ĢENERĀLADVOKĀTA M. KAMPOSA SANČESA-BORDONAS [*M. CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2017. gada 20. jūlijā [1]

Lieta C-393/16

Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
pret
Galana NV,
Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG, ko pārstāv ***Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH,*** iepriekš ***Aldi Einkauf GmbH & Co.OHG Süd,***
piedaloties ***Galana NV***

(*Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Lauksaimniecības produktu tirgu kopīga organizācija – Aizsargātu cilmes vietas nosaukumu aizsardzība – Cilmes vietas nosaukuma reputācijas izmantošanas, ļaunprātīgas izmantošanas, atdarināšanas, aplinku norādes vai nepareizu vai maldinošu norāžu jēdziens – Produkts, kura nosaukums atbilst konkrētas sabiedrības priekšstatiem – Iespēja maldināt konkrētu sabiedrību par produkta ģeogrāfisko izcelsmi

1. Vācijas lielveikalu tīkls pārdod sorbetu, kas satur šampanieti un kas tiek izplatīts ar nosaukumu "Champagner Sorbet". Vai šāda rīcība ir likumīga, vai arī sorbeta ražotājs un izplatītājs faktiski izmanto Francijas dzirkstošā vīna ar aizsargātu cilmes vietas nosaukumu ("ACVN") reputāciju.

2. Tāds būtībā ir jautājums, ko *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) uzdod savā lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu, attiecībā uz kuru būs jānoskaidro, vai *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* ("*CIVC*"), kas aizstāv šī ACVN intereses, ir tiesības lūgt sorbeta tirdzniecības izbeigšanu.

3. Nesen sniegtajos secinājumos [2] tika atgādināts, ka Tiesa ņem vērā bagātīgu judikatūru par ACVN un aizsargātām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm (AĢIN). Šajā lietā ir iespēja to attiecināt arī uz gadījumiem, kuros ar ACVN reģistrētais dzirkstošais vīns (šampanietis) ir – un tas ir norādīts noformējumā – pārtikas produkta sastāvdaļa.

4. Lai varētu sniegt atbildi tiesai *a quo*, Tiesai būs jāņem vērā, ka Vācijā "Champagner Sorbet" parasti tiek lietots kā nosaukums saldējuma desertam, kas satur šampanieti. Turklāt būs jāinterpretē neviendabīgas normas (pirmkārt, par ACVN un, otrkārt, par pārtikas produktu marķējumu), lai nodrošinātu līdzsvaru starp tiesību uz ACVN turētājiem un to pārtikas produktu ražotāju tiesībām, kas vēlas norādīt uz iepakojuma produkta sastāvu.

1 Oriģinālvaloda – spāņu.

2 Sniegti 2017. gada 18. maijā lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

I. Atbilstošās tiesību normas

5. *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) atsaucas gan uz Regulu (EK) Nr. 1234/2007 [3], gan Regulu (ES) Nr. 1308/2013 [4], ar ko tika atcelta iepriekšējā regula, lai arī *ratione temporis* tā nav piemērojama strīdam. Regulas Nr. 1308/2013 interpretācija ir jāsniedz tāpēc, ka par tirdzniecības izbeigšanu celtā prasība varētu radīt sekas *pro futuro*, ja faktiskā situācija būs atbilstoši jāiztiesā.

6. Lai arī neapstrīdu šo viedokli, pieminēšu tikai Regulas Nr. 1234/2007 tiesību normas, jo tās bija piemērojamas strīdīgo faktu rašanās brīdī un lietai piemērojamie panti (Regulas Nr. 1234/2007 118.m pants un Regulas Nr. 1308/2013 103. pants) ir analoģiski. Man nav ne mazāko šaubu, ka pirmā minētā panta interpretācija *mutatis mutandis* var tikt piemērota otrajam minētajam pantam.

A. Regula Nr. 1234/2007

7. Saskaņā ar tās 118.m pantu (“Aizsardzība”):

“1. Aizsargātus cilmes vietas nosaukumus un aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes var lietot visi uzņēmēji, kas laiž tirgū vīnu, kurš ražots saskaņā ar atbilstīgu produkta specifikāciju.

