

Βιομηχανική ιδιοκτησία

**ΔΕΕ υπόθ. C-104/22,
απόφ. της 27.4.2023** (πέμπτο τμήμα)

**Lännen MCE Oy κατά Berky GmbH,
Senwatec GmbH & Co. KG.**

Διατάξεις: άρθρα 125 παρ. 5 του Κανονισμού 2017/1101 ΕΕ,
17 παρ. 1 του Κανονισμού 1215/2012

ΣΗΜΑ ΕΕ. ΑΓΩΓΗ ΛΟΓΩ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΣΗΜΑΤΟΣ. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΑ. Απαντώντας επί προδικαστικής παραπομπής, το ΔΕΕ παρέχει καθοδήγηση σχετικά με πιθανούς ενδείκτες για την εγκαθίδρυση διεθνούς δικαιοδοσίας του ά. 125 παρ. 5 του Κανονισμού 2017/1101 ΕΕ, επί αγωγής παραβίασης εμπορικού σήματος της Ε.Ε. σε διαδικτυακό περιβάλλον. Η πληρωμή που γίνεται για την διαφήμιση σε χρήστες επί του φινλανδικού εδάφους κατά τις αναζητήσεις τους στο Google Search με λέξη-κλειδί αλλότριο εμπορικό σήμα της Ε.Ε. επαρκεί για την εγκαθίδρυση δικαιοδοσίας φινλανδικού δικαστηρίου. Αντίθετα, μεταετικέτα (metatag) με αναφορά στο ίδιο εμπορικό σήμα, δεν αρκεί, αφού με αυτή την τακτική SEO δεν στοχεύεται ειδικά το φινλανδικό κοινό.

Απόφαση

1. Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως φορά την ερμηνεία του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ 2017, L 154, σ. 1).

2. Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο ένδικης διαφοράς μεταξύ της Lännen MCE Oy (στο εξής: Lännen) και των Berky GmbH και Senwatec GmbH & Co. KG., εταιριών του ίδιου ομίλου επιχειρήσεων, με αντικείμενο την προβαλλόμενη προσβολή του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης WATERMASTER, του οποίου δικαιούχος είναι η Lännen.

Το νομικό πλαίσιο

Ο κανονισμός 2017/1001

3. Το άρθρο 122 του κανονισμού 2017/1001, το οποίο φέρει τον τίτλο «Εφαρμογή των κανόνων της Ένωσης σχετικά με τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις», ορίζει στην παρ. 2 τα εξής:

«Όσον αφορά τις διαδικασίες επί αγωγών και ανταγωγών που προβλέπονται στο άρθρο 124: α) δεν εφαρμόζονται το άρθρο 4, το άρθρο 6, το άρθρο 7 σημεία 1, 2, 3 και 5, και το άρθρο 35 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1215/2012 [του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2012, για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις (ΕΕ 2012, L 351, σ. 1)]· [...]».

4. Το άρθρο 123 του κανονισμού 2017/1001 τιτλοφορείται «Δικαστήρια σημάτων της ΕΕ» και προβλέπει στην παρ. 1 τα εξής: «Τα κράτη μέλη ορίζουν στο έδαφός τους τον μικρότερο δυνατό αριθμό πρωτοβάθμιων και δευτεροβάθμιων εθνικών δικαστηρίων, τα οποία ασκούν τα καθήκοντα που τους ανατίθενται με τον παρόντα κανονισμό».

5. Το άρθρο 124 του κανονισμού 2017/1001 επιγράφεται «Αρμοδιότητα σε θέματα παραποίησης/απομίμησης και εγκυρότητας» και έχει ως εξής:

«Τα δικαστήρια σημάτων της ΕΕ έχουν αποκλειστική αρμοδιότητα για την εκδίκαση:

α) όλων των αγωγών για παραποίηση/απομίμηση και, εάν επιτρέπεται από το εθνικό δίκαιο, για επαπειλούμενη παραποίηση/απομίμηση σήματος της ΕΕ·

β) των αναγνωριστικών αγωγών για μη παραποίηση/απομίμηση, αν επιτρέπεται από το εθνικό δίκαιο·

γ) όλων των αγωγών που ασκούνται για πράξεις που αναφέρονται στο άρθρο 11, παρ. 2·

δ) των ανταγωγών για έκπτωση ή ακυρότητα του σήματος της ΕΕ που προβλέπονται στο άρθρο 128».

6. Το άρθρο 125 του κανονισμού 2017/1001, το οποίο φέρει τον τίτλο «Διεθνής δικαιοδοσία», ορίζει τα εξής:

«1. Με την επιφύλαξη του παρόντος κανονισμού, καθώς και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1215/2012 που εφαρμόζονται δυνάμει του άρθρου 122, οι διαδικασίες που προκύπτουν από αγωγές και ανταγωγές που προβλέπονται στο άρθρο 124 διεξάγονται ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους μέλους στο οποίο ο εναγόμενος έχει την κατοικία του ή, αν δεν έχει κατοικία σε ένα από τα κράτη μέλη, στο δικαστήριο του κράτους μέλους στο οποίο έχει εγκατάσταση. [...]»

5. Οι διαδικασίες που προκύπτουν από αγωγές και ανταγωγές που προβλέπονται στο άρθρο 124 πλην των αναγνωριστικών αγωγών για τη μη παραποίηση/απομίμηση σήματος της ΕΕ μπορούν επίσης να διεξαχθούν ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους μέλους στο οποίο διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί η παραποίηση/απομίμηση ή στο οποίο διαπράχθηκε πράξη που προβλέπεται στο άρθρο 11, παρ. 2.»

7. Το άρθρο 126 του κανονισμού 2017/1001 τιτλοφορείται «Έκταση της αρμοδιότητας» και προβλέπει τα εξής:

«1. Ένα δικαστήριο σημάτων της ΕΕ η αρμοδιότητα του οποίου βασίζεται στο άρθρο 125, παράγραφοι 1 έως 4, είναι αρμόδιο να αποφαινεται για:

α) τις πράξεις παραποίησης/απομίμησης που διαπράχθηκαν ή επαπειλούνται να διαπραχθούν στο έδαφος οποιουδήποτε κράτους μέλους·

β) τις πράξεις που αναφέρονται στο άρθρο 11 παρ. 2 και διαπράχθηκαν στο έδαφος οποιουδήποτε κράτους μέλους.

2. Ένα δικαστήριο σημάτων της ΕΕ η αρμοδιότητα του οποίου βασίζεται στο άρθρο 125, παρ. 5, είναι αρμόδιο να αποφαινεται μόνον για τις πράξεις που διαπράχθηκαν ή που επαπειλούνται να διαπραχθούν στο έδαφος του κράτους μέλους, στο οποίο εδρεύει το δικαστήριο αυτό.»

Ο κανονισμός 1215/2012

8. Το άρθρο 17, παρ. 1, του κανονισμού 1215/2012 ορίζει τα εξής:

«Σε συμβάσεις που ο σκοπός τους μπορεί να θεωρηθεί ξένος προς την επαγγελματική δραστηριότητα του προσώπου που τις καταρτίζει, του καταναλωτή, η διεθνής δικαιοδοσία καθορίζεται από τις διατάξεις του παρόντος τμήματος, με την επιφύλαξη του άρθρου 6 και του άρθρου 7, σημείο 5: [...]

γ) σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, όταν η σύμβαση έχει συναφθεί με πρόσωπο το οποίο ασκεί εμπορικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες στο έδαφος του κράτους μέλους κατοικίας του καταναλωτή ή κατευθύνει με οποιοδήποτε τρόπο τέτοιου είδους δραστηριότητες σε αυτό το κράτος μέλος ή σε διάφορα κράτη, συμπεριλαμβανομένου του εν λόγω κράτους μέλους, και η σύμβαση εμπίπτει στο πεδίο των εν λόγω δραστηριοτήτων».

9. Το άρθρο 66, παρ. 1, του κανονισμού 1215/2012 έχει ως εξής:

«Ο παρών κανονισμός εφαρμόζεται μόνο στις αγωγές που ασκούνται στα δημόσια έγγραφα που εκδίδονται ή καταγράφονται και τους δικαστικούς συμβιβασμούς που εγκρίνονται ή συνάπτονται κατά ή μετά τη 10η Ιανουαρίου 2015».

Η διαφορά της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

10. Η Lännen, εταιρία με έδρα τη Φινλανδία, κατασκευάζει, μεταξύ άλλων, αμφίβιους εκσκαφείς τους οποίους εμπορεύεται υπό το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης WATERMASTER, που καταχωρίστηκε στις 12 Ιουλίου 2004 με αριθμό 003185758.

11. Στις 28 Ιανουαρίου 2020 η εταιρία αυτή άσκησε ενώπιον του markkinaoikeus (δικαστηρίου εμπορικών διαφορών, Φινλανδία) αγωγή λόγω προσβολής σήματος κατά των Berky και Senwatec, δύο εταιριών οι οποίες έχουν έδρα τη Γερμανία και ανήκουν στον ίδιο όμιλο επιχειρήσεων.

12. Η Lännen ισχυρίζεται ότι η Senwatec διέπραξε στη Φινλανδία προσβολή σήματος χρησιμοποιώντας την υπηρεσία επί

πληρωμή αντιστοιχίσης λέξεων-κλειδιών την οποία προσφέρει μια διαδικτυακή μηχανή αναζήτησης που λειτουργεί υπό τον εθνικό τομέα ανωτάτου επιπέδου του συγκεκριμένου κράτους μέλους, ούτως ώστε, όταν γινόταν αναζήτηση με βάση τη λέξη «Watermaster», να εμφανίζεται στον ιστότοπο της εν λόγω μηχανής αναζήτησης διαφημιστική καταχώριση για τα προϊόντα της Senwatec. Κατά τον τρόπο αυτόν, τον Αύγουστο του 2016, αν ένας χρήστης στη Φινλανδία έκανε αναζήτηση με βάση τη λέξη «Watermaster» στον ιστότοπο www.google.fi, εμφανιζόταν ως πρώτο αποτέλεσμα μια διαφημιστική καταχώριση Google Adwords για τα προϊόντα της Senwatec, η οποία χωριζόταν με μια γραμμή από τα υπόλοιπα αποτελέσματα αναζήτησης και περιείχε τη λέξη «Διαφήμιση».

13. Το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι ούτε ο διαφημιστικός σύνδεσμος τον οποίο επέστρεψε ως αποτέλεσμα η αναζήτηση ούτε το συνοδευτικό του κείμενο περιείχαν οποιαδήποτε ειδική αναφορά στη Φινλανδία ή στη γεωγραφική ζώνη παράδοσης των προϊόντων της Senwatec. Το αιτούν δικαστήριο παρατηρεί πάντως ότι στον ιστότοπο της Senwatec, στον οποίο οδηγούσε ο ως άνω διαφημιστικός σύνδεσμος, υπήρχαν, μεταξύ άλλων, ένα κείμενο στην αγγλική γλώσσα, όπου αναφερόταν ότι τα προϊόντα της Senwatec χρησιμοποιούνται σε ολόκληρο τον κόσμο, καθώς και ένας παγκόσμιος χάρτης πάνω στον οποίο ήταν χρωματισμένες με πιο σκούρο χρώμα οι χώρες όπου δραστηριοποιούνταν, σύμφωνα με τις δηλώσεις της, η Senwatec. Η Φινλανδία δεν περιλαμβανόταν μεταξύ των χωρών αυτών.

14. Η Lännen ισχυρίζεται ότι η Berky προσέβαλε το σήμα της με τη μέθοδο της βελτιστοποίησης ιστοσελίδας, χρησιμοποιώντας από το 2005 έως το 2019, σε εικόνες δικών της μηχανημάτων ελεύθερα προσβάσιμες στον ιστότοπο διαμοιρασμού φωτογραφιών Flickr.com, μια μετα-ετικέτα (meta tag) η οποία περιείχε τη λέξη-κλειδί «Watermaster», ούτως ώστε να διευκολύνει τις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης στον εντοπισμό των εικόνων αυτών και στην εμφάνισή τους στα σχετικά αποτελέσματα. Έτσι, αν ένας χρήστης στη Φινλανδία έκανε αναζήτηση με βάση τη λέξη «Watermaster» στον ιστότοπο www.google.fi, εμφανιζόταν σύνδεσμος προς ιστοσελίδα με εικόνες των μηχανημάτων της Berky.

