

Av. Muaz Mücahit YILDIRIM*

ÖZET

Avrupa Birliği Adalet Divanı C-179/15 sayılı kararıyla; 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) ve (b) maddesinin;

adı, marka sahibi ile arasında ticari bir ilişki olduğu izlenimi verecek şekilde, bir web sitesinde, marka ile aynı veya benzer bir işaret içeren bir reklamda geçen bir üçüncü şahsın;

a) Bu reklamın kendisi tarafından veya kendisi adına konulmadığı veya,

b) Söz konusu reklam marka sahibinin izni ile kendisi tarafından veya kendisi adına konulduğu durumda, bu şahsın reklam isteğinde bulunduğu web sitesi işletmecisinden reklam veya reklam içinde markaya yapılan atfı kaldırmasını açıkça istediği durumlarda

marka sahibi tarafından bahsi geçen hüküm uyarınca kullanımı yasaklanabilen bu işareten istifade etmediği şeklinde yorumlanması gerektiğine hükmetmiştir.

Anahtar kelimeler: Marka hakkının ihlali, reklam

ABSTRACT

Article 5(1)(a) and (b) of Directive 2008/95 must be interpreted as meaning that a third party, who is named in an advertisement on a website, which contains a sign identical or similar to a trade mark in such a way as to give the impression that there is a commercial relationship between him and the proprietor of the trade mark, does not make use of that sign that may be prohibited by that proprietor under that provision, where that advertisement has not been placed by that third party or on his behalf or, if that advertisement has been placed by that third party or on his behalf with the consent of the proprietor, where that third party has expressly requested the operator of that website, from whom the third party ordered the advertisement, to remove the advertisement or the reference to the mark contained therein.

Keywords: Trademark infringement, advertisement.

* Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Özel Hukuk Doktora Öğrencisi/TÜBİTAK Bilimsel Programlar Uzmanı-Ufuk 2020 programı Yasal ve Finansal Konular Ulusal İrtibat Noktası, (mmuaz.yildirim@gmail.com).

C 179/15 nolu Dava**MAHKEME KARARI (İkinci Daire)**

3 Mart 2016 (Davanın dili: Macarca)

(Ön karar için referanslar — Markalar — 2008/95/EC Nolu Direktif — Madde 5(1) — Üçüncü bir şahısla ilgili internette erişilebilir durumdaki reklamlar — Markanın izinsiz kullanımı — Söz konusu üçüncü şahsın bilgisi ve izni olmaksızın çevrimiçi olarak yayınlanan veya söz konusu üçüncü şahsın karşı çıkmasına rağmen çevrimiçi olarak yayınlanmaya devam eden reklamlar — Marka sahibinin üçüncü şahsa karşı davası)

C179/15 nolu Dava,

Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın (Treaty on the Functioning of the European Union) 267. Maddesi uyarınca Fővárosi Törvényszék (Budapeşte Şehir Mahkemesi, Macaristan) tarafından 3 Nisan 2015 tarihli kararıyla verilen ve 21 Nisan 2015 tarihinde Mahkeme duruşmalarında edinilen ön karar TALEBİ,

Daimler AG v. Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.,

MAHKEME (İkinci Daire),

Daire Başkanı M. Ilešič (Rapporteur) ile Yargıç C. Toader, Yargıç A. Rosas, Yargıç A. Prechal, ve Yargıç E. Jarašiūnas'dan oluşmaktadır.

Başsavcı: M. Wathelet,

Kâtip: A. Calot Escobar,

yazılı usulü göz önünde bulundurarak,

- Macaristan Hükümeti adına vekâleten hareket eden M.Z. Fehér, G. Szima ve G. Koós, tarafından,
- Polonya Hükümeti adına vekâleten hareket eden B. Majczyna tarafından ve
- Avrupa Komisyonu adına vekâleten hareket eden L. Havas ve J. Samnadda tarafından sunulan gözlemleri dikkate alarak ve Başsavcıyı dinledikten sonra, Görüş alınmaksızın hüküm bölümüne geçmeye karar vermiş ve

şunları belirtmiştir:

Karar

- 1 İşbu ön karar talebi, Üye Ülke marka kanunlarının yakınlaştırılması hakkında 21 Aralık 1988 tarih ve 89/104/EEC sayılı İlk Konsey Direktifinin 5(1) Maddesinin yorumlanmasına yöneliktir (OJ 1989 L 40, p. 1).

In Case C 179/15

3 March 2016 (Language of the case: Hungarian)

(References for a preliminary ruling — Trade marks — Directive 2008/95/EC — Article 5(1) — Advertisements relating to a third party accessible on the internet — Unauthorised use of the mark — Advertisements published online without the knowledge and without the consent of that third party or maintained online despite the opposition of that third party — Action of the trade mark proprietor against that third party)

In Case C179/15,

REQUEST for a preliminary ruling under Article 267 TFEU from the Fővárosi Törvényszék (Budapest Municipal Court, Hungary), made by decision of 3 April 2015, received at the Court on 21 April 2015, in the proceedings

Daimler AG v. Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.,

THE COURT (Second Chamber),

composed of M. Ilešič (Rapporteur), President of the Chamber, C. Toader, A. Rosas, A. Prechal, and E. Jarašiūnas, Judges,

Advocate General: M. Wathelet,

Registrar: A. Calot Escobar,

having regard to the written procedure,

after considering the observations submitted on behalf of:

- the Hungarian Government, by M.Z. Fehér, G. Szima and G. Koós, acting as Agents,
 - the Polish Government, by B. Majczyna, acting as Agent,
 - the European Commission, by L. Havas and J. Samnadda, acting as Agents,
- having decided, after hearing the Advocate General, to proceed to judgment without an Opinion,
- gives the following

Judgement

- 1 This request for a preliminary ruling concerns the interpretation of Article 5(1) of First Council Directive 89/104/EEC of 21 December 1988 to approximate the laws of the Member States relating to trade marks (OJ 1989 L 40, p. 1).

2 İşbu talep Daimler AG ('Daimler') ve Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft. ('Együd Garage') arasında gerçekleşen ve Együd Garage'in 'yetkili Mercedes-Benz satıcısı' olarak adlandırıldığı reklamların internet üzerinde gösterilmesi hakkındaki duruşmalar sırasında gerçekleştirilmiştir.