2. Aizsargāti cilmes vietas nosaukumi un aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes un vīni, kuriem izmanto šos aizsargātos nosaukumus saskaņā ar produkta specifikāciju, ir aizsargāti pret:

a) jebkādu tiešu vai netiešu aizsargātā nosaukuma komerciālu izmantošanu:

   i) ar produktiem, kas neatbilst aizsargāta nosaukuma produkta specifikācijai, vai

   ii) ja šādi tiek ļaunprātīgi izmantota cilmes vietas nosaukuma vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācija;

b) ļaunprātīgu izmantošanu, atdarināšanu vai aplinku norādījumu, pat tad, ja norādīta produkta vai pakalpojuma patiesā izcelsme vai ja aizsargātais nosaukums ir tulkots vai tam pievienoti vārdi “veids”, “tips”, “metode”, “ražots kā”, “atdarinājums”, “buķete”, “līdzīgs” vai tamlīdzīgiem vārdiem;

c) jebkuru citu nepareizu vai maldinošu norādi par produkta izcelsmi, cilmes vietu, specifiku vai būtiskām kvalitātes īpašībām uz iekšējā vai ārējā iepakojuma, reklāmas materiāla vai attiecīgā vīna produkta dokumentiem vai tāda iepakojuma izmantošanu, kas varētu radīt nepareizu priekšstatu par produkta izcelsmi;

d) jebkādu cita veida praksi, kas var maldināt patērētāju par attiecīgā produkta patieso izcelsmi.

3. Aizsargāti cilmes vietas nosaukumi vai aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes nedrīkst Kopienā kļūt par sugasvārdiem 118.k panta 1. punkta nozīmē.

[..]”

3 Eiropas Parlamenta un Padomes 2007. gada 22. oktobra Regula, ar ko izveido lauksaimniecības tirgu kopīgu organizāciju un paredz īpašus noteikumus dažiem lauksaimniecības produktiem (“Vienotā TKO regula”) (OV 2007, L 299, 1. lpp.).

4 Eiropas Parlamenta un Padomes 2013. gada 17. decembra Regula, ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju un atceļ Regulas (EEK) Nr. 922/72, (EEK) Nr. 234/79, (EK) Nr. 1037/2001 un (EK) Nr. 1234/2007 (OV 2013, L 347, 671. lpp.).

8. Regulas Nr. 1308/2013 preambulas deviņdesmit septītais apsvērums, kurā ir pārņemts Regulas Nr. 479/2008[5] preambulas trīsdesmit otrais apsvērums un ar kuru ir noteiktas tiesību normas par cilmes vietas nosaukumu aizsardzību, kas ar Regulu Nr. 491/2009[6] ir ieviestas Regulā Nr. 1234/2007, ir formulēts šādi:

"Reģistrētu cilmes vietas nosaukumiem un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm vajadzētu būt aizsargātām pret lietošanu, kad tiek izmantotas priekšrocības, ko dod atbilstīgo produktu labā slava. Lai veicinātu godīgu konkurenci un nemaldinātu patērētājus, šai aizsardzībai būtu jāskar arī produkti un pakalpojumi, uz ko neattiecas šī regula, tostarp produkti, kas nav minēti Līgumu I pielikumā."

B. Direktīva 2000/13/EK[7]

9. Strīdīgo faktu rašanās laikā spēkā esošais tiesiskais regulējums pārtikas produktu marķēšanas jomā bija direktīva ar tādu pašu nosaukumu[8]. Attiecībā uz izskatāmo jautājumu tās 3. panta 1. punktā bija norādīts:

"1. Saskaņā ar 4. līdz 17. pantu un ievērojot tur ietvertos izņēmumus, pārtikas produktu marķējumā obligāti jābūt tikai šādām norādēm:

1) produkta komercnosaukums;

2) sastāvdaļu uzskaitījums;

3) dažu sastāvdaļu vai sastāvdaļu kategoriju daudzums, kā tas paredzēts 7. pantā;

[..]."

10. 5. panta 1. punktā bija precizēts:

"1. Pārtikas produkta komercnosaukums atbilst nosaukumam, ko paredz tam piemērojamie Kopienas noteikumi.

a) Ja Kopienas noteikumi nepastāv, komercnosaukums atbilst nosaukumam, ko paredz tās dalībvalsts piemērojamie tiesību akti, kur šo produktu pārdod galapatērētājam vai ēdināšanas iestādei.

