

**Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la
Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.**

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)

de 19 de abril de 2012

«Reglamento (CE) nº 44/2001 – Competencia judicial y ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil – Competencia “en materia delictual o cuasidelictual” – Determinación del lugar donde se hubiere producido o pudiere producirse el hecho dañoso – Sitio de Internet de un prestador de servicios de referenciación que opera bajo un nombre de dominio nacional de primer nivel de un Estado miembro – Utilización por un anunciante de una palabra clave idéntica a una marca registrada en otro Estado miembro»

En el asunto C-523/10,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el Oberster Gerichtshof (Austria), mediante resolución de 5 de octubre de 2010, recibida en el Tribunal de Justicia el 10 de noviembre de 2010, en el procedimiento entre

Wintersteiger AG

y

Products 4U Sondermaschinenbau GmbH,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera),

integrado por el Sr. A. Tizzano, Presidente de Sala, y los Sres. M. Safjan (Ponente), A. Borg Barthet, E. Levits y J.-J. Kasel, Jueces;

Abogado General: Sr. P. Cruz Villalón;

Secretario: Sr. A. Calot Escobar;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos;

consideradas las observaciones presentadas:

- en nombre de Wintersteiger AG, por el Sr. E. Boesch, Rechtsanwalt;
- en nombre de Products 4U Sondermaschinenbau GmbH, por el Sr. J. Steinschnack, Rechtsanwalt;

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

- en nombre del Gobierno austriaco, por la Sra. C. Pesendorfer, en calidad de agente;
- en nombre del Gobierno español, por el Sr. F. Díez Moreno, en calidad de agente;
- en nombre del Gobierno italiano, por la Sra. G. Palmieri, en calidad de agente, asistida por el Sr. P. Gentili, avvocato dello Stato;
- en nombre del Gobierno del Reino Unido, por el Sr. S. Hathaway, en calidad de agente, asistido por el Sr. A. Henshaw, Barrister;
- en nombre de la Comisión Europea, por la Sra. A.-M. Rouchaud-Joët y el Sr. W. Bogensberger, en calidad de agentes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 16 de febrero de 2012;

dicta la siguiente

Sentencia

1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación del artículo 5, número 3, del Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil (DO 2001, L 12, p. 1).

2 Esta petición se presentó en el marco de un litigio entre Wintersteiger AG (en lo sucesivo, «Wintersteiger»), establecida en Austria, y Products 4U Sondermaschinenbau GmbH (en lo sucesivo, «Products 4U»), establecida en Alemania, relativo a la pretensión de Wintersteiger de que se prohibiese a Products 4U utilizar la marca austriaca «Wintersteiger» como palabra clave en el sitio de Internet del prestador de un servicio remunerado de referenciación.

Marco jurídico

El Reglamento nº 44/2001

3 Se desprende del segundo considerando del Reglamento nº 44/2001 que éste tiene por objeto establecer, en aras del buen funcionamiento del mercado interior, «disposiciones mediante las que se unifiquen las normas sobre conflictos de jurisdicción en materia civil y mercantil, simplificándose los trámites para un reconocimiento y una ejecución rápidos y simples de las resoluciones judiciales de los Estados miembros obligados por el presente Reglamento».

4 El undécimo considerando de dicho Reglamento declara:

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

«Las reglas de competencia judicial deben presentar un alto grado de previsibilidad y deben fundamentarse en el principio de que la competencia judicial se basa generalmente en el domicilio del demandado y esta competencia debe regir siempre, excepto en algunos casos muy concretos en los que la materia en litigio o la autonomía de las partes justifique otro criterio de vinculación. Respecto de las personas jurídicas, debe definirse el domicilio de manera autónoma para incrementar la transparencia de las reglas comunes y evitar los conflictos de jurisdicción.»

5 El duodécimo considerando del citado Reglamento dispone:

«El foro del domicilio del demandado debe completarse con otros foros alternativos a causa del estrecho nexo existente entre el órgano jurisdiccional y el litigio o para facilitar una buena administración de justicia.»

6 El artículo 2, apartado 1, del mismo Reglamento se encuentra en la sección 1, titulada «Disposiciones generales», del capítulo II, «Competencia». Dicho artículo establece:

«Salvo lo dispuesto en el presente Reglamento, las personas domiciliadas en un Estado miembro estarán sometidas, sea cual fuere su nacionalidad, a los órganos jurisdiccionales de dicho Estado.»