Yasal Bağlam

3 89/104 sayılı Direktif, 28 Kasım 2008 tarihinde yürürlüğe giren Üye Ülke marka kanunlarının yakınlaştırılması hakkında 22 Ekim 2008 tarih ve 2008/95/EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi (OJ 2008 L 299, p. 25, and Corrigendum OJ 2009, L 11, p. 86) ile yürürlükten kaldırılmıştır.

4 2008/95 sayılı Direktifin, 89/104 sayılı Direktifin 5. Maddesinin anlatım biçimini tekrar eden 'Markanın kapsadığı haklar' başlıklı 5. Maddesi şunları öngörmektedir:

1. Tescilli marka, sahibine inhisari haklar verir. Marka sahibi üçüncü şahısların aşağıdakileri izinsiz olarak ticari işlerde kullanmasını önleme yetkisine sahiptir:

(a) Markanın tescilli olduğu mal ve hizmetler ile aynı mal ve hizmetlere ilişkin marka ile aynı olan her türlü işaret;

(b) İşaret ile marka arasında ilişkilendirme ihtimali dâhil, söz konusu marka ve ilişkin olduğu mal ve hizmetler ile aynı veya benzer olması sebebiyle halk tarafından birbirine karıştırılma ihtimali olan her türlü işaret.

2. Ayrıca herhangi bir Üye Ülke, marka sahibinin, söz konusu markanın Üye Ülke içerisinde bir itibara sahip olduğu ve söz konusu işaretin geçerli bir sebep olmaksızın kullanılmasının haksız avantaj veya marka için zarara neden olduğu durumlarda söz konusu markanın tescilli olduğu mal ve hizmetlerle benzer olmayan mal ve hizmetlere ilişkin olarak, marka ile aynı veya benzer her türlü işaretin ticari süreçlerde izinsiz kullanmasını önleme yetkisine sahip olduğunu öngörebilir.

2 The request has been made in proceedings between Daimler AG ('Daimler') and Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft. ('Együd Garage') concerning the appearance on the internet of advertisements naming the latter as an 'authorised Mercedes-Benz dealer'.

Legal context

3 Directive 89/104 was repealed by Directive 2008/95/EC of the European Parliament and of the Council of 22 October 2008 to approximate the laws of the Member States relating to trade marks (OJ 2008 L 299, p. 25, and Corrigendum OJ 2009, L 11, p. 86), which came into force on 28 November 2008.

4 Article 5 of Directive 2008/95, entitled 'Rights conferred by a trade mark', the wording of which reproduces that of Article 5 of Directive 89/104, provides:

1. The registered trade mark shall confer on the proprietor exclusive rights therein. The proprietor shall be entitled to prevent all third parties not having his consent from using in the course of trade:

(a) any sign which is identical with the trade mark in relation to goods or services which are identical with those for which the trade mark is registered;

(b) any sign where, because of its identity with, or similarity to, the trade mark and the identity or similarity of the goods or services covered by the trade mark and the sign, there exists a likelihood of confusion on the part of the public, which includes the likelihood of association between the sign and the trade mark.

2. Any Member State may also provide that the proprietor shall be entitled to prevent all third parties not having his consent from using in the course of trade any sign which is identical with, or similar to, the trade mark in relation to goods or services which are not similar to those for which the trade mark is registered, where the latter has a reputation in the Member State and where use of that sign without due cause takes unfair advantage of, or is detrimental to, the distinctive character or the repute of the trade mark.

3. Diğerlerinin yanı sıra, aşağıda belirtilen durumlar 1. ve 2. paragraflar uyarınca yasaklanabilir:
- söz konusu işaretin malların veya mal paketlerinin üzerine yapıştırılması;
 - malların söz konusu işaret altında sunulması veya piyasaya çıkarılması veya bu amaçla depolanması veya söz konusu işaret altında hizmetler sunulması veya sağlanması;
 - malların söz konusu işaret altında ithalatı veya ihracatı;
 - söz konusu işaretin ticari evrakta veya reklamcılıkta kullanılması...
- 5 2008/95 sayılı Direktif, 12 Ocak 2016 tarihinde yürürlüğe giren Üye Ülkelerin markalara ilişkin kanunlarının yaklaştırılması hakkında 16 Aralık 2015 tarih ve 2015/2436 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi (OJ 2008 L 336, p. 1) ile 15 Ocak 2019 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yürürlükten kaldırılmıştır.
- 5 Directive 2008/95 is repealed with effect from 15 January 2019 by Directive (EU) 2015/2436 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2015 to approximate the laws of the Member States relating to trade marks (OJ 2008 L 336, p. 1), which entered into force on 12 January 2016.

Asıl dava ve ön karar için atıfta bulunulan soru

- 6 Motorlu taşıt üreticisi Daimler; aşağıda yer alan, Macaristan'da korunan ve *inter alia* motorlu taşıt parçalarını da kapsayan, uluslararası şekil markası Mercedes-Benz'in sahibidir.

„Mercedes-Benz”

- 7 Együd Garage, motorlu taşıtların ve parçalarının perakende satışı ve bunların tamir ve servisine ilişkin Macaristan kanunlarına tabi olan bir şirkettir. Bu şirket özellikle Daimler mallarının satışı ve ilgili hizmetlerin sağlanması konusunda uzmanlaşmıştır.
- 8 2007 yılında, Daimler'in asıl davaya taraf olmayan bağlı kuruluşu Mercedes Benz Hungaria Kft. ('Mercedes Benz Hungaria') ve Együd Garage satış sonrası hizmetlerin sağlanmasına ilişkin, geçerlilik süresi 31 Mart 2012 tarihinde sona eren bir sözleşme akdetmiştir.
- 9 Söz konusu sözleşme uyarınca Együd Garage, kendisini 'felhatalmazott Mercedes Benz szerviz' ('yetkili Mercedes-Benz satıcısı') olarak tanımlamak amacıyla yukarıda sözü edilen markayı kendi reklamlarında kullanmaya yetkili kılınmıştır.

The main proceedings and the question referred for a preliminary ruling

- 6 Daimler, a motor vehicle manufacturer, is the proprietor of the international figurative trade mark Mercedes-Benz, reproduced below, which is also protected in Hungary and covers, *inter alia*, motor vehicle parts.

