



Dreptul Uniunii Europene

Iulie 2011

Jurisprudență

1

Iulie 2011

Jurisprudență

Dreptul Uniunii Europene

În data de 12 iulie 2011, Curtea de Justiție a Uniunii Europene („Curtea”) s-a pronunțat în cauza **C-324/09 L’Oreal v. eBay**, într-o dispută cu privire la promovarea și vânzarea bunurilor pe piața online găzduită de eBay, implicând interpretarea articolului 5 din Directiva nr. 89/104/CEE de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci („Directiva nr. 89/104”) și articolului 9 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 privind marca comunitară („Regulamentul nr. 40/94”).

L’Oréal este o companie globală care oferă o gamă foarte largă de produse (parfumuri, produse cosmetice, produse pentru îngrijirea părului) ce beneficiază de protecția acordată de marcă, inclusiv mărci de notorietate recunoscute la nivel mondial. eBay administrează o piață electronică populară pe internet, ce permite potențialilor cumpărători să achiziționeze articole, cu sau fără licitație. În plus, pentru a atrage noi clienți pe pagina sa de internet, eBay a cumpărat cuvinte-cheie, inclusiv numele unor mărci recunoscute, de la servicii cu plată de referențiere pe internet (precum AdWords de la Google). Utilizarea într-un motor de căutare a unui cuvânt-cheie selectat are drept rezultat afișarea unui anunț și a unui link sponsorizat care orientează în mod direct către piața electronică a eBay. L’Oréal a sesizat High Court of Justice (Londra, Regatul Unit), solicitând să se constate că eBay este responsabilă pentru încălcarea mărcilor L’Oréal de către vânzătorii de pe site-ul său. În acest context, instanța națională a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții o serie de întrebări preliminare.

În analiza sa, Curtea a arătat mai întâi că titularul unei mărci se poate opune vânzării neautorizate a produselor sale de către persoane fizice pe piețe online în cazul în care „vânzările efectuate pe o astfel de piață depășesc, prin volum, frecvență sau alte caracteristici, sfera unei activități private”, motivând că în acest caz vânzătorul persoană fizică „face parte din cadrul comerțului”. Curtea a mai analizat alte chestiuni în legătură cu produsele purtând marca L’Oreal și vândute prin intermediul eBay și a concluzionat că:

- 1) Titularul mărcii se poate opune vânzării prin intermediul unei piețe online a produselor aflate într-un stat terț, care poartă marca sa înregistrată într-un stat membru al Uniunii, doar dacă oferta de vânzare sau publicitatea are loc pe o piață destinată unor consumatori aflați în Uniune (sau SEE). Nu va fi suficient ca piața online să fie accesibilă din acest teritoriu, ci trebuie făcută o analiză de la caz la caz dacă oferta de vânzare sau publicitatea este efectiv

destinată consumatorilor aflați pe acest teritoriu. Cum la vânzarea prin intermediul eBay utilizatorii pot alege țările în care trimit produsele vândute, acest aspect poate deveni esențial.

- 2) Furnizarea de către titularul mărcii a unor mostre de produs (articole care poartă această marcă și sunt destinate demonstrațiilor pentru consumatori în puncte de vânzare autorizate, precum și flacoane care poartă această marcă, din care se pot lua cantități mici care sunt oferite drept mostre gratuite consumatorilor) nu constituie, în lipsa unor probe contrare, o introducere pe piață în sensul Directivei 89/104 și al Regulamentului nr. 40/94.
- 3) Titularul mărcii se poate opune revânzării de produse pentru care vânzătorul subsecvent a scos ambalajul exterior, dacă (i) prin scoaterea acestui ambalaj dispar informații esențiale, precum cele referitoare la identificarea producătorului, sau (ii) scoaterea ambalajului a adus atingere imaginii produsului respectiv și, astfel, reputației mărcii (par. 83).

În ce privește publicitatea realizată prin AdWords de operatorul pieței online pentru site-ul său și pentru produsele oferite pe acesta, Curtea a arătat că în măsura în care eBay a utilizat cuvinte-cheie care corespund unor mărci ale L'Oréal pentru a-și promova propriul serviciu (i.e. a pune la dispoziția vânzătorilor și a cumpărătorilor de produse o piață online), această utilizare nu a avut loc nici pentru produse sau servicii „identice cu cele pentru care [marca] este înregistrată”, în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva nr. 89/104 și al articolului 9 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94, și, de altfel, nici pentru produse sau servicii similare acestora din urmă, în sensul alineatului (1) litera (b) al articolelor menționate. Nu aceeași este soluția în cazul în care eBay a utilizat cuvinte-cheie care corespund unor mărci ale L'Oréal în vederea promovării unor oferte de vânzare de produse de marcă provenite de la clienții săi vânzători, întrucât în acest caz eBay a utilizat cuvintele-cheie pentru produse sau servicii identice celor pentru care sunt înregistrate aceste mărci. În această situație Curtea a apreciat că utilizarea cuvântului-cheie poate aduce atingere uneia dintre funcțiile mărcii, dacă anunțul nu permite sau permite numai cu dificultate utilizatorului de internet normal informat și suficient de atent să își dea seama dacă produsele sau serviciile vizate în anunț provin de la titularul mărcii, de la o întreprindere legată din punct de vedere economic de acesta, sau de la un terț (par. 89-94).