7 El artículo 3, apartado 1, del Reglamento nº 44/2001, comprendido asimismo en la sección 1, dispone lo siguiente:

«Las personas domiciliadas en un Estado miembro sólo podrán ser demandadas ante los tribunales de otro Estado miembro en virtud de las reglas establecidas en las secciones 2 a 7 del presente capítulo.»

8 A tenor del artículo 5, número 3, de dicho Reglamento, perteneciente a la sección 2 del capítulo II, titulada «Competencias especiales»:

«Las personas domiciliadas en un Estado miembro podrán ser demandadas en otro Estado miembro:

[...]

3) En materia delictual o cuasidelictual, ante el tribunal del lugar donde se hubiere producido o pudiese producirse el hecho dañoso.

[...]»

La Directiva 2008/95/CE

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

9 El artículo 5, apartado 1, de la Directiva 2008/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2008, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 299, p. 25), titulado «Derechos conferidos por la marca», tiene la siguiente redacción:

«La marca registrada confiere a su titular un derecho exclusivo. El titular estará facultado para prohibir a cualquier tercero el uso, sin su consentimiento, en el tráfico económico:

a) de cualquier signo idéntico a la marca para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada;

[...]»

Litigio principal y cuestiones prejudiciales

10 Wintersteiger es una empresa establecida en Austria que fabrica y distribuye en todo el mundo máquinas para la puesta a punto de esquís y tablas de snowboard, con sus piezas de recambio y accesorios. Es titular de la marca austriaca «Wintersteiger» desde 1993.

11 Products 4U, domiciliada en Alemania, desarrolla y distribuye igualmente máquinas para la puesta a punto de esquís y tablas de snowboard. Además, vende accesorios para máquinas de otros fabricantes, en particular para las de Wintersteiger. Tales accesorios, que Products 4U denomina «Wintersteiger-Zubehör» («accesorios Wintersteiger») no los fabrica ni los autoriza la demandante principal. Al igual que ésta, Products 4U ejerce su actividad en todo el mundo y también distribuye sus productos en Austria.

12 Desde el 1 de diciembre de 2008, Products 4U reservó la palabra clave («AdWord») «Wintersteiger» en el marco del sistema publicitario desarrollado por el prestador del servicio de referenciación en Internet Google. Como consecuencia de esta inscripción, limitada al dominio nacional de primer nivel alemán de Google, esto es, el sitio de Internet «google.de», el internauta que introducía la palabra clave «Wintersteiger» en el motor de búsqueda de ese servicio de referenciación obtenía, como primer resultado de la búsqueda, un enlace al sitio de Internet de Wintersteiger. No obstante, la introducción de ese mismo término de búsqueda hacía también aparecer, en la parte derecha de la pantalla, bajo la rúbrica «Anzeige» («Anuncio»), un anuncio publicitario de Products 4U. El texto de dicho anuncio llevaba por título, subrayado y en color azul, «Skiwerkstattzubehör» («Accesorios para talleres de reparación de esquís»). Incluía, además, en dos líneas, las palabras «Ski und Snowboardmaschinen» («Máquinas para esquís y tablas de snowboard») y «Wartung und Reparatur» («Mantenimiento y reparación»). En la última línea de este mismo anuncio se indicaba, en letras verdes, la dirección de Internet de Products 4U. Al hacer clic en el título «Skiwerkstattzubehör» («Accesorios para talleres de reparación de esquís»), el usuario

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

era dirigido a la oferta de «Wintersteiger-Zubehör» («Accesorios Wintersteiger») contenida en el sitio de Internet de Products 4U. El anuncio publicitario en el sitio «google.de» no aclaraba en absoluto que no existía vínculo económico alguno entre Wintersteiger y Products 4U. Por otra parte, esta última empresa no insertó ningún anuncio publicitario vinculado al término de búsqueda «Wintersteiger» en el dominio nacional de primer nivel austriaco de Google, esto es, en el sitio de Internet «google.at».

13 Afirmando que, mediante el anuncio insertado en el sitio «google.de», Products 4U vulneraba su marca austriaca, Wintersteiger ejercitó una acción de cesación ante los tribunales austriacos. En cuanto a la competencia de éstos para conocer de su demanda, Wintersteiger se basó en el artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001. Alegó, en efecto, que el sitio «google.de» podía igualmente consultarse en Austria y que dicho servicio de búsqueda se presentaba en alemán.

14 Products 4U se opuso a la competencia internacional de los tribunales austriacos y, subsidiariamente, a la existencia de una vulneración de la marca Wintersteiger. Según dicha empresa, el sitio «google.de» se dirige exclusivamente a los usuarios alemanes, por lo que el anuncio controvertido estaba destinado exclusivamente a los clientes alemanes.