„Mercedes-Benz”

- 7 Együd Garage is a company governed by Hungarian law engaged in the retail sale of motor vehicles and parts and their repair and servicing. That company specialises in the sale of Daimler goods and in the supply of related services.
- 8 In 2007, Mercedes Benz Hungaria Kft. ('Mercedes Benz Hungaria'), Daimler's subsidiary company which is not a party to the main proceedings, and Együd Garage concluded a contract for the supply of after-sales services, which expired on 31 March 2012.
- 9 Under that contract Együd Garage was entitled to use the abovementioned trade mark and to describe itself as 'felhatalmazott Mercedes Benz szerviz' ('authorised Mercedes-Benz dealer') in its own advertisements.

- 10 Satış sonrası hizmetlere ilişkin sözleşmenin yürürlükte olduğu sırada Együd Garage, www.telefonkonyv.hu internet sitesinde çevrimiçi reklamcılık hizmetleri sunan Magyar Telefonkönyviadó Társaság ('MTT') firmasından, kendisini yetkili Mercedes-Benz satıcısı olarak adlandıran bir reklamın 2011 – 2012 yılları arasında yayınlanmasını talep etmiştir.
- 10 While the after-sales services contract was in force, Együd Garage ordered, from Magyar Telefonkönyviadó Társaság ('MTT'), which provides online advertising services at the web address www.telefonkonyv.hu, the publication, for the period covering the years 2011 to 2012, of an advertisement which names that company as an authorised Mercedes-Benz dealer.
- 11 Söz konusu sözleşmenin sona ermesinden sonra Együd Garage söz konusu markanın, Daimler ile kendisi arasında halen ticari bir bağlantı olduğunun düşünülmesine yol açabilecek tüm kullanımını sona erdirmeye çalışmıştır.
- 11 Following the termination of that contract, Együd Garage tried to end all use of the trade mark at issue, on the basis of which the public might assume that there was still a contractual link between it and Daimler.
- 12 Özellikle, Együd Garage MTT'den söz konusu reklamın bundan sonra kendisinden yetkili Mercedes-Benz satıcısı olarak söz etmeyecek şekilde değiştirilmesini istemiştir.
- 12 In particular, Együd Garage asked MTT to amend the advertisement so that it no longer made reference to it as an authorised Mercedes-Benz dealer.
- 13 Ayrıca, Együd Garage diğer birkaç web sitesine kendisinin izni ve özellikle talimatı olmaksızın yayınlanan ve şirketi yetkili Mercedes-Benz satıcısı olarak gösteren çevrimiçi reklamların kaldırılmasına dair yazılı talep iletmıştır.
- 13 Furthermore, Együd Garage wrote to the operators of several other websites requesting the removal of online advertisements which had been published without its consent, in particular without Együd Garage having ordered them, and which presented that company as an authorised Mercedes-Benz dealer.
- 14 Bu adımların atılmasına rağmen bu tür bir atıfta bulunan çevrimiçi reklamlar çevrimiçi olarak yayınlanmaya devam etmiştir. Dahası, Google arama motoruna 'együd' ve 'garage' anahtar kelimeleri girildiğinde bu tür reklamları gösteren ve ilk sırada Együd Garage şirketinin 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' olarak görüldüğü bir link bulunan bir sonuç listesi görüntülenmiştir.
- 14 Despite taking those steps, online advertisements containing such a reference continued to be distributed online. Moreover, when the key words 'együd' and 'garage' were inserted into the Google search engine, this resulted in a list of results displaying such advertisements in the first line of which, serving as a link, Együd Garage appeared as an 'authorised Mercedes-Benz dealer'.
- 15 Bu şartlar altında Daimler, öncelikle Együd Garage'ın yukarıda bahsedilen reklamlar ile Mercedes-Benz markasını ihlal ettiğine dair bir beyan talep ederek, bunun yanı sıra Együd Garage'ın söz konusu reklamları kaldırması, daha fazla ihlal yapmaktan kaçınması ve ulusal ve yerel basında bir düzeltme yayınlamasına yönelik bir hüküm isteğinde bulunarak dava açmıştır.
- 15 In those circumstances Daimler brought an action before the referring court seeking, first, a declaration that Együd Garage infringed the trade mark Mercedes-Benz by the abovementioned advertisements and, secondly, an order that Együd Garage remove the advertisements at issue, refrain from further infringements and publish a corrigendum in the national and regional press.
- 16 Együd Garage'ın savunması, www.telefonkonyv.hu web sitesinde yayınlanan reklam dışında internete başka hiçbir reklam koymadığı ve mahkeme konusu reklamların kendi maksadına aykırı olarak yayınlamış veya halen yayınlanmakta olduğu ve kendisinin bu reklamların içeriğinde, yayınlanmasında veya kaldırılmasında hiçbir şekilde bir etkisinin olmadığı yönündedir.
- 16 Együd Garage's defence was that, apart from the advertisement that appeared on the website www.telefonkonyv.hu, it did not place any other advertisements on the internet and that those at issue appeared or still appear contrary to its intention, without it having any influence on their content, publication or removal.

17 Bu bağlamda Együd Garage, kendi özel uzmanının, kendisinin, temelde reklamcının bilgisi veya izni olmaksızın ücretsiz veya bir ücret karşılığında kendi bilgi veri tabanlarını oluşturmak amacıyla diğer reklamcılık sitelerinde yayınlanan reklamları özetleyen belli internet reklamcılık hizmetlerinin sunucularından oluşan yaygın bir ticari uygulamanın mağduru olduğunu göstermesine dayanmıştır.

18 Bu koşullar altında, Fővárosi Törvénytörvényszék (Budapeşte Yerel Mahkemesi, Macaristan) duruşmaları durdurma ve bir ön karar verilmesi için aşağıdaki soruyu Mahkeme'ye sunma kararı almıştır:

‘[89/104 sayılı Direktifin] 5(1)(b) Maddesi; marka sahibinin, internet üzerindeki bir reklamda adı geçen bir üçüncü şahsın marka ile karıştırılabilecek bir işareti, söz konusu üçüncü şahsın markanın tescilli olduğu mal veya hizmetlerle aynı olan hizmetleri için, söz konusu reklamda rol oynayan şahıs tarafından veya bu şahıs adına internete konulmasa da halka söz konusu üçüncü şahsın girişimi ile marka sahibi arasında resmi bir ticari ilişki olduğuna dair yanlış bir fikir verebilecek veya reklamda adı geçen şahsın reklamın kaldırılması için makul tüm adımları attığı halde başarılı olamadığından reklamlara internet üzerinden erişim mümkün olacak şekilde kullanımını önleme yetkisine sahip olduğu şeklinde yorumlanmalı mıdır?’