15. Το αιτούν δικαστήριο υπογραμμίζει ότι ο σύνδεσμος ο οποίος εμφανιζόταν ως αποτέλεσμα αναζήτησης δεν ήταν διαφημιστικός, αλλά επρόκειτο για «οργανικό», κατά την τεχνική ορολογία, αποτέλεσμα αναζήτησης. Στην υπηρεσία Flickr.com, στις λεζάντες των εικόνων αναγράφονταν οι ονομασίες των μηχανημάτων στην αγγλική γλώσσα καθώς και οι αντίστοιχοι αριθμοί μοντέλου. Επιπλέον, στις εικόνες αυτές υπήρχε και ο λογότυπος της Berky. Κάθε εικόνα συνοδευόταν από διάφορες μετα-ετικέτες που αντιστοιχούσαν σε λέξεις-κλειδιά στην αγγλική και σε άλλες γλώσσες, η δε λέξη «Watermaster» περιλαμβανόταν μεταξύ αυτών.

16. Κατά τη Lännen, οι εναγόμενες της κύριας δίκης ασκούσαν διαδικτυακές δραστηριότητες εμπορικής προώθησης οι οποίες ήταν στοχευμένες στην επικράτεια της Δημοκρατίας

της Φινλανδίας και ήταν ορατές στους καταναλωτές και τους επαγγελματίες στο εν λόγω κράτος μέλος. Τα προϊόντα τους πωλούνται σε ολόκληρο τον κόσμο. Η Lännen θεωρεί ότι η επίδικη διαφήμιση, η οποία ήταν στην αγγλική γλώσσα, απευθυνόταν σε διεθνές κοινό και προοριζόταν για όλες τις χώρες στις οποίες ήταν ορατή.

17. Αμυνόμενες, οι Berkyl και Senwatec αμφισβητούν τη διεθνή δικαιοδοσία του αιτούντος δικαστηρίου και επικαλούνται ότι οι προβαλλόμενες πράξεις προσβολής σήματος δεν διαπράχθηκαν στη Φινλανδία.

18. Υποστηρίζουν ότι οι επίμαχες δραστηριότητες εμπορικής προώθησης δεν είχαν ως στόχο τη Φινλανδία, καθώς δεν διαθέτουν τα προϊόντα τους προς πώληση στο κράτος μέλος αυτό και δεν έχουν παρουσία στην εθνική του αγορά. Κατά την άποψή τους, ούτε το αποτέλεσμα αναζήτησης στον ιστότοπο www.google.fi ούτε η χρήση μετα-ετικέτας με τη λέξη-κλειδί «Watermaster» αποδεικνύουν ότι οι δραστηριότητές τους στόχευαν τη Φινλανδία. Επομένως, προκειμένου να θεμελιωθεί η διεθνής δικαιοδοσία του αιτούντος δικαστηρίου, δεν έχει σημασία το κατά πόσον το φερόμενο ως παράνομο περιεχόμενο είναι ορατό διαδικτυακά στη Φινλανδία, αλλά το αν το περιεχόμενο αυτό συνδέεται ουσιωδώς με το συγκεκριμένο κράτος μέλος.

19. Το αιτούν δικαστήριο εκθέτει ότι οι διάδικοι ερίζουν ως προς το αν ο χάρτης στον ιστότοπο της Senwatec αποδεικνύει ότι η ζώνη παράδοσης των προϊόντων της εταιρίας περιορίζεται σε μια γεωγραφική περιοχή από την οποία η Φινλανδία φαίνεται να αποκλείεται. Κατά τη Senwatec, ο χάρτης αυτός είναι ένα από τα στοιχεία που τεκμηριώνουν ότι η Φινλανδία δεν αποτελεί μέρος της αγοράς στην οποία εμπορεύεται τα προϊόντα της, ενώ, κατά τη Lännen, η αγορά των προϊόντων της Senwatec είναι παγκόσμια και εκτείνεται πέραν των ζωνών που καλύπτει ο χάρτης.

20. Το αιτούν δικαστήριο εκτιμά ότι, στο πλαίσιο του ελέγχου της διεθνούς δικαιοδοσίας δικαστηρίου που επιλαμβάνεται της υποθέσεως λόγω του τύπου όπου διαπράχθηκε η προσβολή, προκειμένου να κριθεί σε ποια κράτη μέλη βρίσκονται οι καταναλωτές ή οι επαγγελματίες στους οποίους απευθύνονται οι διαφημίσεις που αναρτώνται σε ιστότοπο, πρέπει να ληφθούν υπόψη, μεταξύ άλλων, οι γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των οικείων προϊόντων.

21. Προσθέτει ωστόσο ότι και άλλα στοιχεία θα μπορούσαν να αποβούν κρίσιμα για τις ανάγκες ενός τέτοιου ελέγχου, όπως προκύπτει, κατά τη γνώμη του, από τις προτάσεις του γενικού εισαγγελέα M. Szpunar στην υπόθεση AMS Neve κ.λπ. (C-172/18, EU:C:2019:276), χωρίς όμως να έχει καταστεί σαφές ποια θα μπορούσαν να είναι τα άλλα αυτά στοιχεία, δεδομένου ότι το Δικαστήριο δεν είχε αποφανθεί επί του συγκεκριμένου σημείου.

22. Το αιτούν δικαστήριο διερωτάται ειδικότερα αν, προκειμένου να κρίνει κατά πόσον έχει διεθνή δικαιοδοσία κατ'εφαρμογήν του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, μπο-

ρεί να λάβει υπόψη σε ποιο κράτος μέλος αντιστοιχεί ο εθνικός τομέας ανωτάτου επιπέδου υπό το όνομα του οποίου λειτουργεί ο ιστότοπος της μηχανής αναζήτησης που παρέχει πρόσβαση στις διαφημίσεις οι οποίες συνιστούν τις προβαλλόμενες πράξεις προσβολής σήματος.

23. Υπό τις συνθήκες αυτές, το markkinaoikeus (δικαστήριο εμπορικών υποθέσεων) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«Η επιχείρηση Α είναι εγκατεστημένη στο κράτος μέλος Χ, όπου έχει την καταστατική της έδρα, και χρησιμοποίησε σε ιστότοπο, σε διαφήμιση ή ως λέξη-κλειδί, σημείο πανομοιότυπο με σήμα της [Ευρωπαϊκής Ένωσης] της επιχείρησης Β.

1) Μπορεί στην προαναφερθείσα περίπτωση να γίνει δεκτό ότι η διαφήμιση απευθύνεται σε καταναλωτές ή σε επαγγελματίες στο κράτος μέλος Υ στο οποίο η επιχείρηση Β έχει την καταστατική της έδρα, και έχει το δικαστήριο σημάτων της [Ευρωπαϊκής Ένωσης] στο κράτος μέλος Υ διεθνή δικαιοδοσία, κατ'εφαρμογήν του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, για την εκδίκαση αγωγής λόγω προσβολής σήματος της [Ευρωπαϊκής Ένωσης], όταν στην ηλεκτρονικά δημοσιευθείσα διαφήμιση ή στον ιστότοπο της διαφημιζομένης στον οποίο οδηγεί ο σύνδεσμος που περιέχεται στη διαφήμιση δεν προσδιορίζεται –τουλάχιστον όχι ρητώς– η γεωγραφική ζώνη παράδοσης των προϊόντων ή δεν εξαιρείται ρητώς κανένα συγκεκριμένο κράτος μέλος από τη ζώνη παράδοσης; Μπορούν να ληφθούν συναφώς υπόψη η φύση των προϊόντων που αφορά η διαφήμιση καθώς και το επιχείρημα ότι η αγορά διάθεσης των προϊόντων της επιχείρησης Α φέρεται να είναι παγκόσμια και, επομένως, καταλαμβάνει ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, συμπεριλαμβανομένου του κράτους μέλους Υ;

2) Μπορεί να γίνει δεκτό ότι η ανωτέρω διαφήμιση απευθύνεται σε καταναλωτές ή επαγγελματίες στο κράτος μέλος Υ όταν η διαφήμιση εμφανίζεται σε ιστότοπο μηχανής αναζήτησης υπό εθνικό τομέα ανωτάτου επιπέδου του κράτους μέλους Υ;

3) Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης στο πρώτο ή το δεύτερο ερώτημα: ποιες άλλες περιστάσεις πρέπει ενδεχομένως να ληφθούν υπόψη προκειμένου να κριθεί αν η διαφήμιση απευθύνεται σε καταναλωτές ή επαγγελματίες στο κράτος μέλος Υ;»

Επί των προδικαστικών ερωτημάτων

24. Με τα τρία προδικαστικά ερωτήματα, τα οποία πρέπει να εξεταστούν από κοινού, το αιτούν δικαστήριο ζητεί κατ'ουσίαν να διευκρινιστεί αν το άρθρο 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001 έχει την έννοια ότι ο δικαιούχος σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο οποίος θεωρεί ότι ζημιώνεται επειδή τρίτος χρησιμοποιεί, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείο πανομοιότυπο με το σήμα του στο πλαίσιο διαδικτυακών διαφημίσεων και προσφορών προς πώληση για προϊόντα πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα αυτό, μπορεί να ασκήσει αγωγή λόγω προσβολής σήματος κατά του

ως άνω τρίτου ενώπιον δικαστηρίου σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του κράτους μέλους όπου βρίσκονται καταναλωτές και επαγγελματίες στους οποίους στοχεύουν οι προαναφερθείσες διαφημίσεις ή προσφορές προς πώληση, παρότι ο εν λόγω τρίτος δεν καταλέγει ρητώς και κατηγορηματικώς το συγκεκριμένο κράτος μέλος στις γεωγραφικές περιοχές όπου μπορούν να παραδοθούν τα προϊόντα του.

25. Υπενθυμίζεται ότι ναι μεν, όπως προβλέπεται στο άρθρο 66, παρ. 1, του κανονισμού 1215/2012, ο κανονισμός αυτός εφαρμόζεται κατ' αρχήν, από 10ης Ιανουαρίου 2015, στις αγωγές που αφορούν σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πλην όμως το άρθρο 122, παρ. 2, του κανονισμού 2017/1001 αποκλείει, μεταξύ άλλων όσον αφορά τις αγωγές λόγω προσβολής τέτοιου σήματος, την εφαρμογή ορισμένων διατάξεων του κανονισμού 1215/2012, όπως είναι οι κανόνες των άρθρων 4 και 6, του άρθρου 7, παρ. 1, 2, 3 και 5, καθώς και του άρθρου 35 του κανονισμού 1215/2012. Λόγω της εξαιρέσης αυτής, η διεθνής δικαιοδοσία των διαλαμβανόμενων στο άρθρο 123, παρ. 1, του κανονισμού 2017/1001 δικαστηρίων σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς εκδίκαση των αγωγών λόγω προσβολής σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης απορρέει από τους κανόνες που προβλέπει ευθέως ο κανονισμός 2017/1001, οι οποίοι αποτελούν *lex specialis* σε σχέση με τους κανόνες που θεσπίζονται με τον κανονισμό 1215/2012 (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 34 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

26. Κατά συνέπεια, αγωγή λόγω προσβολής σήματος η οποία έχει ασκηθεί στις 28 Ιανουαρίου 2020 διέπεται, εφόσον αφορά σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από τους κανόνες διεθνούς δικαιοδοσίας που θεσπίζει ο κανονισμός 2017/1001.

27. Βάσει του άρθρου 125 παρ. 1, του ως άνω κανονισμού, σε περίπτωση που ο εναγόμενος έχει την κατοικία του σε κράτος μέλος, ο ενάγων ασκεί την αγωγή του ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους αυτού.

28. Το άρθρο 125, παρ. 5, του εν λόγω κανονισμού ορίζει όμως ότι ο ενάγων μπορεί «επίσης» να ασκήσει την αγωγή του ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους μέλους «στο οποίο διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί» η προσβολή.