15 El órgano jurisdiccional de primera instancia consideró que aun cuando el sitio «google.de» pudiese consultarse en Austria por Internet, dado que Google ofrecía sus servicios mediante sitios de Internet que operaban bajo nombres de dominio nacionales de primer nivel, el sitio «google.de» únicamente iba dirigido a Alemania, de suerte que los tribunales austriacos no eran competentes para conocer de la demanda presentada por Wintersteiger. El órgano jurisdiccional de apelación, en cambio, afirmó su competencia internacional, pero consideró que Wintersteiger no ostentaba derecho alguno y, por tal motivo, desestimó su demanda.

16 El Oberster Gerichtshof, ante quien se interpuso recurso de casación, se plantea en el caso de autos la cuestión de en qué condiciones la publicidad hecha mediante la utilización de la marca austriaca Wintersteiger en un sitio de Internet que opera bajo un nombre de dominio nacional de primer nivel «.de» puede fundar la competencia de los órganos jurisdiccionales austriacos, con arreglo al artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001, para conocer de una acción de cesación del uso de una marca austriaca. En estas circunstancias, el Oberster Gerichtshof decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:

«1) En caso de una supuesta vulneración de una marca del Estado del foro cometida por una persona residente en otro Estado miembro, consistente en el uso de una palabra clave (AdWord) idéntica a dicha marca en un motor de búsqueda por Internet que ofrece sus servicios en distintos dominios de primer nivel específicos para cada país, ¿debe interpretarse la expresión “lugar donde se hubiere producido o pudiese producirse el hecho dañoso”, contenida en el artículo 5, número 3, del Reglamento [nº 44/2001], en el sentido de que

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

- a) la competencia únicamente está fundamentada si la palabra clave se utiliza en un sitio de Internet del motor de búsqueda cuyo dominio de primer nivel es el del Estado del foro;
 - b) la competencia únicamente está fundamentada si el sitio de Internet del motor de búsqueda en el que se utiliza la palabra clave puede consultarse en el Estado del foro;
 - c) la competencia depende del cumplimiento de otros requisitos además de la posibilidad de consultar el sitio de Internet?
- 2) En caso de respuesta afirmativa a la [primera cuestión, letra c)]:

¿Según qué criterios debe determinarse si, al utilizar como Adword una marca del Estado del foro en un sitio de Internet del motor de búsqueda con un dominio de primer nivel específico para un país distinto al del Estado del foro, la competencia se fundamenta conforme al artículo 5, número 3, del Reglamento [nº 44/2001]?»

Cuestiones prejudiciales

17 Mediante sus cuestiones prejudiciales, que procede examinar conjuntamente, el órgano jurisdiccional remitente pretende averiguar, fundamentalmente, con arreglo a qué criterios debe determinarse, en virtud del artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001, la competencia judicial para conocer de un litigio relativo a una supuesta vulneración de una marca registrada en un Estado miembro como consecuencia del uso por un anunciante de una palabra clave idéntica a dicha marca en el sitio de Internet de un motor de búsqueda que opera bajo un dominio de primer nivel distinto al del Estado miembro en que está registrada la marca.

18 A este respecto, procede recordar de entrada que la regla de competencia especial establecida, como excepción al principio de competencia de los órganos jurisdiccionales del domicilio del demandado, en el artículo 5, número 3, del citado Reglamento se basa en la existencia de una conexión particularmente estrecha entre la controversia y los órganos jurisdiccionales del lugar en que se ha producido el hecho dañoso, que justifica una atribución de competencia a dichos órganos jurisdiccionales por razones de buena administración de la justicia y de una sustanciación adecuada del proceso (sentencia de 25 de octubre de 2011, eDate Advertising y otros, C-509/09 y C-161/10, Rec. p. I-0000, apartado 40).

19 Procede recordar asimismo que la expresión «lugar donde se hubiere producido o pudiese producirse el hecho dañoso», que figura en el artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001, se refiere al mismo tiempo al lugar donde se ha producido el daño y al lugar del hecho causal que originó ese daño, de modo que la acción puede ejercitarse, a elección del demandante, ante los órganos jurisdiccionales de cualquiera de esos dos lugares (sentencia eDate Advertising y otros, antes citada, apartado 41 y jurisprudencia citada).

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

20 Ambos lugares pueden constituir una conexión relevante desde el punto de vista de la competencia judicial, dado que cada uno de ellos puede, según las circunstancias, proporcionar una indicación particularmente útil desde el punto de vista de la prueba y de la sustanciación del proceso (sentencia eDate Advertising y otros, antes citada, apartado 41 y jurisprudencia citada).

