/1001. Amazon to pobija.

- 29 Prije razmatranja spornih uporaba, sud utvrđuje da se dužnosti koje tri tuženika obavljaju u grupi Amazon razlikuju.
- 30 Amazon EU, čija se djelatnost odnosi na maloprodaju Amazonovih proizvoda u njegovo ime i za njegov račun, nije povezan s prodajama trećih strana, tako da nije utvrđeno zbog čega bi se moglo smatrati da rabi znakove koje na Amazonovim stranicama objavljuju treće strane. Međutim, može se smatrati da rabi znakove kojima se nanosi povreda žigu u slučaju ponuda za prodaju koje se nude u njegovo ime.
- 31 Nije utvrđeno zbog čega bi se moglo smatrati da Amazon Europe core, koji je zadužen za tehničko funkcioniranje Amazonovih stranica, rabi sporne znakove. Stavljanjem na raspolaganje tehničke podrške drugim subjektima grupe Amazon radi upravljanja internetskim stranicama ipak se ne može odmah isključiti njegova odgovornost.
- 32 Amazon Services Europe zadužen je pak za uslugu „Sell on Amazon” koja trećim prodavateljima omogućuje pristup Amazonovoj internetskoj platformi za trgovinu kako bi na njoj mogli prodavati vlastite proizvode. Stoga valja odrediti može li ta djelatnost, koja se odnosi na prikazivanje ponuda trećih prodavatelja istodobno sa samim Amazonovim ponudama, podrazumijevati to da Amazon rabi znakove kojima se povređuje žig.
- 33 Tribunal d’arrondissement (Općinski sud) ipak u toj fazi nije odlučio o eventualnim pojedinačnim odgovornostima različitih subjekata grupe Amazon, pri čemu je smatrao da su njihove djelatnosti usko isprepletene, tako da se kod korisnika stvara dojam jedinstvene cjeline. Pojedinačne odgovornosti ispitivat će se samo ako se utvrdi načelna odgovornost Amazona.

a) *Pripisivost uporabe znaka u oglasima*

- 34 Nije sporno da se žig može rabiti u različitim oblicima, koji nisu taksativno navedeni u članku 9. stavku 3. Uredbe 2017/1001, a osobito u okviru oglašavanja, prilikom skladištenja i stavljanja na tržište proizvoda koji nose znak.
- 35 Amazon tvrdi da ne rabi sporne znakove jer kao operator internetskog tržišta ne može biti odgovoran za sadržaj koji se objavljuje na njegovim stranicama.
- 36 Christian Louboutin pak osporava da se načela koja su prema sudskoj praksi Suda primjenjiva na internetska tržišta mogu primijeniti na Amazon jer ga treba kvalificirati kao distributera proizvoda koji se prodaju na njegovim stranicama i da su oglasi trećih prodavatelja dio samog Amazonova trgovačkog oglašavanja.
- 37 Izraz „rabe” pretpostavlja aktivno postupanje i provođenje izravne ili neizravne kontrole nad radnjom koja predstavlja uporabu. U tom pogledu, Sud je „već imao prilike naglasiti da u svojem uobičajenom značenju izraz ‚rabe’ podrazumijeva aktivno ponašanje i izravnu ili neizravnu kontrolu nad radnjom koja predstavlja uporabu. S tim u vezi on je istaknuo da član[ak] 9. stav[ak] 3. Uredbe

br. [2017/1001] [...] u kojem su netaksativno navedene vrste uporabe koje nositelj žiga može spriječiti, spominje isključivo aktivna ponašanja trećih strana” (presuda od 2. travnja 2020., Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, t. 37. i navedena sudska praksa).