29. Στην παρ. 1 του άρθρου 126 του κανονισμού 2017/1001 διευκρινίζεται ότι, όταν δικαστήριο σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης επιλαμβάνεται βάσει του άρθρου 125, παρ. 1, του ίδιου κανονισμού, το δικαστήριο αυτό έχει διεθνή δικαιοδοσία να αποφανθεί επί των προσβολών που διαπράχθηκαν ή επαπειλούνται να διαπραχθούν σε οποιοδήποτε κράτος μέλος, ενώ στην παρ. 2 διευκρινίζεται ότι, όταν τέτοιο δικαστήριο επιλαμβάνεται βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του ίδιου κανονισμού, μπορεί να αποφανθεί μόνον επί των προσβολών που διαπράχθηκαν ή επαπειλούνται να διαπραχθούν εντός του κράτους μέλους της έδρας του.

30. Από τη διάκριση αυτή συνάγεται ότι ο ενάγων, αναλόγως του αν θα επιλέξει να ασκήσει την αγωγή λόγω προσβολής σήματος ενώπιον του δικαστηρίου σημάτων της Ευρωπαϊκής

Ένωσης του τόπου της κατοικίας του εναγομένου ή ενώπιον του δικαστηρίου σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του τόπου στον οποίο διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί η προσβολή, καθορίζει την εδαφική έκταση της διεθνούς δικαιοδοσίας του δικαστηρίου που επιλαμβάνεται της υποθέσεως. Πράγματι, όταν η αγωγή λόγω προσβολής σήματος στηρίζεται στο άρθρο 125, παρ. 1, του κανονισμού 2017/1001 αφορά δυνητικώς τις πράξεις προσβολής που έχουν διαπραχθεί σε ολόκληρη την Ένωση, ενώ όταν στηρίζεται στην παράγραφο 5 του άρθρου αυτού περιορίζεται σε εκείνες που διαπράχθηκαν ή επαπειλούνται να διαπραχθούν σε ένα και μόνον κράτος μέλος, δηλαδή στο κράτος μέλος της έδρας του δικαστηρίου που επιλαμβάνεται της υποθέσεως (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 40).

31. Η ευχέρεια η οποία παρέχεται στον ενάγοντα να επιλέξει τη μία ή την άλλη βάση, όπως απορρέει από τη χρήση της λέξης «επίσης» στο άρθρο 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, δεν είναι δυνατόν να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι ο ενάγων μπορεί, σε σχέση με τις ίδιες πράξεις προσβολής, να ασκήσει παράλληλα αγωγές στηριζόμενες στις παρ. 1 και 5 του άρθρου αυτού, αλλά εκφράζει απλώς τον εναλλακτικό χαρακτήρα που έχει η βάση διεθνούς δικαιοδοσίας την οποία προβλέπει η παρ. 5, σε σχέση με εκείνες των λοιπών παραγράφων του ίδιου άρθρου (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 41).

32. Προβλέποντας μια τέτοια εναλλακτική βάση διεθνούς δικαιοδοσίας και οριοθετώντας, με το άρθρο 126, παρ. 2, του κανονισμού 2017/1001, την αντίστοιχη εδαφική της έκταση, ο νομοθέτης της Ένωσης επιτρέπει στον δικαιούχο σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης να ασκήσει, αν το επιθυμεί, αγωγές, καθεμία από τις οποίες στοχεύει τις πράξεις προσβολής που έχουν διαπραχθεί σε ένα μόνον κράτος μέλος (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 42).

33. Εν προκειμένω, υπό την επιφύλαξη των ελέγχων που ενάπκεινται στο αιτούν δικαστήριο, από την ενώπιον του Δικαστηρίου δικογραφία προκύπτει ότι οι πράξεις προσβολής τις οποίες προβάλλει ο δικαιούχος του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης αφορούν τη διαδικτυακή ανάρτηση περιεχομένου σχετικού με τα προϊόντα ανταγωνιστών του μέσω, αφενός, επί πληρωμή αντιστοιχίσις λέξεων-κλειδίων και, αφετέρου, βελτιστοποίησης ιστοσελίδων για τις μηχανές αναζήτησης με βάση σημείο πανομοιότυπο προς το σήμα του, αποκλειστικώς και μόνον στον βαθμό που η ανάρτηση του περιεχομένου απευθυνόταν σε καταναλωτές ή σε επαγγελματίες ευρισκόμενους στη Φινλανδία.

34. Ως εκ τούτου, προκειμένου να κριθεί αν η διαδικτυακή αυτή ανάρτηση απευθυνόταν πράγματι σε καταναλωτές ή σε επαγγελματίες ευρισκόμενους στη Φινλανδία, το αιτούν δικαστήριο ζητεί ειδικότερα να διευκρινιστεί αν η φύση των οικείων προϊόντων, η έκταση της σχετικής αγοράς και το γεγονός ότι η ανάρτηση έγινε στον ιστότοπο μηχανής αναζήτησης που

λειτουργεί υπό τον εθνικό τομέα ανωτάτου επιπέδου του συγκεκριμένου κράτους μέλους αποτελούν κρίσιμα στοιχεία για τον έλεγχο του ζητήματος αν έχει διεθνή δικαιοδοσία βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001 και αν πρέπει, ενδεχομένως, να ληφθούν υπόψη συναφώς και άλλα στοιχεία.

35. Στο πλαίσιο αυτό, μολονότι οι πράξεις προσβολής που προβάλλονται κατά καθεμιάς από τις εναγόμενες της κύριας δίκης εταιρίες, οι οποίες ανήκουν στον ίδιο όμιλο επιχειρήσεων, είναι διαφορετικές, εντούτοις κινήθηκε μία και μόνον ένδικη διαδικασία ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου.

36. Επομένως, πρέπει να κριθεί αν οι πράξεις προσβολής που προβάλλονται κατά των δύο αυτών εταιριών μπορούν να θεμελιώσουν σε αμφότερες τις περιπτώσεις, βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, επαρκή σύνδεσμο με το κράτος μέλος της έδρας του δικαστηρίου που έχει επιληφθεί της αγωγής λόγω προσβολής σήματος.

37. Εξάλλου, υπενθυμίζεται ότι ο έλεγχος της διεθνούς δικαιοδοσίας του δικαστηρίου που έχει επιληφθεί αγωγής λόγω προσβολής σήματος δεν ισοδυναμεί με επί της ουσίας εξέταση της αγωγής αυτής (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 16ης Ιουνίου 2016, Universal Music International Holding, C-12/15, EU:C:2016:449, σκέψη 44 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

38. Θα ήταν υπερβολικό να απαιτείται από το δικαστήριο που επιλαμβάνεται αγωγής λόγω προσβολής σήματος να εξετάσει εμπειριστωμένα τα πολύπλοκα αυτά πραγματικά και νομικά στοιχεία, κατά το στάδιο του ελέγχου της ύπαρξης διεθνούς δικαιοδοσίας του βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001.

39. Ως εκ τούτου, στοιχεία από τα οποία ευλόγως μπορεί να συναχθεί ότι οι πράξεις προσβολής που ενδέχεται να έχουν διαπραχθεί ή επαπειλούνται να διαπραχθούν στο έδαφος κράτους μέλους αρκούν για να έχει το δικαστήριο σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του συγκεκριμένου κράτους μέλους διεθνή δικαιοδοσία βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001.

40. Στο πλαίσιο αυτό, παρατηρείται ότι, κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου, το προβλεπόμενο στο άρθρο 125, παρ. 5, του κανονισμού κριτήριο διεθνούς δικαιοδοσίας που εισάγεται με τη φράση «κράτους μέλους στο οποίο διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί» η προσβολή αναφέρεται σε ενεργή συμπεριφορά του προσβολέα (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 44 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

41. Ειδικότερα, όσον αφορά την υποχρέωση που υπέχει δικαστήριο σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στο πλαίσιο του ελέγχου του ζητήματος αν έχει, βάσει του ως άνω άρθρου 125, παρ. 5, διεθνή δικαιοδοσία να αποφανθεί επί της ύπαρξης προσβολής σήματος στο κράτος μέλος της έδρας του, να βεβαιωθεί ότι οι πράξεις που προσάπτονται στον εναγόμενο διαπράχθηκαν όντως εντός του εν λόγω κράτους μέλους, το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι, όταν τέτοιες πράξεις συνίστανται σε διαδικτυακές διαφημίσεις και προσφορές προς πώληση

για προϊόντα που φέρουν σημείο πανομοιότυπο ή παρόμοιο με σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου του σήματος, πρέπει να γίνεται δεκτό ότι οι πράξεις αυτές έχουν διαπραχθεί στη γεωγραφική περιοχή όπου βρίσκονται οι καταναλωτές ή οι επαγγελματίες στους οποίους απευθύνονται οι διαφημίσεις και οι προσφορές προς πώληση (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψεις 46 και 47 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

42. Συνεπώς, όταν η διαδικτυακή ανάρτηση περιεχομένου απευθύνεται, έστω και δυνητικώς, σε καταναλωτές ή σε επαγγελματίες ευρισκόμενους σε κράτος μέλος, και με δεδομένο ότι τυχόν διευκρινίσεις ως προς τις γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των επίμαχων προϊόντων συνιστούν ιδιαίτερα σημαντική ένδειξη στο πλαίσιο της σχετικής εκτιμήσεως (πρβλ. απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 65), ο δικαιούχος σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει την ευχέρεια να ασκήσει σε αυτό το κράτος μέλος, βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, αγωγή με αίτημα να αναγνωριστεί η προσβολή του σήματός του εντός του εν λόγω κράτους μέλους. Πράγματι, τα δικαστήρια σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του κράτους μέλους κατοικίας των καταναλωτών ή των επαγγελματιών στους οποίους απευθύνονται οι διαφημίσεις και οι προσφορές προς πώληση είναι ιδιαίτερος κατάλληλος να εκτιμήσουν αν υφίσταται η προβαλλόμενη προσβολή (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 5ης Σεπτεμβρίου 2019, AMS Neve κ.λπ., C-172/18, EU:C:2019:674, σκέψη 57).

43. Εν προκειμένω, διαπιστώνεται, υπό την επιφύλαξη των ελέγχων που εναπόκεινται στο αιτούν δικαστήριο, ότι οι γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των οικείων προϊόντων δεν μνημονεύονται στη διαφήμιση για την οποία γίνεται λόγος στη σκέψη 12 της παρούσας αποφάσεως. Εξάλλου, ο χάρτης στον ιστότοπο της Senwatec, ο οποίος αποδεικνύει, κατά τη Länppen, τις συνολικές γεωγραφικές διαστάσεις της αγοράς της εταιρίας αυτής, δεν αρκεί για να θεμελιωθεί την ύπαρξη συνδέσμου με τη Φινλανδία, δεδομένου ότι από το πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται ο χάρτης αυτός δεν είναι δυνατόν να συναχθεί ότι η Senwatec κατευθύνει τη δραστηριότητά της προς τη φινλανδική αγορά.

44. Ελλείψει συγκεκριμένων στοιχείων όσον αφορά τις γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των επίμαχων προϊόντων, ο σύνδεσμος με το οικείο κράτος μέλος, εν προκειμένω με τη Φινλανδία, πρέπει να θεμελιωθεί βάσει άλλων στοιχείων προκειμένου η ενάγουσα να μπορεί, δυνάμει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, να ασκήσει αγωγή λόγω προσβολής σήματος ενώπιον δικαστηρίου του κράτους μέλους αυτού.

45. Βεβαίως, όπως υπενθυμίστηκε στη σκέψη 25 της παρούσας αποφάσεως, οι διατάξεις του κανονισμού 2017/1001 που αφορούν τις αγωγές λόγω προσβολής σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν *lex specialis* σε σχέση με τους κανόνες του κανονισμού 1215/2012. Τούτο όμως δεν σημαίνει

ότι ο τελευταίος αυτός κανονισμός στερείται σημασίας προς τον σκοπό της αποσαφήνισης και της ερμηνείας εννοιών οι οποίες είναι ανάλογες με εκείνες που προβλέπει και οι οποίες, δεδομένου ότι μνημονεύονται στο κείμενο του κανονισμού 2017/1001, είναι αναγκαίες για την ερμηνεία του.