Sunulan sorunun değerlendirilmesi

19 Öncelikle, ana davadaki uyuşmazlığın, Mercedes Benz ile Együd Garage arasındaki, diğerlerinin yanı sıra Együd Garage'ın kendi reklamlarında Mercedes-Benz markasını kullanmasına ve kendisini 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' olarak tanıtmasına izin veren satış sonrası hizmet sözleşmesi sona ermesine rağmen Együd Garage adı ve adresi ile bağlantılı bu tür bir atıfta bulunan söz konusu reklamların internet üzerinden yayılmaya devam etmesinden kaynaklandığı dikkate alınmalıdır.

17 In that context, Együd Garage relied on its own private expert to show that it had been the victim of a common commercial practice which consists, essentially, in certain providers of internet advertising services summarising advertisements published on other advertising sites, without the knowledge or consent of the advertiser, in order to create their own database of information available free of charge or for consideration.

18 In those circumstances, the Fővárosi Törvénytörvényszék (Budapest Municipal Court, Hungary) decided to stay the proceedings and to refer the following question to the Court for a preliminary ruling:

‘Must Article 5(1)(b) of [Directive 89/104] be interpreted as meaning that the trade mark proprietor is entitled to prevent a third party named in an advertisement on the internet from making use, for services of that third party identical to the goods or services for which the trade mark is registered, of a sign likely to be confused with the trade mark, in such a way that the public might be given the mistaken impression that there is an official commercial relationship between the undertaking of that third party and the trade mark proprietor, even though the advertisement was not placed on the internet by the person featuring in it or on his behalf, or it is possible to access that advertisement on the internet despite the fact that the person named in it took all reasonable steps to have it removed, but did not succeed in doing so?’

Consideration of the question referred

19 At the outset, it should be noted that the dispute in the main proceedings arises from the fact that, even after the termination of the after-sales service contract between Mercedes Benz Hungaria and Együd Garage which, inter alia, allowed the latter to use the Mercedes-Benz trade mark and to describe itself as an ‘authorised Mercedes-Benz dealer’ in its own advertising, advertisements containing that reference in connection with the name and address of Együd Garage continued to be disseminated via the internet. As that agreement expired on 31 March 2012, that is, after the repeal of Directive 89/104 by Directive 2008/95, it should be noted that that dispute is governed by the latter directive and therefore the question referred for a preliminary ruling must be understood as relating to the interpretation thereof.

- 20 Ayrıca; söz konusu soru, anlatım biçimi 2008/95 sayılı Direktifte tekrar edilen ve söz konusu işaretlerin ve/veya bu işaretlerin kullanıldığı mal ve hizmetlerin yalnızca benzer olduğu durumları ele alan 89/104 sayılı Direktifin 5(1)(b) Maddesine atıfta bulunsa da, ilk bakışta, Avrupa Komisyonu, sevk eden mahkeme huzurundaki davanın, sözü edilen durum yerine, bu direktiflerin 5(1)(a) maddesinde atıfta bulunulan, bir üçüncü şahsın, marka ile aynı işareti, markanın tescilli olduğu mal ve hizmetler ile aynı mal ve hizmetlere ilişkin kullandığı 'taklit marka' (*double identity*) durumunu öne sürüyor gibi görünmektedir.
- 21 İlk olarak, 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' ifadesini içeren reklamların temelde Mercedes-Benz'in şekil markası ile aynı işareti kullandığı anlaşılmaktadır.
- 22 İkinci olarak, bir ön karar verilmesi amacıyla yöneltilen sorunun, davayı sevk eden mahkemenin Együd Garage tarafından sunulan mal ve hizmetlerin markanın tescilli olduğu mal ve hizmetlerle aynı olduğu önermesinden yola çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda Avrupa Birliği Adalet Divanı içtihadından; ticari bir araba markasının, üçüncü bir şahsın bu markayı taşıyan özgün arabalarının tamirat ve bakımını gerçekleştirdiğini halka bildirmek amacıyla reklamlarda kullanımının, söz konusu markanın söz konusu hizmet için tescilli olmaması durumunda dahi, prensip olarak, 5(1)(a) Maddesi göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi gerektiği sonucu çıkmaktadır (bu hususta, bkz. *BMW* ile ilgili karar, C63/97, EU:C:1999:82, 33. Ve 34. paragraflar ile 37 ila 39. paragraflar).
- 23 Ancak, davayı ön karar talebi ile sevk eden mahkemenin, 89/104 ve 2008/95 sayılı Direktiflerin 5(1) Maddesinde atıfta bulunulan ve ayırım gözetmeksizin 5(1)(a) ve (b) Maddesinde sözü edilen durumla ilişkili olan 'kullanım' ibaresinin açıklığa kavuşturulmasını talep ettiği anlaşıldığından, işlevsel bir cevap vermek için söz konusu iki durumdan hangisinin işbu dava için geçerli olduğunun açık bir şekilde belirlenmesi gerekli değildir.
- 20 Furthermore, while the question refers to Article 5(1)(b) of Directive 89/104, the wording of which was repeated in Directive 2008/95, and which covers the situation in which the signs at issue and/or the goods or services for which those signs are used are only similar, it seems at first sight, as the European Commission argues, that the case before the referring court falls instead within the situation referred to in Article 5(1)(a) of those directives, namely the so-called 'double identity' situation, in which a third party uses a sign identical with the trade mark in relation to goods or services which are identical to those for which the trade mark is registered.
- 21 First, it appears that the advertisements containing the phrase 'authorised Mercedes-Benz dealer' use a sign which is, essentially, identical to the Mercedes-Benz figurative mark.
- 22 Secondly, the formulation of the question referred for a preliminary ruling seems to suggest that the referring court starts from the premiss that the goods and services offered by Együd Garage are identical to those for which that mark is registered. In that regard, it follows from the case-law of the Court that the use in advertisements of a car trade mark to inform the public that a third party carries out the repair and maintenance of authentic cars bearing that mark should be assessed, in principle, having regard to Article 5(1)(a), even where that mark has not been registered for that service (see, to that effect, judgment in *BMW*, C63/97, EU:C:1999:82, paragraphs 33, 34 and 37 to 39).
- 23 However, in so far as it appears from the request for a preliminary ruling that the referring court seeks clarification of the term 'use', referred to in Article 5(1) of Directives 89/104 and 2008/95 and which relates without distinction to the situations referred to in Article 5(1)(a) and (b), it is not necessary, in order to give a useful response, to definitively determine which of those two situations apply in the present case.