- 38 U presudi od 12. srpnja 2011., L’Oréal i dr. (C-324/09, EU:C:2011:474, t. 102.) Sud je utvrdio da, u okviru isključivo internetskog tržišta, oglasi koje treći prodavatelji objave na internetu ne predstavljaju uporabu operatora internetskog tržišta jer ti oglasi nisu dio operatorova trgovačkog oglašavanja.
- 39 Dok Amazon zagovara da se ta sudska praksa jednostavno prenese na ovaj spor, Christian Louboutin smatra da Amazonove djelatnosti predstavljaju aktivno postupanje kojim se stoga opravdava zabrana Amazonu da rabi sporne znakove.
- 40 Izraz „internetsko tržište” označava bilo koju platformu koja povezuje kupce i prodavatelje na internetu, pri čemu prodavatelji uz naknadu ostvaruju koristi od funkcionalnosti i vidljivosti platforme.
- 41 Nije sporno da Amazon na svojim stranicama za prodaju objavljuje oglase koji se odnose na njegove proizvode koje prodaje i otprema u svoje ime, kao i oglase trećih prodavatelja koji sami osiguravaju otpremu prodanih proizvoda ili za otpremu zaduže Amazon koji prikuplja proizvode u svojim distribucijskim centrima te ih otprema kupcima iz svojih skladišta.
- 42 Nije sporno ni da su oglasi podijeljeni u različite kategorije i potkategorije u skladu s hijerarhijskim sustavom u kojem se ne radi nikakva razlika između proizvoda koje prodaje Amazon i proizvoda koje prodaju treći prodavatelji, uzimajući u obzir da se informacije o prodavatelju i pošiljatelju proizvoda pojavljuju na zaslonu tek kad se otvore pojedinačni oglasi, a osobito u pogledu cipela, tek kad se navede željena veličina.
- 43 Tribunal d’arrondissement (Općinski sud) utvrđuje da se način funkcioniranja Amazonovih platformi, koji uključuje istodobni prikaz Amazonovih oglasa i oglasa trećih prodavatelja, razlikuje od drugih internetskih tržišta poput eBaya ili Rakutena koji objavljuju isključivo oglase trećih prodavatelja te ne obavljaju nikakvu prodajnu djelatnost. Amazon ipak nije jedini koji primjenjuje taj poslovni model s obzirom na to da operatori poput Cdiscounta također nude proizvode trećih prodavatelja uz vlastitu ponudu proizvoda.
- 44 Christian Louboutin smatra da taj spoj između prodaje vlastitih proizvoda i proizvoda trećih osoba dovodi do toga da se Amazon ne može smatrati operatorom internetskog tržišta u smislu koji je utvrdio Sud, nego distributerom koji je osobno odgovoran za sadržaj svih objavljenih oglasa. To kod relevantne javnosti, odnosno prosječno pažljivog internetskog korisnika, stvara dojam da su svi proizvodi koji se prodaju na Amazonovim stranicama Amazonovi proizvodi ili barem da su oglasi trećih prodavatelja dio Amazonova trgovačkog oglašavanja.