46. Ειδικότερα, σε σχέση με την ερμηνεία του άρθρου 17, παρ. 1, στοιχείο γ', του κανονισμού 1215/2012, το Δικαστήριο έχει αποφανθεί ότι η εκτίμηση ότι ο έμπορος κατευθύνει τις δραστηριότητές του προς το κράτος μέλος της κατοικίας του καταναλωτή μπορεί να συναχθεί από διάφορες ενδείξεις, ήτοι, μεταξύ άλλων, τον διεθνή χαρακτήρα της δραστηριότητας, τη χρήση γλώσσας ή νομίσματος διαφορετικών από τη γλώσσα ή το νόμισμα που χρησιμοποιούνται συνήθως στο κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο έμπορος, την αναγραφή στοιχείων τηλεφωνικής επικοινωνίας με διεθνές πρόθεμα κλήσης, την πραγματοποίηση δαπανών στο πλαίσιο διαδικτυακής υπηρεσίας αντιστοίχισης λέξεων-κλειδιών προκειμένου να διευκολυνθεί η πρόσβαση των καταναλωτών που κατοικούν σε άλλα κράτη μέλη στον ιστότοπο του εμπόρου ή στον ιστότοπο του ενδιάμεσου του, τη χρήση ονόματος τομέα ανωτάτου επιπέδου διαφορετικού από εκείνον του κράτους μέλους όπου είναι εγκατεστημένος ο έμπορος και, τέλος, την αναφορά σε διεθνή πελατεία αποτελούμενη από πελάτες που κατοικούν σε διαφορετικά κράτη μέλη (βλ., κατ' αναλογία, απόφαση της 7ης Δεκεμβρίου 2010, Pammer και Hotel Alpenhof, C-585/08 και C-144/09, EU:C:2010:740, σκέψη 93).

47. Ο κατάλογος αυτός, χωρίς να είναι εξαντλητικός, περιέχει στοιχεία που ενδέχεται να είναι κρίσιμα για την εφαρμογή του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001. Εν προκειμένω, κρίσιμη είναι η ανάρτηση διαφημίσεων και προσφορών προς πώληση σε ιστότοπο με τομέα ανωτάτου επιπέδου διαφορετικό από εκείνον του κράτους μέλους όπου είναι εγκατεστημένος ο έμπορος.

48. Πρέπει, ωστόσο, να διευκρινιστεί ότι το γεγονός και μόνον ότι η πρόσβαση σε έναν ιστότοπο είναι δυνατή στη γεωγραφική περιοχή την οποία καλύπτει το σήμα δεν αρκεί για να συναχθεί ότι οι προσφορές προς πώληση οι οποίες αναρτώνται στον ιστότοπο απευθύνονται σε καταναλωτές στη γεωγραφική αυτή περιοχή (απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 64 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

49. Από τις ανωτέρω σκέψεις προκύπτει ότι συνιστά τέτοια ενεργή συμπεριφορά η πληρωμή που καταβάλλεται από μια επιχείρηση στον φορέα εκμετάλλευσης ιστοτόπου μηχανής αναζήτησης με εθνικό τομέα ανωτάτου επιπέδου κράτους μέλους διαφορετικού από εκείνο στο οποίο είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση, προκειμένου να εμφανίζεται, προς το κοινό του κράτους μέλους αυτού, σύνδεσμος προς τον ιστότοπο της επιχείρησης, παρέχοντας έτσι σε ένα ειδικά στοχευμένο κοινό τη δυνατότητα πρόσβασης στην προσφορά των προϊόντων της.

50. Ως εκ τούτου, μια τέτοια επί πληρωμή αντιστοίχιση λέξεων-κλειδιών συνιστά επαρκή σύνδεσμο, βάσει του άρθρου

125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, με το κράτος μέλος του οποίου το κοινό αποτελεί τον στόχο της διαφήμισης.

51. Όσον αφορά το γεγονός ότι σημείο καταχωρισμένο ως σήμα χρησιμοποιείται ως μετα-ετικέτα σε διαδικτυακή υπηρεσία διαμοιρασμού φωτογραφιών η οποία λειτουργεί υπό τομέα ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα, πρέπει να γίνει δεκτό ότι μια τέτοια χρήση διαφέρει από την επί πληρωμή αντιστοίχιση λέξεων-κλειδιών, στο πλαίσιο της εκτίμησης της προϋπόθεσης περί ύπαρξης ενεργής συμπεριφοράς, στοχευμένης στο κράτος μέλος όπου διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί η προσβολή. Πράγματι, σε μια τέτοια περίπτωση βελτιστοποίησης ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης, η προαναφερθείσα προϋπόθεση δεν φαίνεται να πληρούται εφόσον, αφενός, ένας ιστότοπος με τομέα ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα δεν απευθύνεται ειδικά στο κοινό κάποιου συγκεκριμένου κράτους μέλους και, αφετέρου, η μετα-ετικέτα έχει ως αποκλειστικό σκοπό να διευκολύνει τις μηχανές αναζήτησης στον εντοπισμό των φωτογραφιών που περιέχονται στον ως άνω ιστότοπο και, συνακόλουθα, να ενισχύσει την πρόσβαση σε αυτές.

52. Υπό τις συνθήκες αυτές, το αιτούν δικαστήριο δεν είναι δυνατόν να κρίνει εαυτό αρμόδιο, βάσει του άρθρου 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001, ελλείψει άλλων στοιχείων που να αποδεικνύουν ότι η βελτιστοποίηση ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης στοχεύει σε κοινό το οποίο είναι εγκατεστημένο στη Φινλανδία.

53. Ως προς τη φύση των επίμαχων προϊόντων και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς, εναπόκειται στο δικαστήριο που επιλαμβάνεται της αγωγής λόγω προσβολής σήματος να εκτιμήσει κατά περίπτωση σε ποιον βαθμό τα στοιχεία αυτά είναι κρίσιμα προκειμένου να συναχθεί ότι μια τέτοια βελτιστοποίηση ιστοσελίδας, της οποίας τα αποτελέσματα είναι προσβάσιμα στη γεωγραφική περιοχή που καλύπτει το σήμα, στοχεύει στους καταναλωτές της περιοχής αυτής (πρβλ. απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, L'Oréal κ.λπ., C-324/09, EU:C:2011:474, σκέψη 61).

54. Κατόπιν του συνόλου των ανωτέρω σκέψεων, στα προδικαστικά ερωτήματα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 125, παρ. 5, του κανονισμού 2017/1001 έχει την έννοια ότι ο δικαιούχος σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο οποίος θεωρεί ότι ζημιώνεται επειδή τρίτος χρησιμοποιεί, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείο πανομοιότυπο με το σήμα του στο πλαίσιο διαδικτυακών διαφημίσεων και προσφορών προς πώληση για προϊόντα πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα αυτό μπορεί να ασκήσει αγωγή λόγω προσβολής σήματος κατά του ως άνω τρίτου ενώπιον δικαστηρίου σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του κράτους μέλους όπου βρίσκονται καταναλωτές και επαγγελματίες στους οποίους στοχεύουν οι προαναφερθείσες διαφημίσεις ή προσφορές προς πώληση, παρότι ο εν λόγω τρίτος δεν καταλέγει ρητώς και κατηγορηματικώς το συγκεκριμένο κράτος μέλος στις γεωγραφικές περιοχές όπου μπορούν να παραδοθούν τα προϊόντα του, σε περίπτωση που ο τρίτος έχει κάνει χρήση

του σημείου αυτού για την επί πληρωμή αντιστοίχιση λέξεων-κλειδιών σε ιστότοπο μηχανής αναζήτησης που χρησιμοποιεί όνομα εθνικού τομέα ανωτάτου επιπέδου του συγκεκριμένου κράτους μέλους. Αντιθέτως, δεν ισχύει το ίδιο όταν ο ενδιαφερόμενος τρίτος απλώς και μόνον προέβη σε βελτιστοποίηση ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης, χρησιμοποιώντας μετα-ετικέτες με το οικείο σήμα ως λέξη-κλειδί, σε σχέση με εικόνες των προϊόντων του αναρτημένες σε υπηρεσία διαμοιρασμού φωτογραφιών η οποία λειτουργεί υπό όνομα τομέα ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα.

[...]

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (πέμπτο τμήμα) αποφαινεται:

Το άρθρο 125, παρ. 5, του κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιουνίου 2017, για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

έχει την έννοια ότι:

ο δικαιούχος σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο οποίος θεωρεί ότι ζημιώνεται επειδή τρίτος χρησιμοποιεί, χωρίς τη συγκατάθεσή του, σημείο πανομοιότυπο με το σήμα του στο πλαίσιο διαδικτυακών διαφημίσεων και προσφορών προς πώληση για προϊόντα πανομοιότυπα ή παρόμοια με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το σήμα αυτό μπορεί να ασκήσει αγωγή λόγω προσβολής σήματος κατά του ως άνω τρίτου ενώπιον δικαστηρίου σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης του κράτους μέλους όπου βρίσκονται καταναλωτές και επαγγελματίες στους οποίους στοχεύουν οι προαναφερθείσες διαφημίσεις ή προσφορές προς πώληση, παρότι ο εν λόγω τρίτος δεν καταλέγει ρητώς και κατηγορηματικώς το συγκεκριμένο κράτος μέλος στις γεωγραφικές περιοχές όπου μπορούν να παραδοθούν τα προϊόντα του, σε περίπτωση που ο τρίτος έχει κάνει χρήση του σημείου αυτού για την επί πληρωμή αντιστοίχιση λέξεων-κλειδιών σε ιστότοπο μηχανής αναζήτησης που χρησιμοποιεί όνομα εθνικού τομέα ανωτάτου επιπέδου του συγκεκριμένου κράτους μέλους. Αντιθέτως, δεν ισχύει το ίδιο όταν ο ενδιαφερόμενος τρίτος απλώς και μόνον προέβη σε βελτιστοποίηση ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης, χρησιμοποιώντας μετα-ετικέτες με το οικείο σήμα ως λέξη-κλειδί, σε σχέση με εικόνες των προϊόντων του αναρτημένες σε υπηρεσία διαμοιρασμού φωτογραφιών η οποία λειτουργεί υπό όνομα τομέα ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα.

Παρατηρήσεις

Η τεχνολογία αναδύεται, η νομολογία συντονίζεται (Technology is emerging, case-law is tuning in)¹

1. Εισαγωγή

Η σχολιαζόμενη απόφαση παρέχει -κάθε άλλο παρά δεδομένες- απαντήσεις σε κομβικά ερωτήματα, παρέχοντας και την αντίστοιχη καθοδήγηση στα εθνικά Δικαστήρια των Κρατών-Μελών. Η απόφαση καταπιάνεται με ζητήματα διεθνούς δικαιοδοσίας. Αφορά μάλιστα μια ειδικότερη προβληματική -προσβολή εμπορικού σήματος μέσω του διαδικτύου- η οποία ενώ ήδη μας απασχολεί, αναμένεται προοπτικά συνεχώς να εντείνεται.

2. Η φωτεινή λεωφόρος (ή η prime time) της ψηφιακής εποχής: GoogleAds, SEO και metatags

Μερικές μη νομικές επισημάνσεις είναι αναγκαίες για την ορθή προσέγγιση των νομικών ζητημάτων που τίθενται.

Η συγκεκριμένη υπόθεση αφορά, αφ' ενός, στη γνωστή υπηρεσία GoogleAds (παλαιότερα: AdWords). Συνοπτικά, με τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας, ο διαφημιζόμενος επιλέγει λέξεις-κλειδιά (keywords) και τις συνδέει με αποτέλεσμα που οδηγεί στην ιστοσελίδα του. Έτσι, εφόσον ο χρήστης της μηχανής αναζήτησης της Google αναζητήσει κάποια από αυτές τις λέξεις-κλειδιά, είναι πιθανό να εμφανιστεί ο διαφημιζόμενος σύνδεσμος της ιστοσελίδας του στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων (στο πάνω μέρος αλλά πολλές φορές και στο κάτω μέρος αυτής)². Έτσι, για παράδειγμα, όταν κάποιος αναζητά τη λέξη «παπούτσια» στο Google Search, η διαφήμιση εκείνου που επέλεξε ως keyword τη λέξη «παπούτσια», ενδέχεται να εμφανιστεί³.