El lugar donde se ha producido el daño

21 Por lo que se refiere, en primer lugar, al lugar donde se ha producido el daño, el Tribunal de Justicia ya ha precisado que dicho lugar es aquel donde el hecho del que puede derivarse una responsabilidad delictual o cuasidelictual haya ocasionado un daño (sentencia de 16 de julio de 2009, Zuid-Chemie, C-189/08, Rec. 2009 p. I-6917, apartado 26).

22 Dentro del contexto de Internet, el Tribunal de Justicia ha precisado asimismo que, en caso de que se alegue una lesión de los derechos de la personalidad, la persona que se considere lesionada por contenidos publicados en un sitio de Internet puede ejercitar una acción de responsabilidad por la totalidad del daño causado ante los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en el que se encuentra su centro de intereses (véase la sentencia eDate Advertising y otros, antes citada, apartado 52).

23 En efecto, como señaló el Tribunal de Justicia en dicha ocasión, el criterio del lugar en el que la persona lesionada tiene su centro de intereses es conforme con el objetivo de previsibilidad de la competencia judicial, puesto que permite, al mismo tiempo, al demandante determinar fácilmente el órgano jurisdiccional ante el cual puede ejercitar una acción y al demandado prever razonablemente ante qué órgano jurisdiccional puede ser demandado (sentencia eDate Advertising y otros, antes citada, apartado 50).

24 Ahora bien, como ha subrayado el Abogado General en el punto 20 de sus conclusiones, esta apreciación, hecha en el contexto particular de la lesión de los derechos de la personalidad, no puede extrapolarse a la determinación de la competencia judicial en materia de vulneración de derechos de propiedad industrial, como la que se alega en el procedimiento principal.

25 En efecto, a diferencia de la situación de una persona que considera lesionados sus derechos de la personalidad, protegidos en todos los Estados miembros, la protección otorgada por el registro de una marca nacional se limita, por principio, al territorio del Estado miembro de registro, de modo que, por regla general, su titular no puede invocar dicha protección fuera de ese territorio.

26 No obstante, la cuestión de si el uso, con fines publicitarios, de un signo idéntico a una marca nacional en un sitio de Internet que opera exclusivamente bajo un dominio nacional de primer nivel distinto al del Estado miembro de registro de dicha marca, vulnera efectivamente el derecho de marca, pertenece al ámbito del examen del recurso

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

en cuanto al fondo, que el órgano jurisdiccional competente llevará a cabo a la luz del Derecho material aplicable.

27 En cuanto a la competencia para conocer de una acción por vulneración de una marca nacional en un supuesto como el del procedimiento principal, procede considerar que tanto el objetivo de previsibilidad como el de buena administración de justicia militan en favor de la atribución de competencia, atendiendo al criterio de la producción del daño, a los tribunales del Estado miembro en que se halla protegido el derecho en cuestión.

28 En efecto, son los órganos jurisdiccionales del Estado miembro de registro de la marca en cuestión los que se encuentran en mejores condiciones para evaluar, habida cuenta de la interpretación de la Directiva 2008/95 realizada, entre otras, en las sentencias de 23 de marzo de 2010, Google France y Google (C-236/08 a C-238/08, Rec. p. I-2417), y de 12 de julio de 2011, L'Oréal y otros (C-324/09, Rec. p. I-0000), si, en un supuesto como el del procedimiento principal, efectivamente se vulnera la marca nacional protegida. Dichos órganos jurisdiccionales están habilitados para conocer, por una parte, de la totalidad del daño supuestamente irrogado al titular del derecho protegido a consecuencia de la vulneración de ese derecho, y, por otra parte, de una acción encaminada a la cesación de cualquier vulneración de dicho derecho.

29 Procede, por lo tanto, considerar que un litigio relativo a la vulneración de una marca registrada en un Estado miembro como consecuencia del uso por un anunciante de una palabra clave idéntica a dicha marca en el sitio de Internet de un motor de búsqueda que opera bajo un dominio nacional de primer nivel de otro Estado miembro, puede someterse a los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en que se encuentra registrada la marca.

El lugar del hecho causal

30 Por lo que respecta, en segundo lugar, al lugar del hecho causal de una supuesta vulneración de una marca nacional resultante de la utilización de una palabra clave idéntica a dicha marca en un motor de búsqueda que opere bajo un dominio nacional de primer nivel de otro Estado miembro, procede señalar que la limitación territorial de la protección de una marca nacional no excluye la competencia internacional de los órganos jurisdiccionales de otros Estados miembros distintos de aquel en que se encuentra registrada la marca.