- 24 Buna göre Mahkeme, sorduğu soru ile davayı sevk eden mahkemenin, esasen 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) Maddesinin, bir web sitesinde yayınlanan ve bir markayla, bu markanın sahibi ile kendisi arasında ticari bir ilişki olduğu izlenimi verecek şekilde aynı veya benzer bir işaret içeren bir reklamda adı geçen üçüncü bir şahsın söz konusu işareti, söz konusu reklamın bu üçüncü şahıs tarafından veya bu şahıs adına internete konulmuş olmaması veya bu üçüncü şahsın söz konusu reklamın kaldırılması için makul tüm adımları atması ancak başarılı olmaması durumunda dâhi söz konusu marka sahibi tarafından atıfta bulunulan hüküm uyarınca men edilen şekilde kullandığı şeklinde yorumlanıp yorumlanmaması gerektiğini sorduğunu tespit etmiştir.
- 25 Macaristan ve Polonya hükümetleri ile Komisyon bu sorunun olumsuz olarak cevaplanması gerektiği kanaatindedir.
- 26 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) Maddesi uyarınca, bir marka sahibi, üçüncü bir şahsın söz konusu marka ile aynı olan bir işareti izinsiz kullanmasını, söz konusu kullanımın ticari süreç içinde olduğu, markanın tescilli olduğu mal ve hizmetlerle aynı hizmetler ile ilişkili olduğu veya yalnızca söz konusu markanın müşterilere mal ve hizmetin menşeyini ('kaynak belirtme fonksiyonu') garanti etme şeklindeki esas işlevini değil, özellikle bu mal ve hizmetlerin kalitesini garanti etmek veya iletişim, yatırım veya reklamcılık gibi diğer işlevlerini de etkilediği veya etkileme ihtimali olduğu durumlarda önleme yetkisine sahiptir (bu hususta, bkz. *L'Oréal ve Diğerleri* ile ilgili karar, C487/07, EU:C:2009:378, 58. paragraf; *Google France ve Google*, C236/08 ila C238/08, EU:C:2010:159, 49., 77. ve 79. paragraflar, ve *Interflora ve Interflora British Unit*, C323/09, EU:C:2011:604, 38. paragraf).
- 24 Accordingly, the Court finds that, by its question, the referring court asks, essentially, whether Article 5(1)(a) and (b) of Directive 2008/95 must be interpreted as meaning that a third party, who is named in an advertisement published on a website, which contains a sign identical or similar to a trade mark in such a way as to give the impression that there is a commercial relationship between him and the proprietor of the trade mark, makes a use of that sign which may be prevented by that proprietor under that provision, even where that advertisement has not been placed by that third party or on his behalf or where that third party took all reasonable steps to have it removed, but did not succeed in doing so.
- 25 The Hungarian and Polish Governments and the Commission take the view that the question should be answered in the negative.
- 26 By application of Article 5(1)(a) of Directive 2008/95, the proprietor of a trade mark is entitled to prevent a third party from using, without his consent, a sign identical with that trade mark when that use is in the course of trade, is in relation to goods or services which are identical with those for which that trade mark is registered, and affects, or is liable to affect, the functions of the trade mark, including not only the essential function of the trade mark, which is to guarantee to consumers the origin of the goods or service ('the origin function'), but also its other functions such as, in particular, that of guaranteeing the quality of those goods or services or those of communication, investment or advertising (see, to that effect, judgments in *L'Oréal and Others*, C487/07, EU:C:2009:378, paragraph 58; *Google France and Google*, C236/08 to C238/08, EU:C:2010:159, paragraphs 49, 77 and 79, and *Interflora and Interflora British Unit*, C323/09, EU:C:2011:604, paragraph 38).