Στο πλαίσιο του GoogleAds οι διαφημιζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να εστιάσουν σε συγκεκριμένα κοινά με βάση παράγοντες όπως η γεωγραφική τοποθεσία, η γλώσσα, η

1. Όπου γίνεται αναφορά σε σκέψη απόφασης του ΔΕΕ, εννοείται η σχολιαζόμενη. Σε περίπτωση που αναφερόμαστε σε άλλη απόφαση, αυτή θα αναφέρεται ειδικώς.
2. Διαφημίσεις εμφανίζονται και στη δεύτερη σελίδα κ.ο.κ., εφόσον ο χρήστης επιλέξει να περιηγηθεί και σε αυτές· φαινόμενο όχι σύνηθες.
3. Η υπηρεσία GoogleAds λειτουργεί με ένα σύστημα πλειστηριασμού. Κάθε φορά που κάποιος πραγματοποιεί μια αναζήτηση, ο αλγόριθμος διεξάγει έναν ιδιότυπο πλειστηριασμό για να καθορίσει ποιες διαφημίσεις θα εμφανιστούν και σε ποια σειρά θα εμφανιστούν. Οι διαφημιζόμενοι πληρώνουν κάθε φορά που κάποιος κάνει κλικ στη διαφήμισή τους («pay-per-click» ή PPC διαφήμιση).

ηλικία, το φύλο, τα ενδιαφέροντα και άλλα. Αυτό επιτρέπει στις διαφημίσεις να είναι πιο στοχευμένες και επομένως πιο αποτελεσματικές. Στην υπό κρίση υπόθεση, η φερόμενη ως παραβιάζουσα δικαίωμα στο εμπορικό σήμα μοιάζει να στόχευσε, κατά τα ανωτέρω, στο κοινό της Φινλανδίας. Τούτο ήταν κομβικής σημασίας για την εγκαθίδρυση αρμοδιότητας του ερωτώντος Δικαστηρίου σχετικά με τη συγκεκριμένη πράξη.

Το παραπέμπον δικαστήριο έθεσε όμως και ένα ερώτημα σχετικό με μια άλλη πράξη, σχετιζόμενη με το SEO (Search Engine Optimization).

Αναγκαίες είναι εδώ οι εξής επισημάνσεις: όταν διεξάγεται μια αναζήτηση στο Google Search, εκτός από τυχόν ιστοσελίδες που συνδέονται με συγκεκριμένες λέξεις μέσω της υπηρεσίας GoogleAds, στην πρώτη σελίδα θα δει κανείς και τις ιστοσελίδες με την καλύτερη αποτελεσματικότητα οργανικά (τεχνική ορολογία: οργανικά αποτελέσματα)⁴. Το αν μια σελίδα έχει καλή κατάταξη οργανικά αποτελεί συνάρτηση μιας σειράς παραγόντων, οι οποίοι (αλλά και η βαρύτητά τους) αλλάζουν συχνά. Αυτοί οι παράγοντες εκτείνονται από τη σχετικότητα του κειμένου που περιλαμβάνει τον υπό αναζήτηση όρο – ποια αποτελέσματα δηλαδή θεωρεί ο αλγόριθμος της Google ότι ταιριάζουν καλύτερα στην αναζήτηση του χρήστη, συγκεντρώνοντας περισσότερες πιθανότητες να ενσωματώνουν περιεχόμενο που τον ενδιαφέρει – μέχρι το πόσο «βαριά» είναι η ιστοσελίδα, δηλαδή πόσο γρήγορα την μεταφορτώνει το κινητό, ο Η/Υ κ.ο.κ.⁵.

Ένας από τους κρίσιμους παράγοντες είναι οι μεταετικέτες (metatags). Οι μεταετικέτες παρέχουν πληροφορίες για μια ιστοσελίδα, αλλά δεν εμφανίζονται πραγματικά σε αυτή. Δηλαδή, ο χρήστης δεν τις βλέπει. Αντίθετα, οι μεταετικέτες βοηθούν τις μηχανές αναζήτησης, όπως το Google Search, να κατανοήσουν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Με απλά λόγια, οι μεταετικέτες είναι λέξεις ή φράσεις που περιγράφουν το περιεχόμενο των αρχείων που ανεβάζονται στο διαδίκτυο, με σκοπό να επιτρέψουν στη μηχανή αναζήτησης να συνδέσει αυτά τα αρχεία με αναζητήσεις που βασίζονται σε συγκεκριμένες λέξεις. Μια ιστοσελίδα που περιέχει μεταετικέτα η οποία συνδέεται με μια λέξη που αναζητήθηκε στο Google έχει μεγαλύ-

τερες πιθανότητες να εμφανιστεί στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων.

Τόσο GoogleAds όσο και SEO αποτελούν τις αιχμές του δόρατος στη μάχη της διαφημιστικής προβολής στο σύγχρονο ψηφιακό εμπόριο.

3. Η υπό κρίση υπόθεση

3.1. Το πραγματικό

Η φινλανδική εταιρεία με την επωνυμία “Lännen MCE Oy” (στο εξής: Lännen) είναι δικαιούχος του λεκτικού εμπορικού σήματος της Ε.Ε. “WATERMASTER” προς διάκριση συγκεκριμένων αγαθών, μεταξύ άλλων και αμφίβιων εκσκαφών.

Σύμφωνα με τα δεδομένα που παρείχε το ερωτών δικαστήριο, η γερμανική εταιρεία με την επωνυμία “Berky GmbH” (στο εξής: Berky) είχε εισαγάγει τη λέξη “WATERMASTER” ως λέξη-κλειδί (keyword) στην υπηρεσία GoogleAds, με στόχευση στο κοινό που διεξάγει αναζήτηση από την Φινλανδία⁶. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα πολλοί χρήστες οι οποίοι αναζητούσαν τη λέξη “WATERMASTER” στη μηχανή αναζήτησης της Google και βρίσκονταν εντός Φινλανδίας, να βλέπουν στις πρώτες ή στις τελευταίες θέσεις της πρώτης σελίδας με την επισήμανση «χορηγούμενο» την ιστοσελίδα την οποία είχε επιλέξει η Berky και μέσω της οποίας πωλούσε ταυτόσημα ή ομοειδή προϊόντα με τα διακρινόμενα από το εμπορικό σήμα “WATERMASTER” της Lännen. Η περίπτωση της Berky δηλαδή είχε να κάνει με το GoogleAds.

Η επίσης γερμανική εταιρεία με την επωνυμία “Senwatec GmbH & Co. KG.” (στο εξής: Senwatec) και η οποία άνηκε στον ίδιο όμιλο με την Berky, έθεσε σε εικόνες δικών της μηχανημάτων μεταετικέτα με τη λέξη “WATERMASTER”. Αυτές τις φωτογραφίες αναφόρτωσε στην ιστοσελίδα www.flickr.com. Έτσι, κατά τα προεκτεθέντα, διευκόλυνε τις μηχανές αναζήτησης στον εντοπισμό των εικόνων αυτών και στην εμφάνισή τους στα σχετικά οργανικά αποτελέσματα, εφόσον κάποιος χρήστης έκανε αναζήτηση με βάση τη λέξη “WATERMASTER”.

3.2. Οι νομικές σκέψεις

3.2.1. Το ερώτημα

Σε επίπεδο εφαρμοστέου δικαίου, το ΔΕΕ εκκινεί από τη διαπίστωση ότι ερμηνευτέες είναι οι διατάξεις του Κανονισμού 2017/1001 ΕΕ (European Union Trademark Regulation - στο εξής: EUTMR) και όχι εκείνες του Κα-

4. Σύμφωνα με την έγκυρη σε συναφή θέματα ιστοσελίδα www.ahrefs.com, εκείνος ο οποίος εμφανίζεται στη δεύτερη σελίδα (κατά μείζονα λόγο και στις επόμενες) είναι «πρακτικά σόρατος» - <https://ahrefs.com/blog/how-to-get-on-the-first-page-of-google/>. Βλ. και <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/10/30/the-value-of-search-results-rankings/?sh=6313e8b144d3> (τελευταία ανάκτηση: 26.6.2023)

5. Για τα οργανικά αποτελέσματα δεν πληρώνεται αντίτιμο στην εταιρεία που προσφέρει τη μηχανή αναζήτησης.

6. Δεν είναι σαφές (σκ. 33) αν το φινλανδικό κοινό αποτελούσε μία εκ των επιλογών του διαφημιζόμενου ή την αποκλειστική επιλογή - αν δηλαδή δεν στοχεύονταν και άλλες χώρες.

νοτισμού 1215/2012 ΕΕ (Βρυξέλλες Ια)⁷. Ο EUTMR προβλέπει τον αποκλεισμό του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ επί αγωγών για παραβίαση εμπορικού σήματος της Ε.Ε.^{8, 9}. Εφαρμοστέες επομένως είναι οι σε αυτόν (EUTMR) κείμενες διατάξεις διεθνούς δικαιοδοσίας (ά. 122 επ.).

Το ερώτημα στο οποίο κλήθηκε να απαντήσει το ΔΕΕ ήταν ουσιαστικά το εξής: συγκροτούν τα ως άνω περιστατικά περιπτώσεις στις οποίες «διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί παραποίηση/απομίμηση» του εμπορικού σήματος τρίτου (της Lännen) επί φινλανδικού εδάφους;¹⁰ Επί καταφατικής απάντησης, θεμελιώνεται βάση διεθνούς δικαιοδοσίας των φινλανδικών δικαστηρίων για την αγωγή της Lännen κατά των Berky και Senwatec με αντικείμενο την προσβολή του εμπορικού της σήματος σύμφωνα με το ά. 125, παράγραφος 5 του EUTMR¹¹.

Ήδη είναι αναγκαία μια πρώτη παρένθεση: προκειμένου το ΔΕΕ να κρίνει περί διεθνούς δικαιοδοσίας Δικαστηρίων συγκεκριμένου Κράτους-Μέλους, δεν διεξάγεται επί της ουσίας εξέταση του ένδικου βοηθήματος¹². Την ουσιαστική βασιμότητα του ισχυρισμού θα την εξετάσει το εθνικό Δικαστήριο. Κατά το ΔΕΕ, για να διαπιστωθεί δικαιοδοσία, αρκεί να συντρέχουν «στοιχεία από τα οποία ευλόγως μπορεί να συναχθούν πράξεις προσβολής που ενδέχεται να έχουν διαπραχθεί ή επαπειλούνται να διαπραχθούν στο

έδαφος κράτους μέλους»¹³. Δεν εξετάζεται, υπό αυτή την έννοια η, εξάλλου «φερόμενη», παράνομη πράξη¹⁴.

3.2.2. Η έννοια της υπό κρίση διάταξης του ά. 125 παρ. 5 EUTMR

3.2.2.1. Γενικά

Ποια είναι λοιπόν η έννοια της διάταξης «διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί παραποίηση/απομίμηση» στο ά. 125 παρ. 5 του EUTMR; Ιδρύεται, εν προκειμένω, διεθνής δικαιοδοσία των φινλανδικών δικαστηρίων;

Παρένθεση δεύτερη: το ά. 7 περ. 2 του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ αναφέρει: «Πρόσωπο που έχει την κατοικία του σε κράτος μέλος μπορεί να εναχθεί σε άλλο κράτος μέλος: [...] ως προς ενοχές εξ αδικοπραξίας ή οιοιδήποτε αδικοπραξίας, ενώπιον του δικαστηρίου του τόπου όπου συνέβη ή ενδέχεται να συμβεί το ζημιογόνο γεγονός». Σύμφωνα με πάγια νομολογία, ως «τόπο[ς] όπου συνέβη ή ενδέχεται να συμβεί το ζημιογόνο γεγονός» μπορεί να εννοηθεί τόσο ο τόπος όπου συνέβη το γενεσιουργό της ζημίας γεγονός, όσο και ο τόπος επελεύσεως αυτής της ίδιας της ζημίας (duality of linking factors)¹⁵. Και ερωτάται: μπορεί αυτή η νομολογία επί του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ να χρησιμοποιηθεί ως ερμηνευτικό κεκτημένο για την προσέγγιση διατάξεων όμοιου, άλλωστε, λεκτικού, του EUTMR; Μπορεί, με άλλα λόγια, να δοθεί η ίδια ερμηνεία στις κρίσιμες διατάξεις του EUTMR; Η απάντηση είναι όχι. Για μια σειρά από λόγους -ακόμα και ιστορικούς- στις υπό κρίση διατάξεις του EUTMR ταιριάζει αυτοτελής ερμηνεία¹⁶. Και σε αυτή την τελευταία παρατήρηση η νομολογία του ΔΕΕ είναι πάγια.