   Ja tāda nav, komercnosaukums atbilst nosaukumam, kas ierasts tajā dalībvalstī, kur to pārdod galapatērētājam vai ēdināšanas iestādei, vai tas ir pārtikas produkta un, vajadzības gadījumā, tā lietošanas apraksts, kas ir pietiekami skaidri sastādīts, ļaujot pircējam izzināt tā īsto raksturu un atšķirt no pārējiem produktiem, ar kuriem to var sajaukt.

   [..]"

5 Padomes 2008. gada 29. aprīļa Regula par vīna tirgus kopējo organizāciju, ar ko groza Regulas (EK) Nr. 1493/1999, (EK) Nr. 1782/2003, (EK) Nr. 1290/2005, (EK) Nr. 3/2008 un atceļ Regulas (EEK) Nr. 2392/86 un (EK) Nr. 1493/1999 (OV 2008, L 148, 1. lpp.).

6 Padomes 2009. gada 25. maija Regula, ar kuru groza Regulu (EK) Nr. 1234/2007, ar ko izveido lauksaimniecības tirgu kopīgu organizāciju un paredz īpašus noteikumus dažiem lauksaimniecības produktiem (OV 2009, L 154, 1. lpp.).

7 Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 20. marta Direktīva par dalībvalstu tiesību aktu tuvināšanu attiecībā uz pārtikas produktu marķēšanu, noformēšanu un reklāmu (OV 2000, L 109, 29. lpp.).

8 Faktiski tā netika atcelta līdz 2014. gada 13. decembrim, proti, tā tika atcelta divus gadus pēc faktu rašanās pamatlietā saskaņā ar izņēmuma normu Eiropas Parlamenta un Padomes 2011. gada 25. oktobra Regulā (ES) Nr. 1169/2011 par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem un par grozījumiem Eiropas Parlamenta un Padomes Regulās (EK) Nr. 1924/2006 un (EK) Nr. 1925/2006, un par Komisijas Direktīvas 87/250/EEK, Padomes Direktīvas 90/496/EEK, Komisijas Direktīvas 1999/10/EK, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/13/EK, Komisijas Direktīvu 2002/67/EK un 2008/5/EK un Komisijas Regulas (EK) Nr. 608/2004 atcelšanu (OV 2011, L 304, 18. lpp.).

11. 6. panta 5. punktā bija noteikts:

"Sastāvdaļu uzskaitījums ietver visas pārtikas produkta sastāvdaļas lejupejošā secībā pēc svara, kas reģistrēts to izmantošanas brīdī, ražojot pārtikas produktu. Tas atrodas aiz piemērota virsraksta, kas satur vārdu "sastāvdaļas".

[..]"

12. 7. panta 1. un 5. punktā bija noteikts:

"1. Sastāvdaļas daudzumu vai sastāvdaļu kategorijas daudzumu, ko izmanto, ražojot vai izgatavojot pārtikas produktu, uzrāda saskaņā ar šo pantu.

[..]

5. Šā panta 1. punktā minētā norāde parādās pārtikas produkta komercnosaukumā vai blakus tam, vai arī to sastāvdaļu uzskaitījumā, kas ir saistībā ar attiecīgo sastāvdaļu vai sastāvdaļu kategoriju."

C. Pamatnostādnes par tādu pārtikas produktu marķēšanu, kuru sastāvā ietilpst produkti ar aizsargātu cilmes vietas nosaukumu (ACVN) vai aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi (AĢIN) [9]

13. 2.1. punktā ("Ieteikumi par reģistrēta nosaukuma lietošanu") ir noteikts:

"1. Saskaņā ar Komisijas viedokli nosaukums, kas reģistrēts kā pārtikas produkts [ACVN vai AĢIN], varētu tikt likumīgi norādīts pārtikas produkta sastāvdaļu sarakstā.

2. Turklāt Komisija uzskata, ka nosaukumu, kas reģistrēts kā ACVN vai AĢIN, varētu norādīt tāda pārtikas produkta pārdošanas nosaukumā vai blakus tam, kura sastāvā ietilpst produkti ar reģistrētu nosaukumu, kā arī šā pārtikas produkta marķējumā, noformējumā vai reklāmā, ja vien ir izpildīti šādi nosacījumi.