- 27 Ancak, söz konusu işaretlerin ve/veya bu işaretlerin kullanıldığı mal ve hizmetlerin yalnızca benzer olduğu durumlarda marka sahibi, 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(b) Maddesi uyarınca, söz konusu işaretin kullanımı halkın bir kısmı nezdinde karışıklığa yol açma ihtimali dolayısıyla kaynak belirtme fonksiyonunu etkilerse veya etkileme ihtimali taşıyorsa bu tür bir kullanımı önleme yetkisine sahiptir (özellikle bkz. *Frisdranken Industrie Winters* ile ilgili karar, C119/10, EU:C:2011:837, 25 paragraf ve bahsi geçen içtihat).
- 28 Divan'ın, bir markanın üçüncü bir şahıs tarafından marka sahibinin izni alınmaksızın, söz konusu üçüncü şahsın adı geçen markasının ilgili olduğu malların tamir ve bakımını gerçekleştirdiğini veya bahsi geçen mallar konusunda uzmanlaştığını veya uzman olduğunu halka bildirmek amacıyla kullanımının, belirli koşullar altında, atıfta bulunulan Direktifin markanın etkilerinin sınırlanmasına ilişkin 6. Maddesi veya Direktif tarafından verilen hakların tüketilmesine ilişkin 7. Maddesi yürürlükte olmadığı sürece marka sahibi tarafından yasaklanmış olabilen 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) Maddesinde öngörülen amaçlarla gerçekleştirilen bir kullanım olduğuna zaten inandığı belirtilmelidir (bkz. *BMW* ile ilgili karar, C63/97, EU:C:1999:82, 42. ve 45. paragraflar).
- 29 Ana davanın konusunu oluşturan ve Együd Garage'ı 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' olarak adlandıran reklamlar ile ilgili olarak, Együd Garage'ın MTT'den bu içeriğe sahip bir reklamın 2011-2012 yılları arasında www.telefonkonyv.hu web sitesinde çevrimiçi olarak yayınlanmasını istemek suretiyle markayı 2008/95 sayılı Direktifin 5(1) Maddesinde belirtilen şekilde kullandığı dikkate alınmalıdır.
- 30 Ticari faaliyeti bağlamında bu tür bir reklam istemekle, reklam veren, markanın 'kullanımını', 'ticaretle' ve müşterilerine sunduğu 'mal ve hizmetlerle ilişkili olarak' reklam amacıyla ve ayrıca 2008/95 sayılı Direktifin 5(3)(d) Maddesinde açıkça öngörülen şekilde gerçekleştirmiştir. Bu tür bir kullanım, marka sahibinin izni olmaksızın gerçekleştirildiği durumlarda, söz konusu reklam marka sahibi ile reklamcı arasında ekonomik bir ilişki olduğu izlenimini verdiğinden markanın kaynak belirtme fonksiyonunu etkileme ihtimali taşımaktadır (bu hususta, bkz. *Interflora ve Interflora British Unit* ile ilgili karar, C323/09, EU:C:2011:604, 45. Paragraf ve bahsi geçen içtihat).
- 27 However, where the signs in question and/or the goods or services for which those signs are used are only similar, the proprietor of the trade mark is entitled, under Article 5(1)(b) of Directive 2008/95, to prevent such use of the sign only if, due to a likelihood of confusion on the part of the public, that use affects, or is liable to affect, the origin function (see, in particular, judgment in *Frisdranken Industrie Winters*, C119/10, EU:C:2011:837, paragraph 25, and the case-law cited).
- 28 It should be pointed out that the Court has already held that the use of a trade mark by a third party, without the proprietor's authorisation, in order to inform the public that that third party carries out repairs and maintenance of goods covered by that trade mark or that he has specialised, or is a specialist, in such goods constitutes, in certain circumstances, a use of that mark for the purposes of Article 5(1)(a) of Directive 2008/95, which may be prohibited by the trade mark proprietor unless Article 6 of that directive, concerning the limitation of the effects of the trade mark, or Article 7 of that directive, concerning exhaustion of the rights conferred by it, are applicable (see judgment in *BMW*, C63/97, EU:C:1999:82, paragraphs 42 and 45).
- 29 As regards the advertisements at issue in the main proceedings that name Együd Garage as an 'authorised Mercedes-Benz dealer', it must be held that, by ordering from MTT an advertisement with that content in order to be published online on the website www.telefonkonyv.hu for the period covering the years 2011 to 2012, Együd Garage used the mark within the meaning of Article 5(1) of Directive 2008/95.
- 30 By ordering such an advertisement in the context of its commercial activity, the advertiser made 'use' of the mark 'in the course of trade' and 'in relation to goods or services' which it offers to its customers, which use for advertising purposes, moreover, is expressly provided for in Article 5(3)(d) of Directive 2008/95. Such use, where it is made without the consent of the proprietor of the mark, is liable to affect the origin function of the mark, since the advertisement suggests the existence of an economic link between that advertiser and the proprietor (see, to that effect, judgment in *Interflora and Interflora British Unit*, C323/09, EU:C:2011:604, paragraph 45, and case-law cited).

- 31 Ancak, Mercedes Benz Macaristan ve Együd Garage arasındaki satış sonrası hizmet sözleşmesi bu tür bir kullanıma izin verdiği ölçüde, bu kullanımın marka sahibinin izni ile gerçekleştiği ve bu nedenle marka sahibinin, sözleşmenin yürürlükte olduğu sırada 2008/95 sayılı Direktifin 5(1) Maddesi uyarınca söz konusu reklamın www.telefonkonyv.hu web sitesinde yayınlanmasını yasaklama yetkisine sahip olmadığı göz önünde bulundurulmalıdır.
- 31 However, to the extent the after-sales service contract between Mercedes Benz Hungaria and Együd Garage expressly permitted such use, it must be held that this was done with the consent of the proprietor of the mark and that, in accordance with Article 5(1) of Directive 2008/95, that proprietor was not therefore entitled to prohibit, while that contract was in force, the publication of the advertisement at issue on the website www.telefonkonyv.hu.
- 32 Yine de, söz konusu sözleşmenin sona ermesinden sonra dahi, Együd Garage'ın 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' olarak adlandırıldığı reklamların, hem www.telefonkonyv.hu web sitesinde hem de şirketlere atıfta bulunulan diğer web sitelerinde görülmeye devam ettiği ve bu reklamların ana dava konusu olduğu şüphesizdir.
- 32 It is, nevertheless, not disputed that, even after the termination of that contract, advertisements naming Együd Garage as an 'authorised Mercedes-Benz dealer' continued to appear both on the website www.telefonkonyv.hu and on other company referencing websites and that those advertisements are the subject of the main proceedings.
- 33 Öncelikle, söz konusu reklamın sözleşmenin sona ermesinden sonra www.telefonkonyv.hu web sitesinde yayınlanmasına ilişkin olarak, davayı sevk eden mahkeme Együd Garage'ın MTT'den başlangıçta talep edilen reklamın kendisini bundan sonra 'Mercedes-Benz yetkili satıcısı' olarak adlandırmayacak şekilde değiştirilmesini istediğini ancak bu isteğe rağmen aynı atfı içeren reklamın söz konusu web sitesinde bir süre daha görülmeye devam ettiğini tespit etmiştir.
- 33 With regard, first, to the publication of that advertisement on the website www.telefonkonyv.hu after the termination of that contract, the referring court established that Együd Garage requested MTT to amend the advertisement that was originally ordered, so that it no longer named it as an 'authorised Mercedes-Benz dealer', but that, despite that request, the advertisement with that reference continued to appear for some time on that website.
- 34 Bir reklamın başka bir şahsın markasına atıfta bulunan bir web sitesinde çevrimiçi yayınlanması, reklam talebinde bulunan ve işletmecinin talimatı üzerine bir hizmet sağlayıcısı olarak hareket eden reklamcıya atfedilebilir (kıyas yoluyla, bkz. *Google France ve Google* ile ilgili kararlar, C236/08 ila C238/08, EU:C:2010:159, 51. ve 52. Paragraflar ve *Frisdranken Industrie Winters* ile ilgili kararlar, C119/10, EU:C:2011:837, 36. paragraf); ancak söz konusu reklamcı, özellikle markanın bu şekilde kullanımını önlemek isteyen söz konusu reklam verenin açıkça verdiği talimatları kasten veya ihmalen dikkate almayan bu tür bir hizmet sağlayıcının hareketleri veya ihmalleri ile yükümlü tutulamaz.
- 34 While the publication online of an advertisement on a referencing website, referring to another person's trade mark, is attributable to the advertiser who ordered that advertisement and upon whose instruction the operator of that site, as service provider, acted (see, by analogy, judgments in *Google France and Google*, C236/08 to C238/08, EU:C:2010:159, paragraphs 51 and 52, and in *Frisdranken Industrie Winters*, C119/10, EU:C:2011:837, paragraph 36), that advertiser cannot be held liable for the acts or omissions of such a provider who, intentionally or negligently, disregards the express instructions given by that advertiser who is seeking, specifically, to prevent that use of the mark. Accordingly, where that provider fails to comply with the advertiser's request to remove the advertisement at issue or the reference to the mark contained therein, the publication of that reference on the referencing website can no longer be regarded as a use of the mark by the advertiser.