Σύμφωνα λοιπόν με το ΔΕΕ, η φράση ««διαπράχθηκε ή επαπειλείται να διαπραχθεί παραποίηση/απομίμηση»

7. Στο εξής, χάριν συντομίας, με την αναφορά στον Κανονισμό 1215/2012 ΕΕ (Βρυξέλλες Ια) αναφερόμαστε και στους κανονιστικούς προγόνους του (Κανονισμός 2001/44 ΕΚ και Σύμβαση των Βρυξελλών). Το αντίστοιχο ισχύει και με την αναφορά στον Κανονισμό 2017/1001 ΕΕ. Οι κρίσιμες διατάξεις εξάλλου δεν παρουσιάζουν καμία ουσιώδη διαφορά· βλ. και προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Nilo Jääskinen επί της C-360/12, σκ. 15.
8. Βλ. άλλωστε και το ά. 67 του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ. Πρέπει ήδη από αυτό το σημείο να υπογραμμιστεί ότι η σχολιαζόμενη αφορά σε περίπτωση εμπορικού σήματος της Ε.Ε. Ο EUTMR όμως - και επομένως και οι εκεί διατάξεις που αποκλείουν την εφαρμογή του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ - δεν εφαρμόζεται επί εθνικών εμπορικών σημάτων, ούτε βέβαια επί λοιπών ζητημάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Στις περιπτώσεις αυτές, εφόσον παρουσιάζουν διεθνικότητα, εφαρμόζεται σήμερα ο Κανονισμός 1215/2012 ΕΕ. Βλ. C-172/18, σκ. 36. Βλ. και I. Ρεβολίδη, Διεθνής δικαιοδοσία και διαδίκτυο, 2020, 323 επ. Γ. Παραμυθιώτη, Η δωσιδικία για την προστασία του δημιουργού στο διαδίκτυο, ΔιΜΕΕ (πλέον ΔΙΤΕ), 4/2017, 523-533.
9. Σκ. 25. Βλ. και προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Nilo Jääskinen επί της C-360/12 και συγκεκριμένα υποσημ. 21 για την «παράδοξη» αρχιτεκτονική του συστήματος των διατάξεων.
10. Η απάντηση του ΔΕΕ στη σχολιαζόμενη αφορά σε θέματα δικαιοδοσίας και όχι σε κρίση επί της ουσίας.
11. Βάση διεθνούς δικαιοδοσίας αφορώσα μόνο στις πράξεις που σχετίζονται με το εν λόγω Κράτος-Μέλος· αντίθετα βλ. ά. 125 παρ. 1 EUTMR.
12. Σε αυτή την κατεύθυνση η σκ. 37.

13. Σκ. 39. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε προηγούμενη απόφασή του (C-172/18, σκ. 56) το ΔΕΕ είχε κρίνει πως θα πρέπει αυτό «να συνάγεται» από το περιεχόμενο του ιστοτόπου. Το να εξαρκείται «στο ενδεχόμενο [...]», αποτελεί μια χαλάρωση του σχετικού κριτηρίου. Αυτό είναι εμφανέστερο στην αγγλική απόδοση των κειμένων: η προϋπόθεση "if it is apparent" υποβιβάστηκε σε "a reasonable presumption". Τούτο συνέβη ίσως προκειμένου τα Δικαστήρια να μην αισθάνονται υποχρεωμένα να διενεργούν έλεγχο της ουσίας της υπόθεσης εις βάθος. Αρκεί, λοιπόν, ένα λογικό ενδεχόμενο. Όπως γραφόταν κριτικά για την χρήση της φράσης "it is apparent": "The use of the qualifier 'apparent' should not, however, be interpreted to require the right holder to prove its claim at the stage when the court determines its jurisdiction. Instead, the Member States courts should be generous in exercising jurisdiction in ambiguous cases". L. Lundstendt, Greater 'Degree of Consistency' Between the Special Jurisdiction Rule for EU Trade Marks and National Trade Marks, GRUR International, 69(4), 2020A, 364.
14. Προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 95.
15. C-360/12, σκ. 46. Βλ. όμως και σκ. 48 της ίδιας απόφασης.
16. C-360/12, σκ. 31.

ση» στον EUTMR διαθέτει βραχύτερο βεληνεκές από την όμοια φράση του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ. Επομένως, η διάταξη δεν μπορεί να παραπέμψει και στο γενεσιουργό γεγονός και στο αποτέλεσμα. Σε τι λοιπόν θα παραπέμψει; Σύμφωνα και πάλι με τη νομολογία, «ο σύνδεσμος αυτός σχετίζεται με ενεργή συμπεριφορά του αυτοουργού της επίμαχης παραποιήσεως/απομιμήσεως». Ποια είναι αυτή η ενεργή συμπεριφορά; Αυτή η ενεργή συμπεριφορά εντοπίζεται στη δημιουργία (μόνο) του γενεσιουργού γεγονότος¹⁷. Με αυτή τη λογική ακολουθία, για σκοπούς ά. 125 παρ. 5 EUTMR, κρίσιμος θεωρήθηκε στο παρελθόν ο τόπος του γενεσιουργού γεγονότος.

3.2.2.2. Η έννοια ειδικά σε υποθέσεις διαφήμισης/προσφορών σε περιβάλλον διαδικτύου

Εντούτοις, ειδικά σε υποθέσεις διαφήμισης και προσφορών μέσω του διαδικτύου – όπως η σχολιαζόμενη – το ΔΕΕ έχει νομολογήσει τα εξής: εξακολουθούμε να αναζητούμε ενεργή συμπεριφορά¹⁸. Αυτές οι πράξεις, ωστόσο, ειδικά σε τέτοιες περιπτώσεις (διαφημίσεις και προσφορές μέσω του διαδικτύου) *πρέπει να γίνεται δεκτό* ότι τελέστηκαν **στην επικράτεια όπου βρίσκονται οι καταναλωτές** ή οι επαγγελματίες στους οποίους απευθύνονται¹⁹. Τελέστηκαν, δηλαδή, εκεί που στοχεύουν οι διαφημίσεις και οι προσφορές.

Ήδη –για να είμαστε ειλικρινείς– με την παραπάνω ερμηνευτική προσέγγιση απομακρυνόμαστε από τη θεωρία του γενεσιουργού γεγονότος²⁰. Αυτό, ωστόσο, είναι αναγκαίο, στο μέτρο που διαφορετική ερμηνεία σε περιβάλλον διαδικτύου (για παράδειγμα: πού ελήφθη η απόφαση για τη διαφήμιση, πού πατήθηκε το κλικ για την έναρξή της κτλ, η οποία φυσικά συμφιλιώνεται περισσότερο με το κατ' ακριβολογία γενεσιουργό γεγονός) θα παραμέριζε βασικά τελεολογικά επιχειρήματα και θα παρέβλεπε το πνεύμα και το σκοπό των ερμηνευτέων διατάξεων.²¹ Επομένως επιλέγεται οι πράξεις «να γίνεται δεκτό ότι τελέστηκαν **στην επικράτεια όπου βρίσκονται οι καταναλωτές** ή οι επαγγελματίες [...]» παρ' ότι σύμφωνα με τη θεωρία του γενεσιουργού γεγονότος αυτές (ενν. οι πράξεις) φυσιολογικά θα εντοπίζονταν στην έδρα της διαφημιζόμενης (όπου δη-

λαδή ελήφθη η απόφαση ανάρτησης της διαφήμισης, έγινε το κλικ για την ανάρτηση της καμπάνιας κ.ο.κ.) .

Το ότι απομακρυνόμαστε από τη θεωρία του γενεσιουργού γεγονότος ίσως το αναγνωρίζει (έμμεσα) και η σχολιαζόμενη: απέχει από τη χρήση και διάστιξη μεταξύ των εννοιών του γενεσιουργού γεγονότος και του ζημιόγνου αποτελέσματος, κατά την υπαγωγή των υπό κρίση πραγματικών περιστατικών²².

Επανερχόμενοι στα πορίσματα της σχολιαζόμενης (και ανακεφαλαιώνοντάς τα μερικώς): **όταν** τέτοιες πράξεις συνίστανται σε διαδικτυακές διαφημίσεις και προσφορές προς πώληση, ερευνάται η **γεωγραφική περιοχή όπου βρίσκονται οι καταναλωτές ή οι επαγγελματίες στους οποίους απευθύνονται οι διαφημίσεις και οι προσφορές προς πώληση**.

Το ερώτημα επομένως μεταπλάθεται: πότε μια διαφήμιση «στοχεύει» σε αγοραστές εντός ορισμένης επικράτειας; Από τη μια, επί εμπορικού σήματος της Ε.Ε. «η απλή δυνατότητα προσβάσεως σε διαδικτυακό τόπο εντός του καλυπτόμενου από το σήμα εδάφους δεν αρκεί για να συναχθεί το συμπέρασμα ότι οι αναρτώμενες στον εν λόγω ιστότοπο προσφορές προς πώληση έχουν ως αποδέκτες καταναλωτές ευρισκόμενους στο έδαφος αυτό»²³. Τι όμως, ακόμα, απαιτείται για τη διάγνωση «στόχευσης»;²⁴

3.3. Η υπό κρίση περίπτωση

3.3.1. GoogleAds

Το ΔΕΕ, προκειμένου να διαγνώσει πού τείνει η στόχευση, εξετάζει αρχικά «τυχόν διευκρινίσεις ως προς τις γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των επίμαχων προϊόντων». Αυτό το στοιχείο έχει ήδη νομολογηθεί ότι έχει ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο του εντοπισμού των αποδεκτών καταναλωτών²⁵. Το Δικαστήριο ακολούθως διαπιστώνει ότι στην ιστοσελίδα δεν υπάρχει ειδική αναφορά στη Φινλανδία ή στη γεωγραφική ζώνη παράδοσης των προϊόντων

17. C-360/12, σκ. 34: «Ως εκ τούτου, ο σύνδεσμος τον οποίο προβλέπει η διάταξη αυτή αφορά το έδαφος του κράτους μέλους εντός του οποίου συνέβη ή ενδέχεται να συμβεί το γενεσιουργό γεγονός της προβαλλόμενης παραποιήσεως/απομιμήσεως και όχι του κράτους μέλους εντός του οποίου παράγει τα αποτελέσματά της η εν λόγω παραποίηση/απομίμηση»· βλ. εκτενέστερα προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Nilo Jääskinen επί της C-360/12, σκ. 31 και 32.

18. C-172/18, σκ. 44.

19. C-172/18, σκ. 47.

20. Βλ. υποσημ. 17.

21. C-172/18, σκ. 48-49, 52-53 και 57. Βλ. και προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 80 και 81.

22. Το αυτό και η C-172/18 η οποία κρίνει και εκείνη επί διαδικτυακού περιβάλλοντος. Αντίθετα, στην C-360/12 – η οποία κρίνει επί περιστατικών στον αναλογικό και όχι στον ψηφιακό κόσμο – η αναφορά σε γενεσιουργό γεγονός και σε τόπο επέλευσης της ζημίας είναι συχνή.

23. C-324/09, σκ. 64.

24. Σύμφωνα με τη νεότερη, τουλάχιστον, νομολογία του ΔΕΕ, δεν είναι ακριβές ότι η θεωρία της στόχευσης συνδέεται – ότι αποτελεί δηλαδή σχετικό κριτήριο – με την έννοια του τόπου επέλευσης της ζημίας. Η θεωρία της στόχευσης συνδέθηκε με το γενεσιουργό γεγονός στην υπόθεση C-172/18. Βλ. *L. Lundstendt*, ό.π., 363.

25. C-324/09, σκ. 65. Παρ' ότι δεν αφορούσε ζήτημα διεθνούς δικαιοδοσίας, η απόφαση διατηρεί χρησιμότητα· βλ. προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 81 και 82.