- 45 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) smatra, za razliku od Christiana Louboutina, da usluge koje Amazon nudi na svojim internetskim stranicama čine usluge koje pruža internetsko tržište s obzirom na to da su, čak i ako se istodobno prikazuju različite vrste ponuda, sva obilježja internetskih tržišta ipak vidljiva i u djelatnosti Amazon services Europe, osobito u okviru njegove usluge „Sell on Amazon”.
- 46 Činjenica da se tim uslugama dodaju druge usluge, a osobito ponude operatora internetskog tržišta, kao i usluge skladištenja i otpreme, pa čak i da se između tih usluga ne pravi nikakva razlika zbog čega postoji opasnost od stvaranja određene zabune kod internetskih korisnika koji upotrebljavaju platforme, ne sprečava to da se Amazonove platforme kvalificiraju kao internetska tržišta.
- 47 Međutim, valja analizirati može li to posebno funkcioniranje platformi kojima upravlja Amazon dovesti do uključivanja oglasa trećih prodavatelja na takav način da se može smatrati da Amazon rabi sporne znakove u vlastitom trgovačkom oglašavanju, u skladu s izrazom koji je upotrijebio Sud u presudi od 12. srpnja 2011., L'Oréal i dr., C-324/09, EU:C:2011:474, t. 102.).
- 48 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) podsjeća da je Sud u toj presudi utvrdio da „uporaba” znaka koji je istovjetan ili sličan žigu nositelja od strane treće osobe najmanje podrazumijeva da ona rabi znak u okviru vlastita trgovačkog oglašavanja, na temelju čega je zaključio da operator internetskog tržišta ne rabi znak na taj način.
- 49 Međutim, budući da se presuda odnosila na platformu eBay, za koju je poznato da postupa isključivo kao posrednik u objavljivanju oglasa svojih korisnika, a ne kao prodavatelj i distributer, ta se sudska praksa ne može jednostavno prenijeti na platformu koja funkcionira na drukčiji način.
- 50 Prema sudskoj praksi Suda, pojam „uporaba” žiga „odnosi se na situaciju u kojoj trgovački posrednik koji djeluje u vlastito ime, ali za račun prodavatelja, i koji stoga nije zainteresirana strana u prodaji robe u kojoj je sam obvezana strana, rabi u svojim poslovnim dokumentima znak koji je istovjetan žigu Zajednice za proizvode ili usluge istovjetne onima za koje je taj žig prijavljen” (rješenje od 19. veljače 2009., UDV North America, C-62/08, EU:C:2009:111, t. 59. i izreka). Vidjeti u tom smislu i presudu od 30. travnja 2020., A (Povreda žiga uvozom kugličnih ležajeva), C-772/18, EU:C:2020:341.
- 51 Stoga nije važno mogu li se proizvodi koji se prodaju na Amazonovim stranicama ekonomski pripisati Amazonu.
- 52 U presudi od 12. srpnja 2011., L'Oréal i dr. (C-324/09, EU:C:2011:474, t. 102.) Sud je ipak uveo pojam „vlastito trgovačko oglašavanje” u smislu da, ako je znak uključen u vlastito trgovačko oglašavanje trgovačkog operatora, može se smatrati da taj operator rabi taj znak te je slijedom toga odgovoran za povredu žiga.

- 53 Stoga valja analizirati različite elemente koje ističe Christian Louboutin na temelju kojih treba smatrati da Amazon rabi sporne znakove time što uključuje ponude trećih osoba u vlastito trgovačko oglašavanje.
- 54 Christian Louboutin poziva se tako na ujednačenost oglasa jer se u svakom oglasu prikazuje Amazonov općepoznati polufigurativni žig i jer Amazon uređuje oblik i sadržaj oglasa, na diskreciju u prikazivanju informacija o prodavateljima proizvoda, Amazonovo aktivno sudjelovanje u izradi oglasa, sudjelovanje u skladištenju i otpremi proizvoda, Amazonovo aktivno sudjelovanje u utvrđivanju prodajne cijene.
- 55 Amazonovo aktivno postupanje proizlazi i iz prikaza različitih trgovina, uz sustavnu upotrebu posvojne zamjenice „naš” kako bi se opisala ponuda prikazana na Amazonovim stranicama, ali i iz postojanja općih rubrika poput „najprodavanije”, „najtraženije” ili „najčešće ponuđeno”, a da se pritom ne razlikuje podrijetlo proizvoda.
- 56 Christian Louboutin navodi i da se Amazonovi oglasi prikazuju u prostoru za oglašavanje drugih stranica, poput portala dnevnih novina ili stranica društvenih mreža.
- 57 Prema njegovu mišljenju, iz toga se može zaključiti da uobičajeno obaviješten i razumno pažljiv internetski korisnik smatra Amazon distributerom svih proizvoda koji se nude na njegovim stranicama jer, osim toga, i sam Amazon naglašava svoje svojstvo distributera.
- 58 Unatoč opsežnoj sudskoj praksi Suda, on nikad nije odlučivao o tome može li se smatrati da distributer proizvoda na internetu, koji istodobno upravlja internetskim tržištem, uključuje ponude trećih strana u vlastito trgovačko oglašavanje. Naime, u svim se odlukama koje navode stranke polazi od ideje da oglasi trećih strana nisu dio vlastitog trgovačkog oglašavanja operatora platforme.
- 59 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) stoga predlaže da se Sudu uputi prvo pitanje.
- 60 Amazon prvenstveno tvrdi da to prvo prethodno pitanje nije potrebno ni relevantno s obzirom na sudsku praksu Suda.
- 61 Naime, Sud je već imao priliku odgovoriti na postavljeno pitanje, osobito u predmetu *Coty Germany* (C-567/18, EU:C:2020:267) u kojem je nezavisni odvjetnik zaključio da na upućeno prethodno pitanje treba odgovoriti potvrdno. Sud se ipak nije složio s njim te je samo potvrdio da operator internetskog tržišta ne rabi znakove koji se mogu pripisati trećim osobama i naveo da odgovornost tih operatora treba analizirati s obzirom na druga pravna pravila.
- 62 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) podsjeća da je Sudu u tom predmetu bilo upućeno sljedeće prethodno pitanje: „Skladišti li osoba koja za treću stranu skladišti proizvode kojima se povređuje pravo žiga a da nema saznanja o povredi

