

Wreszcie w ramach zarzutu trzeciego A2A wnosi posiłkowo o uchylenie wyroku ze względu na naruszenie prawa wspólnotowego i sformułowanych w nim zasad w zakresie, w jakim w wyroku tym potwierdzono zgodność z prawem zawartego w decyzji nakazu odzyskania pomocy. Według skarżącej wyrok należy uchylić ze względu na to, że wbrew wcześniejszemu orzecznictwu sądów wspólnotowych potwierdzono w nim zgodność z prawem zawartego w decyzji nakazu o charakterze ogólnym, a w istocie także całkowity brak uznania po stronie władz krajowych.

(<sup>1</sup>) Decyzja Komisji 2003/193/WE z dnia 5 czerwca 2002 w sprawie pomocy państwa w formie zwolnień podatkowych i pożyczek na preferencyjnych warunkach przyznanych przez Włochy na rzecz przedsiębiorstw użyteczności publicznej z przewagą kapitału publicznego (Dz.U. L 77, s. 21).

**Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez High Court of Justice (England and Wales), Chancery Division w dniu 12 sierpnia 2009 r. — L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L'Oréal (UK) Limited przeciwko eBay International AG, eBay Europe SARL, eBay (UK) Limited, Stephanowi Pottsowi, Tracy Ratchford, Marie Ormsby, Jamesowi Clarke'owi, Joannie Clarke, Glenowi Foksovi, Rukhsanie Bi**

(Sprawa C-324/09)

(2009/C 267/71)

Język postępowania: angielski

#### Sąd krajowy

High Court of Justice (England and Wales), Chancery Division

#### Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L'Oréal (UK) Limited

Strona pozwana: eBay International AG, eBay Europe SARL, eBay (UK) Limited, Stephan Potts, Tracy Ratchford, Marie Ormsby, James Clarke, Joanna Clarke, Glen Fox, Rukhsana Bi

#### Pytania prejudycjalne

- 1) W razie gdy testery perfum i kosmetyków (tzn. próbki używane przy demonstrowaniu towarów konsumentom w placówkach handlu detalicznego) oraz „dramming bottles” (tzn. pojemniki, z których mogą być pobierane niewielkie ilości w celu dostarczenia ich konsumentom w formie bezpłatnych próbek), które nie są przeznaczone do sprzedaży konsumenckiej (i są często oznaczone „nie do sprzedaży” lub „nie do sprzedaży indywidualnej”), są dostarczane nieodpłatnie autoryzowanym dystrybutorom właściciela znaku towarowego, to czy takie towary zostały „wprowadzone do obrotu” w rozumieniu art. 7 ust. 1 pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG (<sup>1</sup>) z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (zwanej dalej „dyrektywą 89/104/EWG”) i art. 13 ust. 1 rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 (<sup>2</sup>) z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (zwanego dalej „rozporządzeniem nr 40/94”)?
- 2) W razie gdy z perfum i kosmetyków zostały usunięte bez zgody właściciela znaku towarowego pudełka (lub inne opakowania zewnętrzne), to czy stanowi to dla właściciela znaku towarowego „uzasadnioną przyczynę” sprzeciwu wobec dalszego obrotu odpakowanymi towarami w rozumieniu art. 7 ust. 2 dyrektywy 89/104/EWG i art. 13 ust. 2 rozporządzenia nr 40/94?
- 3) Czy w odniesieniu do odpowiedzi na pytanie drugie powyżej stanowi różnicę, jeżeli:
  - a) wskutek usunięcia pudełek (lub innego opakowania zewnętrznego) odpakowane towary nie są opatrzone danymi wymaganymi na podstawie art. 6 ust. 1 dyrektywy Rady 76/768/EWG (<sup>3</sup>) z dnia 27 lipca 1976 r. w sprawie zbliżenia ustawodawstw państw członkowskich dotyczących produktów kosmetycznych (zwanej dalej „dyrektywą 76/768/EWG”), a w szczególności nie są opatrzone wykazem składników lub „terminem przydatności”?
  - b) wskutek braku takich danych oferowanie do sprzedaży lub sprzedaż odpakowanych towarów stanowi przestępstwo według prawa karnego państwa członkowskiego, w którym są one oferowane do sprzedaży lub sprzedawane osobom trzecim?
- 4) Czy w odniesieniu do odpowiedzi na pytanie drugie powyżej stanowi różnicę, jeżeli dalszy obrót szkodzi lub może szkodzić wizerunkowi towarów i tym samym renomie znaku towarowego? Jeśli tak, to czy taki skutek objęty jest domniemaniem, czy też wymaga się jego udowodnienia przez właściciela znaku towarowego?
- 5) W razie gdy przedsiębiorca obsługujący rynek online nabeździe od operatora wyszukiwarki możliwość korzystania z oznaczenia, które jest identyczne z zarejestrowanym znakiem towarowym, jako słowa kluczowego, tak że oznaczenie to jest wyświetlane użytkownikowi przez wyszukiwarkę w sponsorowanym łączy do witryny operatora rynku online, to czy wyświetlenie tego oznaczenia w sponsorowanym łączy stanowi „używanie” oznaczenia w rozumieniu art. 5 ust. 1 lit. a) dyrektywy 89/104/EWG i art. 9 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94?
- 6) W razie gdy kliknięcie na sponsorowane łącze określone w pytaniu piątym powyżej kieruje użytkownika bezpośrednio do reklam lub ofert sprzedaży towarów identycznych z tymi, dla których zarejestrowany jest znak towarowy, pod oznaczenie umieszczone w witrynie przez inne strony, z których to towarów niektóre naruszają znak towarowy, a inne

nie naruszają znaku towarowego ze względu na odmienny status danych towarów, to czy stanowi to używanie oznaczenia przez operatora rynku online „dla” towarów naruszających prawa własności intelektualnej w rozumieniu art. 5 ust. 1 lit. c) dyrektywy 89/104/EWG i art. 9 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94?