της Senwatec²⁶. Κατόπιν ελέγχου, κρίνει ότι το ήδη νομολογημένο κριτήριο δεν συντρέχει.

Ερωτάται, ωστόσο, αν υπάρχουν άλλοι ενδείκτες οι οποίοι ενδεχομένως θα στήριζαν δικαιοδοσία των φινλανδικών Δικαστηρίων.

Το ΔΕΕ δεν είχε έως τώρα την ευκαιρία να δώσει απάντηση σε αυτό το ερώτημα – δηλαδή περί λοιπών ενδεικτών – στο πλαίσιο του EUTMR.²⁷ Για το λόγο αυτό αναζητήσε ερμηνευτική συνδρομή στη νομολογία επί του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ. Και ναι μεν – κατά τα προεκτεθέντα – ο EUTMR αποκλείει την εφαρμογή του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ, πλην όμως «[τ]ούτο [...] δεν σημαίνει ότι ο τελευταίος αυτός κανονισμός στερείται σημασίας προς τον σκοπό της αποσαφήνισης και της ερμηνείας εννοιών οι οποίες είναι ανάλογες με εκείνες που προβλέπει και οι οποίες, δεδομένου ότι μνημονεύονται στο κείμενο του κανονισμού 2017/1001, είναι αναγκαίες για την ερμηνεία»^{28, 29}.

Σύμφωνα λοιπόν με σχετική νομολογία επί του Κανονισμού 44/2001 ΕΚ (κανονιστικός πρόγονος του Κανονισμού 1215/2012 ΕΕ), η εκτίμηση ότι ο έμπορος κατευθύνει τις δραστηριότητές του προς το κράτος μέλος της κατοικίας του καταναλωτή μπορεί να στηριχθεί σε μια σειρά παραγόντων³⁰. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγεται η ύπαρξη τιμήματος «για την παροχή υπηρεσιών ευρετηριάσεως στο Διαδίκτυο προκειμένου να διευκολυνθεί η δυνατότητα προσβάσεως καταναλωτών που κατοικούν εντός διαφορετικών κρατών μελών στον ιστότοπο του εμπόρου»³¹.

Με αυτή τη συλλογιστική το ΔΕΕ κατέληξε ότι και για σκοπούς ερμηνείας του ά. 125 παρ. 5 του EUTMR η πληρωμή για την αντιστοίχιση λέξεων-κλειδίων συνιστά την ενεργή συμπεριφορά η οποία θεμελιώνει επαρκή σύνδεσμο με το κράτος μέλος του οποίου το κοινό αποτελεί τον στόχο της διαφήμισης^{32,33}.

3.3.2. Το SEO

Έτερο ζήτημα που απασχόλησε το ΔΕΕ αποτέλεσε το κατά πόσο η χρήση του εμπορικού σήματος “WATERMASTER” ως μεταετικέτα σε διαδικτυακή υπηρεσία διαμοιρασμού φωτογραφιών η οποία λειτουργεί υπό τομέα ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα (www.flickr.com) μπορεί να θεμελιώσει δικαιοδοσία φινλανδικού δικαστηρίου. Το ΔΕΕ εδώ κρισιολόγησε ότι δεν εντοπίζεται ενεργή συμπεριφορά, με στόχευση στη Φινλανδία.

Η αιτιολογία επί τούτου έχει ως εξής: η προαναφερθείσα προϋπόθεση (της στόχευσης) δεν φαίνεται να πληρούται στις περιπτώσεις βελτιστοποίησης ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης. Περαιτέρω, ένας ιστότοπος με τομέα

κατευθύνει με οποιοδήποτε μέσον τέτοιου είδους δραστηριότητες σ' αυτό το κράτος μέλος [...]». Πρόκειται για την αντίστοιχη διάταξη του ά. 17 παρ. περ. γ' του Κανονισμού 1215/2012 ΕΚ· όχι δηλαδή για εκείνη του ά. 7 παρ. 2 με αναφορά στο ζημιολογικό γεγονός (και η ερμηνεία επί της οποίας κρίνεται παγίως ότι δεν μπορεί να μεταφερθεί “en bloque” στον EUTMR).

26. Σκ. 13 και 43-44. Εξάλλου η γενική αναφορά στην Ε.Ε. δεν αρκεί· βλ. προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 90.

27. Σκ. 21.

28. Βλ. για παράδειγμα και την C-541/18 (σκ. 32) για την ερμηνευτική επικοινωνία μεταξύ διατάξεων του EUTMR και της Οδηγίας 2015/2346 ΕΕ (Οδηγία για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων).

29. Η αντιδιαστολή των δύο δεν εμπόδισε και στο παρελθόν να αντληθούν ερμηνευτικά επιχειρήματα για τον EUTMR, όπου αυτό ταιριάζει· βλ. προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Nilo Jääskinen επί της C-360/12, σκ. 34, 35 και 37, με αναφορά σε «οικουμενικές αρχές» των κανόνων διεθνούς δικαιοδοσίας.

30. Ο κατάλογος δεν είναι εξαντλητικός. Βλ. και λοιπούς – ομοίως μη περιοριστικά αναφερόμενους – ενδείκτες στο ά. 3 της Κοινής Σύστασης του 2001 του Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας (ΠΟΠΙ) περί ρυθμίσεων για την προστασία των Εμπορικών Σημάτων και άλλων Δικαιωμάτων Πνευματικής Ιδιοκτησίας επί σημείων στο Διαδίκτυο (WIPO Joint Recommendation of 2001 Concerning Provisions on the Protection of Marks, and other Industrial Property Rights in Signs on the Internet).

31. Το ΔΕΕ παραπέμπει στις C-585/08 και C-144/09 (σκ. 93), όπου και η ερμηνεία της διάταξης του ά. 15 παρ. 1 περ. γ' του Κανονισμού 44/01 ΕΚ: «[...] όταν η σύμβαση καταρτίσθηκε με πρόσωπο, το οποίο ασκεί εμπορικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες στο έδαφος του κράτους μέλους κατοικίας του καταναλωτή ή το οποίο

32. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τη σκ. 50 της απόφασης: «[...] συνιστά τέτοια ενεργή συμπεριφορά η πληρωμή που καταβάλλεται από μια επιχείρηση στον φορέα εκμετάλλευσης ιστοτόπου μηχανής αναζήτησης με εθνικό τομέα ανωτάτου επιπέδου κράτους μέλους διαφορετικού από εκείνο στο οποίο είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση, προκειμένου να εμφανίζεται, προς το κοινό του κράτους μέλους αυτού, σύνδεσμος προς τον ιστότοπο της επιχείρησης, παρέχοντας έτσι σε ένα ειδικά στοχευμένο κοινό τη δυνατότητα πρόσβασης στην προσφορά των προϊόντων της». Παρατηρούμε (κι εδώ) ότι ενώ η κατ' ακριβολογία ενεργή συμπεριφορά τελέστηκε εκτός φινλανδικού εδάφους (πληρωμή υπηρεσίας GoogleAds), «θεωρούμε ότι» τελέστηκε εντός αυτού. Έτσι, κατ' αποτέλεσμα προσεγγίζουμε την έννοια της χρήσης σήματος του ά. 9 παρ. 3, ιδίως περ. β' και ε' EUTMR. Κάπως έτσι και η C-172/18, σκ. 52-54.

33. Σύμφωνα εξάλλου και με το ά. 2 της Κοινής Σύστασης του 2001 του ΠΟΠΙ, «η χρησιμοποίηση ενός σημείου στο Διαδίκτυο συνιστά χρήση εντός κράτους μέλους για τους σκοπούς των κρίσιμων διατάξεων, μόνον εφόσον η εν λόγω χρήση έχει εμπορικής φύσεως αποτελέσματα στο εν λόγω κράτος μέλος». Την χρησιμότητα του εν λόγω κειμένου υπενθύμισε ο Γενικός Εισαγγελέας N. Jääskinen στις προτάσεις του επί της C-324/09, σκ. 128 και 129. Από την εγχώρια βιβλιογραφία βλ. σχετικά Κινινή, ΔικΣημ 2022, άρθρο 7, αρ. 39 επ. Και ενόσω απαιτείται ενεργή συμπεριφορά στοχευμένη στο Κράτος-Μέλος (βλ. και σκ. 51), ορθά σημειώνεται ότι αυτή δεν απαιτείται να είναι και «φυσική»· βλ. L. Lundstendt, ό.π., 358-359, με τις εκεί παραπομπές σε Kur. Ιδίως στο σύγχρονο περιβάλλον, η ψηφιακή συμπεριφορά μπορεί να έχει πολύ εντονότερα αποτελέσματα στην αγορά συγκριτικά με τη φυσική. Αυτή η πραγματικότητα είναι χρήσιμη και επηρεάζει και λοιπούς τομείς δικαίου, όπως το διεθνές φορολογικό δίκαιο (π.χ. έννοια μόνιμης εγκατάστασης).

ανωτάτου επιπέδου γενικού χαρακτήρα (.com) δεν απευθύνεται ειδικά στο κοινό κάποιου συγκεκριμένου κράτους μέλους³⁴. Άλλωστε, το ΔΕΕ θεώρησε κρίσιμο και το ότι η μετα-ετικέτα έχει ως αποκλειστικό σκοπό να διευκολύνει τις μηχανές αναζήτησης στον εντοπισμό των φωτογραφιών που περιέχονται στον ιστότοπο και, συνακόλουθα, να ενισχύσει την πρόσβαση σε αυτές. Επομένως, καταλήγει η απόφαση, δεν συντρέχουν στοιχεία (σκ. 52) που να αποδεικνύουν ότι η βελτιστοποίηση ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης στοχεύει σε κοινό το οποίο είναι εγκατεστημένο στη Φινλανδία³⁵.

4. Τελικές παρατηρήσεις

4.1. Πρακτική σημασία

ι. Το ΔΕΕ με τη σχολιαζόμενη επιβεβαιώνει παλαιότερη νομολογία του στην οποία και συχνά παραπέμπει. Σύμφωνα με αυτή, επί διαδικτυακών διαφημίσεων και προσφορών, κρίσιμη για την εγκαθίδρυση διεθνούς δικαιοδοσίας του ά. 125 παρ. 5 EUTMR είναι η διαπίστωση της εδαφικής επικράτειας στην οποία ειδικά αυτές στοχεύουν. Δεν αρκεί η δυνατότητα πρόσβασης στην διαφήμιση ή στην ιστοσελίδα που σχετίζεται με την προσφορά· κάτι που άλλωστε θα διεύρυνε υπερβολικά κι αναίτια το φάσμα πιθανών δικαιοδοσιών^{36,37}.

Μοιάζει επίσης το ΔΕΕ να υιοθετεί, στο ψηφιακό τουλάχιστον περιβάλλον, μια τάση εγκατάλειψης του διπόλου «γενεσιουργό γεγονός - τόπος επέλευσης της ζημίας» χωρίς ωστόσο, ακόμα, να το διατυπώνει και πανηγυρικά. Είναι ενδεικτικό ότι, τόσο στη σχολιαζόμενη, όσο και στη συνεχώς από αυτή παραπεμπόμενη, ελλείπουν αναφορές στις εν λόγω έννοιες. Το ακριβώς αντίθετο συναντούμε σε νομολογία που αφορούσε τον αναλογικό κόσμο³⁸.

Ακόμα όμως και αν υποθέσουμε ότι το ΔΕΕ υπόρρητα εξακολουθεί να αναφέρεται στη θεωρία του γενεσιουργού γεγονότος - προκειμένου να μην έρθει σε σύγκρουση με παλαιότερη νομολογία του σύμφωνα με την οποία η απαιτούμενη ενεργή συμπεριφορά για σκοπούς ά. 125 παρ. 5 EUTMR εντοπίζεται στην πρόκληση του γενεσιουργού γεγονότος -³⁹ υποχρεώνεται να την ερμηνεύσει κατά τρόπο μη φυσιολογικό, προσλαμβάνοντας κάτι σαν πλάσμα δικαίου (βλ. σκ. 41: «πρέπει να γίνεται δεκτό ότι οι πράξεις αυτές έχουν διαπραχθεί στη γεωγραφική περιοχή όπου [...]»)⁴⁰.