- 35 İkinci olarak söz konusu reklamın şirketlere atıfta bulunulan diğer web sitelerinde yayınlanması konusunda, davayı sevk eden mahkeme bu durumun, bu tür bazı web sitesi operatörlerinin diğer web sitelerinde yayınlanan reklamları kendi web sitelerinin kullanımını artırmak ve potansiyel ücretli kullanıcılara sağlam bir temele dayalı popüler bir web sitesi ile ilgilendikleri izlenimini vermek amacıyla reklamcının bilgisi veya izni olmaksızın almayı içeren uygulamaları ile açıklanabileceğini belirtmektedir.
- 36 Bu bağlamda bir reklamcının, söz konusu reklamcı ile doğrudan veya dolaylı hiçbir ilişkisi olmayan ve söz konusu reklamcının talimatıyla veya bu reklamcı adına hareket etmeyen; kendi inisiyatifi ile kendi adına hareket eden atıf içerikli web sitesi operatörleri gibi diğer ekonomik işletmecilerin bağımsız eylemleri ile yükümlü tutulamayacağı dikkate alınmalıdır.
- 37 İş bu kararın 34. ve 36. paragraflarından; 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) veya (b) Maddesi uyarınca, burada belirtilen her iki durumda da marka sahibinin, reklamcının, markasına söz konusu şekilde atıfta bulunan reklamı çevrimiçi olarak yayınlamasını önlemek amacıyla dava açma yetkisine sahip olmadığı sonucu çıkmaktadır.
- 38 2008/95 sayılı Direktifin 5. Maddesinin anlatım biçimi, yapısı ve amacı bu sonucu destekler niteliktedir.
- 39 Öncelikle 5(1) Maddesinin anlatım biçimine ilişkin olarak, örnek yoluyla, sırasıyla söz konusu hükmün Almanca, İngilizce, Fransızca, İtalyanca Flemenkçe ve Macarca versiyonlarında kullanılan 'zu benutzen', 'using (kullanma)', 'faire usage', 'usare', 'het gebruik', 'használ' ifadesi etkin davranışı ve kullanımı teşkil eden eylemin doğrudan veya dolaylı kontrolünü kapsamaktadır. Ancak, söz konusu eylem, bağımsız bir işletmeci tarafından reklam verenin izni olmaksızın veya onun açık isteğine rağmen gerçekleştirilirse bu durum geçerli değildir.
- 35 As regards, secondly, the publication of the advertisement in question on other company referencing websites, the referring court states that this fact can be explained by the practice of some operators of such sites, which consists of taking up advertisements published on other advertising sites, without the knowledge or consent of the advertiser, to promote the use of their own site, in order to suggest to potential paying users that they are dealing with a popular website with a solid basis.
- 36 In that regard, it must be pointed out that an advertiser cannot be held liable for the independent actions of other economic operators, such as those of referencing website operators with whom the advertiser has no direct or indirect dealings and who do not act by order and on behalf of that advertiser, but on their own initiative and in their own name.
- 37 It follows from paragraphs 34 and 36 of the present judgment that, in both of the situations referred to therein, the proprietor of the mark is not entitled, under Article 5(1)(a) or (b) of Directive 2008/95, to take action against the advertiser in order to prevent him from publishing online the advertisement containing the reference to its trade mark.
- 38 That conclusion is supported by the wording, scheme and purpose of Article 5 of Directive 2008/95.
- 39 With regard, first, to the wording of Article 5(1), it must be noted, by way of example that, according to its ordinary meaning, the expression 'zu benutzen', 'using', 'faire usage', 'usare', 'het gebruik', 'használ', used respectively in the German, English, French, Italian, Dutch and Hungarian versions of that provision, involves active behaviour and direct or indirect control of the act constituting the use. However, that is not the case if that act is carried out by an independent operator without the consent of the advertiser, or even against his express will.