prava te proizvode u svrhu nuđenja ili stavljanja na tržište ako samo treća strana a ne ona sama namjerava nuditi proizvode ili ih stavljati na tržište?”

- 63 Sud je odgovorio na to pitanje da članak 9. stavak 3. točku (b) Uredbe 2017/1001 treba tumačiti na način da „osobu koja za treće strane skladišti proizvode kojima se povređuje pravo žiga, a da nema saznanja o toj povredi, ne treba smatrati držateljem tih proizvoda u svrhu njihova nuđenja ili stavljanja na tržište u smislu tih odredbi, ako ih sama ta osoba ne skladišti u te svrhe”.
- 64 S obzirom na navedeno, Sud je stoga razmotrio pitanje isključivo s obzirom na skladištenje proizvoda, a da pritom nije proveo širu analizu poslovnog modela kojim se koriste različiti subjekti grupe Amazon.
- 65 Nezavisni odvjetnik smatrao je da članak 9. stavak 3. točku (b) Uredbe 2017/1001 treba tumačiti na sljedeći način:
- „[...]”
 - Međutim, ako ta osoba aktivno sudjeluje u distribuciji navedenih proizvoda u okviru programa koji ima obilježja takozvanog programa „Amazon Logistics”, u koji je uključen prodavatelj, može se smatrati da te proizvode skladišti u svrhu njihova nuđenja ili stavljanja na tržište.
 - [...]”.
- 66 Sud takvom odlukom nije uzeo u obzir pridržaje nezavisnog odvjetnika u pogledu eventualne Amazonove odgovornosti kao skladištara.
- 67 Ti elementi ipak ne omogućuju da se utvrdi da je Sud već zauzeo stajalište, pa čak i prešutno, o pitanju o kojem trenutano odlučuje sud i koji se ne odnosi samo na Amazonovo skladištenje proizvoda koje prodaju treće strane, nego se njime postavlja šire pitanje o kvalifikaciji uključivanja ponuda trećih strana u njegovo trgovačko oglašavanje.
- 68 Iz toga slijedi da Sud još nije dao odgovor na upućeno prethodno pitanje, tako da je ono u načelu relevantno.
- 69 Osim toga, činjenica da se rješenje za razmatrano pitanje može naći u sustavu primjenjivom na elektroničku trgovinu ne omogućuje da se sa sigurnošću isključi odgovornost u području zaštite žigova.
- 70 Slijedom toga, valja utvrditi da je prethodno pitanje, kako ga je uputio sud, relevantno s obzirom na spor u tijeku i odgovore koje je Sud već dao u okviru drugih predmeta.
- 71 Tribunal d’arrondissement (Općinski sud) utvrđuje da se u preoblikovanom pitanju koje predlaže Amazon više ne navodi „istodobni prikaz” ponuda koje

imaju različita podrijetla, a na tom se pojmu ipak temelji problematika koja se ističe u ovom sporu.