   – Tādējādi būtu pareizi, ka minētais pārtikas produkts nesaturētu nevienu citu "līdzīgu sastāvdaļu", citiem vārdiem, nevienu citu sastāvdaļu, ko varētu pilnīgi vai daļēji aizstāt ar sastāvdaļu, kas apzīmēta ar ACVN vai AĢIN. Komisija uzskata, ka, minot orientējošu piemēru un neierobežojot jēdzienu "līdzīga sastāvdaļa", sieru ar zilā pelējuma marmorējumu (jeb, ikdienas valodā runājot, "zilo sieru") varētu salīdzināt ar Rokforas sieru.

   – Turklāt šī sastāvdaļa būtu jāizmanto pietiekamā daudzumā, lai attiecīgajam pārtikas produktam piešķirtu būtisku īpašību. Tomēr Komisija, ņemot vērā potenciālo gadījumu daudzveidību, nevar ieteikt vienādi piemērojamu minimālo procentuālo daudzumu. Tā, piemēram, ar ACVN vai AĢIN apzīmētas garšvielas minimālā daudzuma iekļaušanu pārtikas produktā vajadzības gadījumā varētu pietikt, lai minētajam pārtikas produktam piešķirtu kādu būtisku īpašību. Turpretī, iekļaujot pārtikas produktā minimālo daudzumu ar ACVN vai AĢIN apzīmētu gaļu, nevarētu noteikti piešķirt šim pārtikas produktam kādu būtisku īpašību.

   – Visbeidzot, ar ACVN vai AĢIN apzīmēta produkta iekļaujamo procentuālo daudzumu ideālā gadījumā vajadzētu norādīt attiecīgā pārtikas produkta pārdošanas nosaukumā vai tieši blakus tam, vai, ja tas nav izdarāms, sastāvdaļu sarakstā tiešā saistībā ar attiecīgo sastāvdaļu."

9 Komisijas paziņojums (OV 2010, C 341, 3. lpp.; turpmāk tekstā – "pamatnostādnes").

II. Pamatlietas fakti un prejudiciālie jautājumi

14. 2012. gada beigās sabiedrība *Aldi Süd*, kas ir pārtikas produktu un citu patēriņa preču izplatītāja lielveikalos, piedāvāja pārdošanai *Galana NV*[10] ražotu produktu, kura nosaukums ir "Champagner Sorbet" un kura sastāvā ir 12 % šampanieša. Attēls uz iepakojuma bija šāds:



15. *CIVC* cēla prasību *Landgericht München* (Minhenes Apgabaltiesa, Vācija), lūdzot piespriest *Aldi Süd* izbeigt ACVN "Champagne" lietošanu saldēta produkta apzīmēšanai, uzskatot to par šā ACVN pārkāpumu.

16. Prasība, kas bija balstīta uz Regulas Nr. 1234/2007 18.m pantu, tika apmierināta pirmajā instancē, bet apelācijas instancē *Oberlandesgericht München* (Minhenes Augstākā tiesa, Vācija) to noraidīja.

17. Apelācijas instancē pasludināto spriedumu *CIVC* pārsūdzēja iesniedzējtiesā. Tā sliecas uzskatīt, ka ACVN "Champagne" lietošana attiecībā uz saldētu produktu ietilpst Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkuma tvērumā, jo jēdziens "champagne" tiek lietots komerciāliem mērķiem, lai apzīmētu desertu, kas neatbilst ar ACVN "Champagne" aizsargāto vīnu specifikācijām.

18. Turklāt tā norāda, ka ACVN "Champagne" reputācija var labvēlīgi ietekmēt vārdkopu "Champagner Sorbet". Tomēr tā jautā, vai pastāv ACVN ļaunprātīga izmantošana Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkuma izpratnē, jo šī vārdkopa atbilst sabiedrības priekšstatam par tāda deserta apzīmēšanu, kas satur pietiekamu šampanieša daudzumu, lai tam piešķirtu būtisku īpašību. Tādējādi ACVN reputācijas izmantošana esot jāizslēdz, ja, kā secina apelācijas tiesa, šo lietošanu pamato likumīgas intereses.

19. Ņemot vērā, ka *CIVC* prasība varētu tikt pamatota ar Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunktu, iesniedzējtiesa pauž šaubas arī par to, vai ACVN izmantošana var būt ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana vai aplinku norādījums. Tā norāda, ka izmantošanai ir jābūt prettiesiskai, un tādējādi, ja to pamato likumīgas intereses, ACVN pārkāpums ir izslēgts.