- 40 İkinci olarak 2008/95 sayılı Direktifin 5. Maddesinin yapısı konusunda, marka sahibinin yasaklayabileceği kullanım türlerini yüzeysel bir şekilde listeleyen 5(3) Maddesinin (bkz. *Google France et Google* ile ilgili karar, C236/08 ila C238/08, EU:C:2010:159, 65. paragraf ve bahsi geçen içtihat), **özellikle üçüncü şahıs tarafından gerçekleştirilen, işareti malların veya kendi paketlerinin üzerine 'yapıştırmak' veya ticari evrakta ve reklamcılıkta 'kullanılmak', malları 'sunmak', 'piyasaya çıkarmak' veya 'bu amaçlarla depolamak', malları 'ithal etmek' veya 'ihraç etmek' veya söz konusu işaret altında hizmetler 'sunmak' veya 'sağlamak' gibi aktif davranışlara atıfta bulunduğu göz önünde bulundurulmalıdır.**
- 41 Son olarak, 2008/95 sayılı Direktifin 5(1) Maddesinin amacı konusunda, bu hükmün marka sahibine, markasının izinsiz olarak üçüncü bir şahıs tarafından her türlü kullanımını yasaklamasına ve engellemesine izin veren yasal bir belge sağlamayı amaçladığı açıktır. Ancak, yalnızca kullanım oluşturan eylemi doğrudan veya dolaylı şekilde kontrol eden üçüncü bir şahıs bu kullanımı etkili bir şekilde durdurabilir ve bu nedenle söz konusu yasağa uymak tadır.
- 42 Bu koşullar altında 2008/95 sayılı Direktifin 5(1) Maddesinin, ana yargılamada uyumsuzluk konusu olan bir durumda, marka sahibine reklamcının şikâyet konusu kullanımını, yalnızca bu tür bir kullanımın reklamcıya maddi bir fayda sağlama ihtimali olması sebebiyle yasaklamasına izin verdiği şeklinde yorumlanmasının söz konusu hükmün amacının yanlış anlaşılmasına neden olacağı ve hiç kimsenin hukuken imkânsız yapmaya yükümlü olamayacağı (impossibilia nulla obligatio est) ilişkisiyle çeliştiği göz önünde bulundurulmalıdır.
- 43 Bu bulgu, uygun olduğu durumlarda marka sahibinin reklamcıdan, iç hukuk kurallarına dayalı olarak bu tür herhangi bir maddi kazancın tazminini talep etme ve atıfta bulunulan söz konusu web sitelerinin operatörlerine dava açma hakkını etkilememektedir.
- 40 Secondly, as regards the scheme of Article 5 of Directive 2008/95, it should be noted that Article 5(3), which lists in a non-exhaustive manner the types of use which the trade mark proprietor may prohibit (see judgment in *Google France et Google*, C236/08 to C238/08, EU:C:2010:159, paragraph 65 and the case-law cited), refers exclusively to active behaviour on the part of the third party, such as that of 'affixing' the sign on the goods and their packaging or 'using' it in business papers and advertising, 'offering' the goods, 'putting them on the market' or 'stocking' them for those purposes, 'importing' or 'exporting' them or 'offering' or 'supplying' services under that sign.
- 41 Finally, with regard to the purpose of Article 5(1) of Directive 2008/95, it is clear from that provision that it is intended to provide the proprietor with a legal instrument allowing him to prohibit, and to prevent, any use of his trade mark by a third party without his consent. However, only a third party who has direct or indirect control of the act constituting the use is effectively able to stop that use and therefore comply with that prohibition.
- 42 In those circumstances, it must be observed that an interpretation of Article 5(1) of Directive 2008/95, allowing, in a situation such as that at issue in the main proceedings, the proprietor of the mark to prohibit the advertiser from making the use complained of, on the sole ground that such use could possibly provide a financial benefit to the advertiser, would misconstrue the purpose of that provision and conflict with the principle that no one can be legally obliged to do the impossible (impossibilia nulla obligatio est).
- 43 That finding does not affect the possibility for the proprietor to claim from the advertiser, where appropriate, reimbursement of any such financial advantage on the basis of national law, nor that of taking action against the operators of the referencing websites at issue.

- 44 Avrupa Birliği Adalet Divanı C-179/15 sayılı kararıyla; 2008/95 sayılı Direktifin 5 (1) (a) ve (b) maddesinin; adı, marka sahibi ile arasında ticari bir ilişki olduğu izlenimi verecek şekilde, bir web sitesinde, marka ile aynı veya benzer bir işaret içeren bir reklamda geçen bir üçüncü şahsın;

Bu reklamın kendisi tarafından veya kendisi adına konulmadığı veya,

Söz konusu reklam marka sahibinin izni ile kendisi tarafından veya kendisi adına konulduğu durumda, bu şahsın reklam istediği bulunduğu web sitesi işletmecisinden reklam veya reklam içinde markaya yapılan atfı kaldırmasını açıkça istediği durumlarda marka sahibi tarafından bahsi geçen hüküm uyarınca kullanımı yasaklanabilen bu işaretten istifade etmediği şeklinde yorumlanması gerektiğine hükmetmiştir.

Masraflar

- 45 İş bu duruşmalar ana duruşmaların tarafları için ulusal mahkemede askıda olan davada bir adım niteliği taşıdığından maliyetler ile ilgili karar söz konusu mahkemenin meselesidir. Divana görüş sunarken yapılan masraflar, bu tarafların masrafları hariç olmak üzere, geri alınmaz.

Divan (İkinci Daire), bu temellere dayanarak işbu belgede şu karara varmıştır:

Avrupa Birliği Adalet Divanı C-179/15 sayılı kararıyla; 2008/95 sayılı Direktifin 5(1)(a) ve (b) maddesinin; adı, marka sahibi ile arasında ticari bir ilişki olduğu izlenimi verecek şekilde, bir web sitesinde, marka ile aynı veya benzer bir işaret içeren bir reklamda geçen bir üçüncü şahsın;

Bu reklamın kendisi tarafından veya kendisi adına konulmadığı veya,

Söz konusu reklam marka sahibinin izni ile kendisi tarafından veya kendisi adına konulduğu durumda, bu şahsın reklam istediği bulunduğu web sitesi işletmecisinden reklam veya reklam içinde markaya yapılan atfı kaldırmasını açıkça istediği durumlarda marka sahibi tarafından bahsi geçen hüküm uyarınca kullanımı yasaklanabilen bu işaretten istifade etmediği şeklinde yorumlanması gerektiğine hükmetmiştir.

- 44 In view of the foregoing considerations, the answer to the question referred is that Article 5(1)(a) and (b) of Directive 2008/95 must be interpreted as meaning that a third party, who is named in an advertisement on a website, which contains a sign identical or similar to a trade mark in such a way as to give the impression that there is a commercial relationship between him and the proprietor of the trade mark, does not make use of that sign that may be prohibited by that proprietor under that provision, where that advertisement has not been placed by that third party or on his behalf or, if that advertisement has been placed by that third party or on his behalf with the consent of the proprietor, where that third party has expressly requested the operator of that website, from whom the third party ordered the advertisement, to remove the advertisement or the reference to the mark contained therein.

Costs

- 45 Since these proceedings are, for the parties to the main proceedings, a step in the action pending before the national court, the decision on costs is a matter for that court. Costs incurred in submitting observations to the Court, other than the costs of those parties, are not recoverable.

On those grounds, the Court (Second Chamber) hereby rules:

Article 5(1)(a) and (b) of Directive 2008/95/EC of the European Parliament and of the Council of 22 October 2008 to approximate the laws of the Member States relating to trade marks must be interpreted as meaning that a third party, who is named in an advertisement on a website, which contains a sign identical or similar to a trade mark in such a way as to give the impression that there is a commercial relationship between him and the proprietor of the trade mark, does not make use of that sign that may be prohibited by that proprietor under that provision, where that advertisement has not been placed by that third party or on his behalf or, if that advertisement has been placed by that third party or on his behalf with the consent of the proprietor, where that third party has expressly requested the operator of that website, from whom the third party ordered the advertisement, to remove the advertisement or the reference to the mark contained therein.