- 72 Amazon tvrdi i da ni na koji način nije sudjelovao u utvrđivanju cijena trećih prodavatelja.
- 73 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) ističe da formulacija koju je u tom pogledu upotrijebio u svojem nacrtu prethodnog pitanja upućuje na to da Amazon izravno sudjeluje u utvrđivanju cijena. Međutim, nije sporno da Amazon pruža pomoć u utvrđivanju cijena te da različiti novinski članci objavljeni u uglednim novinama, poput *The Wall Street Journal* ili *The New York Timesa*, uloženi u spis, u ovom slučaju upućuju na to da Amazon neizravno utječe na cijene izvršavanjem pritiska kako treći prodavatelji ne bi nudili svoje proizvode po nižoj cijeni na drugim stranicama. Stoga je potrebno preoblikovati prethodno pitanje tako da se istakne da Amazon pruža pomoć u utvrđivanju cijena proizvoda trećih strana, ali da se pritom potpuno ne izbriše pitanje utvrđivanja cijena.
- 74 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) zatim postavlja drugo pitanje, koje je predložio Christian Louboutin.
- 75 Christian Louboutin naglašava važnost dojma koju relevantna javnost ima o aktivnoj ulozi ili uključivanju u vlastito trgovačko oglašavanje operatora s obzirom na to da se na temelju tog dojma operatoru može pripisati uporaba znaka istovjetnog ili sličnog žigu te traži od suda da Sudu uputi prethodno pitanje u tom pogledu.
- 76 Cour d'appel de Bruxelles (Žalbeni sud u Bruxellesu, Belgija) utvrdio je suprotno u svojoj presudi od 25. lipnja 2020. o kojoj trenutačno odlučuje Cour de cassation (Kasacijski sud, Belgija).
- 77 Pitanje dojma javnosti o više ili manje aktivnoj ulozi koju operator internetskog tržišta ima u objavljivanju oglasa te stoga o tome jesu li objavljeni oglasi dio vlastitog trgovačkog oglašavanja operatora može ipak biti važno.
- 78 Stoga valja razmotriti je li činjenica da se na temelju dojma javnosti oglas ili ponuda pripisuje vlastitu trgovačkom oglašavanju operatora digitalne prodajne platforme istovjetna stvarnom uključivanju ponude u to trgovačko oglašavanje, čime se utvrđuje odgovornost tog operatora s obzirom na pravo žiga.
- b) *Uporaba znakova otpremanjem proizvoda koji nose sporan znak*
- 79 Christian Louboutin smatra da se to što Amazon iz svojih distribucijskih centara otprema proizvode koje prodaju treći prodavatelji može kvalificirati kao uporaba s obzirom na to da, za razliku od skladištara koji u načelu ne zna za eventualne povrede koje žigovima nanose proizvodi koji se skladište za treće osobe, pošiljatelj za to u načelu zna. On prigovara couru d'appel de Bruxelles (Žalbeni sud u Bruxellesu) to što je utvrdio da je otprema samo produžetak skladištenja

kako bi primijenio sudsku praksu Suda iz presude Coty te stoga utvrdio da nije postojala Amazonova uporaba.

- 80 Smatra da spoj prikaza oglasa, skladištenja i slanja proizvoda kojima se nanosi povreda podrazumijeva stvarno znanje o stavljanju znaka kojim se nanosi povreda na proizvode te traži od suda da Sudu uputi zahtjev za prethodnu odluku.
- 81 U presudi od 2. travnja 2020., Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, Sud je u svojem odgovoru na prethodno pitanje naglasio važnost svrhe skladištenja proizvoda.
- 82 Stoga, kako bi se skladištenje proizvoda obilježenih znakovima koji su istovjetni ili slični žigovima moglo kvalificirati kao „uporaba” tih žigova, usto je potrebno da gospodarski subjekt koji obavlja to skladištenje sam nastoji ostvariti svrhu predviđenu tim odredbama, koja se sastoji od ponude proizvoda ili njihova stavljanja na tržište.
- 83 U toj se presudi nije odlučilo o otpremi proizvoda nakon skladištenja s obzirom na to da je u predmetu koji se vodio pred Sudom otpremu osiguravao vanjski pružatelj usluga.
- 84 Iako je treće pitanje koje predlaže Christian Louboutin već djelomično uključeno u drugo pitanje, ono pruža nekoliko dodatnih pojašnjenja koja valja pružiti Sudu kako bi pitanja bila što potpunija.