Ως τελικό συμπέρασμα, είναι εμφανές ότι σε κάθε περίπτωση το ΔΕΕ προσεγγίζει το ζήτημα του απαιτούμενου συνδέσμου υπό ένα περισσότερο λειτουργικό και τελολογικό κύβηλο, με απώτερο σκοπό να (εξακολουθήσει να) υλοποιεί τους σκοπούς που επεδίωξε ο νομοθέτης της Ένωσης⁴¹.

Είναι εξάλλου ενδιαφέρουσα η ακόλουθη παραδοχή του Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar: προκειμένου να κριθεί το ζήτημα του προσδιορισμού του τόπου τελέσεως της πράξεως που συνιστά παραποίηση/απομίμηση, όταν αυτή διαπράττεται μέσω ιστοτόπου, η γραμματική ερμηνεία των όρων δεν δύναται να εξασφαλίσει ικανοποιητικά αποτελέσματα⁴². Στις περιπτώσεις αυτές, η αποδιδόμενη ερμηνεία θα βρίσκεται, όχι σπάνια, σε ένταση με την γραμματική κατανόηση των λέξεων⁴³. Θα είχε σίγουρα ενδιαφέρει

34. Εάν, αντίθετα, οι φωτογραφίες είχαν μεταφορτωθεί σε ιστοσελίδα με κατάληξη .fi, θα μπορούσε ενδεχομένως το ΔΕΕ να καταλήξει σε αρμοδιότητα Φινλανδικών Δικαστηρίων, βάσει του άρ. 3 d(iii) της Κοινής Σύστασης του ΠΟΠΙ (2001): "whether the sign is used in connection with a domain name which is registered under the ISO Standard country code 3166 Top Level Domain referring to the Member State;".

35. Αξίζει να σημειωθεί η εξής λεπτομέρεια: το ερωτών δικαστήριο (σκ. 14) μοιάζει να υποσιδάζει ένα στοιχείο στόχευσης στην εν λόγω πρακτική· ότι δηλαδή οι καρποί του SEO φαίνονταν μόνο (;) από αναζήτηση μέσω www.google.fi. Ωστόσο το ΔΕΕ, ορθώς (σκ. 51), εστίασε στην ιστοσελίδα στην οποία αναρτήθηκαν οι φωτογραφίες με συγκεκριμένη μεταετικέτα (www.flickr.com). Πράγματι, στην περίπτωση αυτή το SEO δεν μπορεί να στοχεύει αποκλειστικά σε χρήστες του domain της Google με TLD .fi (www.google.fi).

36. Σε αυτή την κατεύθυνση η C-324/09, σκ. 64.

37. Βλ. ήδη από το 2007 *D. Stone*, Trade marks, language, and the net, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2007, Vol. 2, No. 5, 347.

38. Βλ. υποσημ. 22.

39. *L. Lundstendt*, ό.π., 363.

40. Φυσιολογικά, σύμφωνα με εκείνη τη νομολογία, το ΔΕΕ θα ήταν αναμενόμενο να δεχθεί αρμοδιότητα του μέρους στο οποίο έγινε ενεργοποίηση της διαφήμισης. Βλ. *E. Rosati*, International jurisdiction in online EU trade mark infringement cases: where is the place of infringement located?, *European Intellectual Property Review*, 2016, vol. 38, No. 8, 482. Ωστόσο, ούτως ή άλλως, στην πράξη, αντικείμενο δίκης (π.χ. αποζημίωση), θα υπάρξει τις περισσότερες φορές μόνο εφόσον στόχευε η προσβολή στο Κράτος-Μέλος με την έννοια του ά. 125 παρ. 5 (εν όψει και του ά. 126 παρ. 2 EUTMR). Κάπως έτσι *S. Depreeuw/J.B. Hubin* Of availability, targeting and accessibility: online copyright infringements and jurisdiction in the EU, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Vol. 9, No. 9, 764· το αυτό αναγνωρίζει και η *E. Rosati*, ό.π., 491.

41. Για μερικά αδιέξοδα που θα δημιουργούνταν σε διαφορετική περίπτωση, βλ. και προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 51 και 54.

42. Προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα Maciej Szpunar επί της C-172/18, σκ. 35. Βλ. και την εκεί υποσημ. 22: «Τούτο καταδεικνύει, όπως έχω παρατηρήσει σε ένα πολύ διαφορετικό πλαίσιο, ήτοι στον τομέα της φορολογίας, και έχω επισημάνει στις προτάσεις μου στην υπόθεση Geelen (C-568/17, EU:C:2019:109, σημεία 17 και 28), ότι, όσον αφορά το διαδικτυακό περιβάλλον, η γραμματική ερμηνεία διατάξεως σχετικής με τον τόπο επελεύσεως συγκεκριμένου γεγονότος σε ορισμένες περιπτώσεις δεν δύναται να εξασφαλίσει ικανοποιητικά αποτελέσματα».

43. Η υποστήριξη από το ΔΕΕ, τουλάχιστον στο παρελθόν, της ερμηνευτικής εκδοχής της σύνδεσης της ενεργής συμπεριφοράς με τον τόπο του γενεσιουργού γεγονότος, φαίνεται να βασίζεται

αν είχαν εκδοθεί προτάσεις Γενικού Εισαγγελέα για την υπό κρίση υπόθεση⁴⁴.

ii. Το ΔΕΕ παρέχει σημαντική καθοδήγηση και σε ένα ζήτημα επί του οποίου μέχρι πρότινος δεν είχε την ευκαιρία να εκφράσει γνώμη. Ποιοι μπορεί να είναι οι ενδείκτες οι οποίοι στηρίζουν δικαιοδοσία για σκοπούς ά. 125 παρ. 5 EUTMR, πέραν των τυχόν διευκρινίσεων ως προς τις γεωγραφικές ζώνες παράδοσης των επίμαχων προϊόντων; Η απόφαση έχει και περαιτέρω καθοδηγητική σημασία αφού τα συμπεράσματά της μπορούν να μεταφερθούν επί βιομηχανικού σχεδίου: η διάταξη του ά. 82 παρ. 5 του Κανονισμού 2002/06 ΕΕ είναι πανομοιότυπη⁴⁵.

Είναι επίσης σημαντικό να σημειωθεί πως το ΔΕΕ μοιάζει να χαλάρωσε την απαίτηση ελέγχου της ουσίας, όταν κρίνεται η δικαιοδοσία συγκεκριμένου δικαστηρίου⁴⁶.

4.2. Παρανόηση του τρόπου λειτουργίας του GoogleAds;⁴⁷

i. Το ΔΕΕ ενδέχεται να μην κατανόησε πλήρως τον τρόπο λειτουργίας της υπηρεσίας GoogleAds.⁴⁸ Από διάφορες σκέψεις (βλ. για παράδειγμα την σκ. 22) φαίνεται να νομίζεται ότι η Berkly είχε επιλέξει την προβολή της διαφήμισης σε χρήστες που διεξήγαγαν αναζήτηση μέσω της ιστοσελίδας www.google.fi. Ωστόσο, με τη συγκεκριμένη υπηρεσία, όπως εισαγωγικά εκτέθηκε, το κοινό δεν στοχεύεται με κριτήριο την κατάληξη της ιστοσελίδας που χρησιμοποιεί για την αναζήτηση (π.χ. google.fi/gr/com/de

– δεν στοχεύεται, δηλαδή, με βάση το top level domain ή TLD). Δεν είναι δυνατόν μέσω GoogleAds να περιοριστεί η διαφήμιση μόνο σε περιπτώσεις αναζήτησης από συγκεκριμένο TLD του Google Search.

Αντίθετα, η διαφήμιση μπορεί να προβάλλεται με κριτήριο το πού βρίσκεται ο χρήστης κατά την αναζήτηση. Μόνο έτσι είναι –αλλά και ήταν– τεχνικά εφικτό να «στοχεύσει» κανείς σε συγκεκριμένο κράτος. Επομένως, στο βαθμό που η απόφαση εστιάζει σε πολλά χωρία στην κατάληξη [.fi](http://www.google.fi) (www.google.fi), για να κρίνει επί της δικαιοδοσίας, η αντίστοιχη προκειμένη είναι εσφαλμένη. Ωστόσο, η απόφαση είναι κατ' αποτέλεσμα σωστή και κινείται στην κατεύθυνση που γνησίως (φαίνεται να) επεδίωκε. Τούτο διότι είναι προφανές πως θεώρησε κρίσιμο το ότι «εμφανίζεται, προς το κοινό του κράτους μέλους αυτού, σύνδεσμος προς τον ιστότοπο της επιχείρησης, παρέχοντας έτσι σε ένα ειδικά στοχευμένο κοινό τη δυνατότητα πρόσβασης στην προσφορά των προϊόντων της»⁴⁹.

ii. Οι ανωτέρω υπό 4.2.i. παρατηρήσεις ενδέχεται να είναι ακριβείς. Τα στοιχεία έχουν διασταυρωθεί από πλείονες πηγές και στο μέτρο του δυνατού έχουν προηγηθεί συζητήσεις με επαγγελματίες του κλάδου. Καθόλου δεν αποκλείεται, ωστόσο, να κάνω λάθος.⁵⁰ Δεν είναι τομέας που γνωρίζουμε καλά. Σε κάθε περίπτωση – και ακριβώς επειδή δεν πρόκειται για έναν τομέα στο χειρισμό του οποίου κατά κανόνα οι νομικοί είμαστε επιδέξιοι – το βέβαιο είναι ότι, όσο η ερμηνεία κρίσιμων νομικών ζητημάτων προσεγγίζει στην κατανόηση του τρόπου λειτουργίας σύγχρονων τεχνολογικών φαινομένων (και το ζήτημα του GoogleAds και των *metatags* είναι μάλλον από τα απλούστερα αυτών), το έργο των δικαστών και των δικηγόρων γίνεται εντόνως πολυπλοκότερο. Οι φερόμενες προς κρίση νέες πραγματικότητες αφορούν πλέον μια τεράστια παλέτα υποθέσεων.

Γιάννης Ψαράκης

Δικηγόρος, Υπ. ΔΝ Δικαίου Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, ΜΔΕ III, Υπότροφος ΕΛ.ΙΔ.Ε.Κ.

και στη γραμματική ερμηνεία της – ενδιάμεσης, πάντως, προϋπόθεσης – ενέργειας του ά. 125 παρ. 5 EUTMR. Ενέργεια συνθήως απαιτεί η δημιουργία του γεγονότος, το οποίο στη συνέχεια παράγει αποτελέσματα.

44. Σύμφωνα με το ά. 20 του Οργανισμού του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (βλ. και ά. 252 ΣΛΕΕ που παραπέμπει σε αυτό): “Where it considers that the case raises no new point of law, the Court may decide, after hearing the Advocate General, that the case shall be determined without a submission from the Advocate General”. Το ότι δεν ζητήθηκαν προτάσεις του, έχει, ίσως, την σημασία του.
45. Σκέψη από *M. Pemsel*, CJEU clarifies connecting factors and level of assessment for international jurisdiction of EU trade mark courts (διαθέσιμο σε: <https://ipkitten.blogspot.com/2023/05/cjeu-clarifies-connecting-factors-and.html> - τελευταία ανάκτηση 26.6.2023).
46. Βλ. υποσημ. 13.
47. Για τα AdWords (ήδη: GoogleAds), ωστόσο επί εθνικού εμπορικού σήματος, βλ. και *A. Ανθιμο*, Προσβολή σήματος στο διαδίκτυο με χρήση Ad words - Ζητήματα διεθνούς δικαιοδοσίας, ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ, 91/2012, 82-83.
48. Βλ. σχετικά <https://shorturl.at/hivS6>: “Understanding Geographical Targeting vs. Search Engine Domain in Google Ads”. Βλ. και <https://shorturl.at/qrsx1> (chatgpt Model: GPT-4), από όπου προκύπτει ότι εφόσον ο χρήστης βρίσκεται εντός συγκεκριμένου χώρου που έχει στοχεύσει ο διαφημιζόμενος, η διαφήμιση εμφανίζεται από οποιοδήποτε TLD της Google κάνει την αναζήτηση.

49. Σκ. 49.

50. Δεν θα είναι η πρώτη φορά.