7) W razie gdy towary reklamowane i oferowane do sprzedaży na witrynach określonych w pytaniu szóstym powyżej obejmują towary, które nie zostały wprowadzone do obrotu w EOG przez właściciela znaku towarowego lub za jego zgodą, to czy aby takie używanie podlegało zakresowi art. 5 ust. 1 lit. c) dyrektywy 89/104/EWG i art. 9 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, a nie podlegało zakresowi art. 7 ust. 1 dyrektywy 89/104/EWG i art. 13 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94, wystarczy, że reklama lub oferta sprzedaży jest skierowana do konsumentów na obszarze, dla którego zastrzeżono znak towarowy, czy też właściciel znaku towarowego musi wykazać, że reklama lub oferta sprzedaży nieuchronnie skutkuje wprowadzeniem danych towarów do obrotu na obszarze, dla którego zastrzeżono znak towarowy?

8) Czy w odniesieniu do odpowiedzi na pytania od piątego do siódmego powyżej stanowi różnicę, jeżeli używanie, któremu właściciel znaku towarowego zarzuca naruszenie prawa do tego znaku, polega na wyświetlaniu oznaczenia w witrynie samego operatora rynku online, a nie w sponsorowanym łączy?

9) Jeżeli wystarczy, że reklama lub oferta sprzedaży jest skierowana do konsumentów na obszarze, dla którego zastrzeżono znak towarowy, aby takie używanie podlegało zakresowi art. 5 ust. 1 lit. c) dyrektywy 89/104/EWG i art. 9 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, a nie podlegało zakresowi art. 7 ust. 1 dyrektywy 89/104/EWG i art. 13 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94:

a) to czy takie używanie polega na „przechowywaniu informacji przekazanych przez usługobiorcę” w rozumieniu art. 14 ust. 1 dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (zwanej dalej dyrektywą 2000/31/WE) lub obejmuje takie przechowywanie?

b) jeżeli używanie to nie polega wyłącznie na czynnościach podlegających zakresowi art. 14 ust. 1 dyrektywy 2000/31/WE, ale obejmuje takie czynności, to czy operator rynku online jest zwolniony z odpowiedzialności w zakresie, w jakim używanie polega na takich czynnościach, a jeżeli tak, to czy można przyznać odszkodowanie lub inny pieniężny środek naprawczy z tytułu takiego używania w zakresie, w jakim nie jest one zwolnione z odpowiedzialności?

c) w okolicznościach, gdy operator rynku online wie, że towary były reklamowane, oferowane do sprzedaży i sprzedawane w jego witrynie z naruszeniem zarejestrowanych znaków towarowych i że te zarejestrowane znaki towarowe prawdopodobnie nadal będą naruszane

w ten sposób poprzez reklamowanie, oferowanie do sprzedaży i sprzedaż tych samych lub podobnych towarów przez tych samych lub różnych użytkowników witryny, to czy stanowi to „faktyczne wiadomości” lub „wiedzę” w rozumieniu art. 14 ust. 1 dyrektywy 2000/31/WE?

10) W razie gdy usługi pośrednika, takiego jak operator witryny, były wykorzystywane przez osobę trzecią do naruszenia zarejestrowanego znaku towarowego, to czy art. 11 dyrektywy 2004/48/WE<sup>(4)</sup> Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej (zwanej dalej „dyrektywą 2004/48/WE”) wymaga, aby państwa członkowskie zapewniły, by właściciel znaku towarowego mógł uzyskać nałożenie na pośrednika zakazu skierowanego przeciwko dalszemu naruszaniu tego znaku towarowego, w odróżnieniu od kontynuacji tego konkretnego naruszenia, a jeśli tak, jaki jest zakres takiego zakazu, który ma być dostępny?

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 40, s. 1.

<sup>(2)</sup> Dz.U. 1994, L 11, s. 1.

<sup>(3)</sup> Dz.U. L 262, s. 169.

<sup>(4)</sup> Dz.U. L 157, s. 45.

**Odwołanie od wyroku Sądu Pierwszej Instancji (ósma izba w składzie powiększonym) wydanego w dniu 11 czerwca 2009 r. w sprawie T-300/02 AMGA przeciwko Komisji, wniesione w dniu 17 sierpnia 2009 r. przez Iride SpA, dawniej AMGA SpA**

(Sprawa C-329/09 P)

(2009/C 267/72)

Język postępowania: włoski

**Strony**

Wnosząca odwołanie: Iride SpA, dawniej AMGA SpA (przedstawiciele: L. Radicati di Brozolo i T. Ubaldi, adwokaci)

Druga strona postępowania: Komisja Wspólnot Europejskich, A2A SpA, dawniej ASM Brescia SpA

**Żądania wnoszącego odwołanie**

— uchylenie wyroku wydanego w sprawie T-300/02 z uwagi na wypaczenie informacji zawartych w aktach sprawy i błąd w zakresie wniosków prawnych, jakie Sąd sformułował na podstawie tychże informacji, gdy stwierdził, że sporna decyzja<sup>(1)</sup> nie dotyczy Azienda Mediterranea Gas e Acqua S.p.A. (AMGA) indywidualnie oraz że skarga wniesiona przez nią w sprawie T-300/02 jest niedopuszczalna;