V. Prethodna pitanja:

- 85 Tribunal d'arrondissement (Općinski sud) upućuje sljedeća pitanja:

1. Treba li članak 9. stavak 2. Uredbe 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije tumačiti na način da se uporaba znaka istovjetnog žigu u oglasima prikazanim na internetskoj stranici može pripisati njezinu operatoru ili gospodarski povezanim subjektima zbog toga što se na toj stranici istodobno prikazuju vlastite ponude operatora ili gospodarski povezanih subjekata i ponude trećih prodavatelja, uključivanjem tih oglasa u vlastito trgovačko oglašavanje operatora ili gospodarski povezanih subjekata?

Pojačava li takvo uključivanje činjenica da:

- su oglasi jednako prikazani na internetskoj stranici;
- su vlastiti oglasi operatora i gospodarski povezanih subjekata te trećih prodavatelja jednako prikazani neovisno o njihovu podrijetlu, ali se u prostoru za oglašavanje internetskih stranica trećih strana u obliku skočnog prozora jasno prikazuju logotip operatora ili gospodarski povezanih subjekata;

- operator ili gospodarski povezani subjekti nude integriranu uslugu trećim prodavateljima, uključujući pomoć u izradi oglasa i utvrđivanju prodajnih cijena, skladištenje proizvoda i njihovu otpremu;
- je internetska stranica operatora i gospodarski povezanih subjekata izrađena tako da se prikazuju trgovine i rubrike kao što su „najprodavanije”, „najtraženije” ili „najčešće ponuđeno” a da pritom na prvi pogled ne postoji jasna razlika između vlastitih proizvoda operatora i gospodarski povezanih subjekata te proizvoda trećih prodavatelja?

2. Treba li članak 9. stavak 2. Uredbe 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije tumačiti na način da se uporaba znaka istovjetnog žigu u oglasima prikazanim na internetskoj stranici za prodaju u načelu može pripisati njezinu operatoru ili gospodarski povezanim subjektima ako uobičajeno obaviješten i razumno pažljiv internetski korisnik ima dojam da je taj operator ili gospodarski povezan subjekt imao aktivnu ulogu u izradi tih oglasa ili se može smatrati da su ti oglasi dio vlastita komercijalnog oglašavanja tog operatora?

Utječe li na takav dojam:

- okolnost da je taj operator, i/ili gospodarski povezani subjekti, ugledni distributer raznolikih proizvoda, uključujući onih u kategoriji proizvoda koji se oglašavaju u tim oglasima;
- okolnost da je u zaglavlju tako prikazanih oglasa postavljen žig usluge tog operatora ili gospodarski povezanih subjekata, uzimajući u obzir da je taj žig poznat kao žig distributera;
- ili okolnost da taj operator ili gospodarski povezani subjekti u tim oglasima istodobno nude usluge koje tradicionalno pružaju distributeri proizvoda iz iste kategorije kao što je ona kojoj pripada proizvod koji se oglašava u oglasima?

3. Treba li članak 9. stavak 2. Uredbe 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća o žigu Europske unije tumačiti na način da otprema krajnjem potrošaču proizvoda koji nosi znak istovjetan žigu, u trgovačkom prometu i bez suglasnosti nositelja žiga, predstavlja uporabu koja se može pripisati pošiljatelju samo ako taj pošiljatelj stvarno zna za postavljanje tog znaka na proizvod?

Rabi li takav pošiljatelj predmetni znak ako je on sam ili gospodarski povezani subjekt obavijestio krajnjeg potrošača da će preuzeti tu otpremu nakon što je on sam ili gospodarski povezani subjekt skladištio proizvod u tu svrhu?

Rabi li takav pošiljatelj predmetni znak ako je on sam ili gospodarski povezani subjekt prethodno aktivno pridonio prikazivanju oglasa u trgovačkom prometu za proizvod koji nosi taj znak ili je zaprimio narudžbu krajnjeg potrošača na temelju tih oglasa?