În acord cu hotărârea în cauzele C-236/08-C-238/08 *Google*, Curtea a reținut că operatorul unei piețe online nu utilizează marca în cazul în care ofertele de

vânzare afișate pe o piață online se face de către clienții vânzători ai operatorului acestei piețe, iar nu de către operator însuși. În acest caz, răspunderea operatorului pieței online (eBay) nu poate fi examinată în raport cu dispozițiile Directivei 89/104 și cu cele ale Regulamentului nr. 40/94, ci trebuie analizată în lumina altor norme de drept, precum cele prevăzute în Directiva 2000/31/CE privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic) („Directiva nr. 2000/31”). Sub acest aspect, Curtea a arătat că în cazul în care operatorul a acordat asistență clienților vânzători constând în special în optimizarea prezentării ofertelor de vânzare în cauză sau în promovarea acestor oferte, trebuie să se considere că operatorul nu a ocupat o poziție neutră între clientul vânzător vizat și potențialii cumpărători, ci a jucat un rol activ, de natură să îi confere o cunoaștere sau un control al datelor referitoare la aceste oferte. Drept urmare, operatorul menționat nu se va putea prevala de derogarea în materie de răspundere vizată la articolul 14 din Directiva nr. 2000/31.

În data de 7 iulie 2011, în cauza C 263/10 *Nisipeanu*, Curtea s-a pronunțat pentru a doua oară asupra compatibilității cu dreptul Uniunii a prevederilor din dreptul român în materia taxei de poluare aplicate cu ocazia primei înmatriculări a autovehiculelor. Prima hotărâre în acest domeniu a fost cea din 7 aprilie 2011, în cauza C-402/09 *Tatu* și care poate fi consultată în Buletinul legislativ de dreptul Uniunii Europene din luna aprilie 2011 (Disponibil la adresa http://www.tuca.ro/legal_bulletin/?year=2011&month=4&x=36&y=9).

Întrucât cele două cauze sunt cvasi-similare, și soluțiile juridice adoptate de Curte urmează aceeași orientare. Astfel, Curtea a arătat că taxa de poluare instituită prin O.U.G. nr. 50/2008 nu întrunește condițiile unei discriminări directe, întrucât reglementarea nu face vreo deosebire în funcție de proveniența autovehiculului, de proprietarii acestora, ori de cetățenia acestora din urmă. Totuși, această concluzie nu înlătură posibilitatea ca un impozit intern să fie indirect discriminatoriu în virtutea efectelor sale. Din nou, Curtea a subliniat faptul că favorizarea vânzării autovehiculelor naționale nu este permisă în lumina articolului 110 TFUE, iar mecanismul instituit prin O.U.G. nr. 50/2008 conduce la o asemenea favorizare prin excluderea de la plata taxei a autoturismelor deja înmatriculate în România.

Drept urmare, pentru a doua oară în acest an, Curtea a constatat că mecanismul taxei de poluare instituit prin O.U.G. nr. 50/2008 contravine dreptului Uniunii.

Autor

andreea.lisievi@tuca.ro



Detalii contact:

Piața Victoriei
Șoseaua Nicolae Titulescu nr. 4-8
America House, aripa de vest, et. 8
Sector 1
București 011141
România

 (40-21) 204 88 90

 (40-21) 204 88 99

 office@tuca.ro

 www.tuca.ro

Disclaimer

Acest material informativ are numai un caracter orientativ. Scopul său nu este de a oferi consultanță juridică cu caracter definitiv, care se va solicita conform fiecărei probleme legale în parte.

Pentru detalii și clarificări privind oricare dintre subiectele tratate în Buletinul Legislativ, persoanele de contact sunt:

Florentin Țuca, Avocat asociat coordonator (florentin.tuca@tuca.ro)

Cornel Popa, Avocat asociat (cornel.popa@tuca.ro)

Cristian Radu, Avocat colaborator coordonator (cristian.radu@tuca.ro)