31 Según jurisprudencia reiterada, las disposiciones del Reglamento nº 44/2001 deben interpretarse de manera autónoma, remitiéndose a su sistema y a sus objetivos (sentencia eDate Advertising y otros, antes citada, apartado 38 y jurisprudencia citada), entre los que se encuentran el objetivo de previsibilidad de la atribución de competencias y el de garantizar la buena administración de justicia y la adecuada sustanciación del proceso.

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

32 Es cierto que el lugar del hecho causal de un daño que se alega puede constituir una conexión significativa desde el punto de vista de la competencia judicial, ya que puede proporcionar una indicación particularmente útil en lo que respecta a la administración de la prueba y la sustanciación del proceso.

33 En un supuesto como el del procedimiento principal, la utilidad de la indicación que proporciona el lugar del hecho causal consiste sobre todo en la facilidad con que los órganos jurisdiccionales de dicho lugar pueden recoger pruebas relativas a dicho hecho.

34 En caso de que se alegue la vulneración de una marca nacional registrada en un Estado miembro como consecuencia de la exhibición, en el sitio de Internet de un motor de búsqueda, de un anuncio publicitario gracias a la utilización de una palabra clave idéntica a dicha marca, procede considerar como hecho causal no la exhibición de la publicidad en sí misma, sino el desencadenamiento, por el anunciante, del proceso técnico de exhibición, con arreglo a parámetros predeterminados, del anuncio que éste creó para su propia comunicación comercial.

35 En efecto, como ha señalado el Tribunal de Justicia en el marco de la interpretación de la Directiva relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas, es el anunciante que selecciona la palabra clave idéntica a la marca quien la usa en el tráfico económico y no el prestador del servicio de referenciación (sentencia Google France y Google, antes citada, apartados 52 y 58). El hecho generador de la eventual vulneración del derecho de marca reside, pues, en la conducta del anunciante que recurre al servicio de referenciación para su propia comunicación comercial.

36 Es cierto que el desencadenamiento del proceso técnico de exhibición por el anunciante se efectúa, al fin y al cabo, en un servidor perteneciente al explotador del motor de búsqueda utilizado por el anunciante. No obstante, habida cuenta del objetivo de previsibilidad al que deben orientarse las reglas de competencia, el lugar de establecimiento de dicho servidor, dada su incierta ubicación, no podría considerarse el lugar del hecho causal a efectos de la aplicación del artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001.

37 En cambio, por tratarse de un lugar cierto e identificable, tanto para el demandante como para el demandado, facilitando en consecuencia la administración de la prueba y la sustanciación del procedimiento, procede declarar que el lugar de establecimiento del anunciante es el lugar donde se decide el desencadenamiento del proceso de exhibición del anuncio.

38 De lo anterior se desprende que un litigio relativo a la supuesta vulneración de una marca registrada en un Estado miembro como consecuencia del uso, por un anunciante, de una palabra clave idéntica a dicha marca en el sitio de Internet de un motor de búsqueda que opera bajo un nombre de dominio nacional de primer nivel de

Fuente: Texto original del fallo aportado por UAIPIT-Portal Internacional de la Universidad de Alicante en PI y SI- <http://www.uaipit.com>.

otro Estado miembro puede asimismo someterse a los órganos jurisdiccionales del Estado miembro del lugar de establecimiento del anunciante.

39 A la vista del conjunto de consideraciones anteriores, el artículo 5, número 3, del Reglamento nº 44/2001 debe interpretarse en el sentido de que un litigio relativo a la vulneración de una marca registrada en un Estado miembro como consecuencia del uso, por un anunciante, de una palabra clave idéntica a dicha marca en el sitio de Internet de un motor de búsqueda que opera bajo un dominio nacional de primer nivel de otro Estado miembro puede someterse, bien a los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en que se encuentra registrada la marca, bien a los del Estado miembro del lugar de establecimiento del anunciante.

Costas

40 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Primera) declara:

El artículo 5, número 3, del Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, debe interpretarse en el sentido de que un litigio relativo a la vulneración de una marca registrada en un Estado miembro como consecuencia del uso, por un anunciante, de una palabra clave idéntica a dicha marca en el sitio de Internet de un motor de búsqueda que opera bajo un dominio nacional de primer nivel de otro Estado miembro puede someterse, bien a los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en que se encuentra registrada la marca, bien a los del Estado miembro del lugar de establecimiento del anunciante.

Firmas