20. Visbeidzot attiecībā uz *CICV* argumentu, ka *Aldi Süd* norādi "Champagner Sorbet" izmanto maldinoši Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkta izpratnē, iesniedzējtiesa vēlas noskaidrot, vai šī norma attiecas tikai uz gadījumiem, kuros maldinoša norāde rada sabiedrībā maldinošu priekšstatu par produkta ģeogrāfisko izcelsmi, vai arī tā ir pielīdzināma maldinošām norādēm par šī produkta būtiskām īpašībām.

21. Ņemot to vērā, *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) uzdod Tiesai šādus jautājumus:

"1) Vai Regulas (EK) Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums un Regulas (ES) Nr. 1308/2013 103. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums ir jāinterpretē tādējādi, ka tie ir jāpiemēro arī tad, ja aizsargātais cilmes vietas nosaukums tiek izmantots kā tāda produkta specifikācijai neatbilstoša pārtikas produkta nosaukuma daļa, kuram ir pievienota produkta specifikācijai atbilstoša sastāvdaļa?

10 *Galana NV* ir iestājusies pamatlietā *Aldi Süd* atbalstam.

2) Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša:

Vai Regulas (EK) Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums un Regulas (ES) Nr. 1308/2013 103. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums ir jāinterpretē tādējādi, ka aizsargāta cilmes vietas nosaukuma izmantošana tāda produkta specifikācijai neatbilstoša pārtikas produkta nosaukuma daļā, kuram ir pievienota produkta specifikācijai atbilstoša sastāvdaļa, ir cilmes vietas nosaukuma reputācijas izmantošana, ja pārtikas produkta nosaukums atbilst mērķa sabiedrības priekšstatam par nosaukumu un sastāvdaļa ir pievienota pietiekamā daudzumā, lai produktam piešķirtu būtisku īpašību?

3) Vai Regulas (EK) Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunkts un Regulas (ES) Nr. 1308/2013 103. panta 2. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka aizsargāta cilmes vietas nosaukuma izmantošana otrajā prejudiciālajā jautājumā aprakstītajos apstākļos ir ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana vai aplinku norādījums?

4) Vai Regulas (EK) Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkts un Regulas (ES) Nr. 1308/2013 103. panta 2. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tie ir piemērojami tikai nepareizai vai maldinošai norādei, kas ir piemērota, lai mērķa sabiedrībā radītu nepareizu iespaidu par produkta ģeogrāfisko izcelsmi?"

III. Tiesvedība Tiesā

22. Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu Tiesas kancelejā ir iesniegts 2016. gada 14. jūlijā.

23. Rakstveida apsvērumus iesniedza *CIVC*, *Galana NV*, Francijas un Portugāles valdības, kā arī Eiropas Komisija.

24. 2017. gada 18. maijā notika tiesas sēde, kurā piedalījās *CIVC*, *Galana NV*, Francijas valdības un Eiropas Komisijas pārstāvji.

IV. Lietas dalībnieku apsvērumu kopsavilkums

A. Par pirmo jautājumu

25. Visi lietas dalībnieki ir vienisprātis, ka uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir jāsniedz apstiprinoša atbilde. *CIVC* uzskata, ka Savienības tiesību normas aizsargā ACVN pret visa veida tiešu vai netiešu komerciālu izmantošanu, kas skar tā reputācijas izmantošanu. Šī aizsardzība attiecas uz produkta nosaukumā iekļautā ACVN izmantošanu, apzīmējot specifikācijai neatbilstošu pārtikas produktu. Balstoties uz spriedumu *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*[11], tā apgalvo, ka notiek tieša ACVN "Champagne" komerciāla izmantošana, kad tas pilnībā vai tā tulkojums tiek lietots kā "Champagner Sorbet" daļa.

26. Francijas valdības ieskatā, lai arī piemērojamajās regulās nav skaidri minēta ACVN kā sastāvdaļas lietošana, tā aizsardzība un saskaņotība ar noteikumiem par vīnu nozari un lauksaimniecības un pārtikas produktiem liek uzskatīt, ka šīs regulas ir piemērojamas arī šai izmantošanai.

27. Portugāles valdība piebilst, ka "Champagner" šajā lietā ir svarīgākais produkta vārdiskais elements, savukārt jēdziens "sorbet" ir sugasvārds, proti, tas neietekmē vērtējumu par ACVN izmantošanu.

11 Spriedums, 2011. gada 14. jūlijs (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), 55. punkts.

B. Par otro jautājumu

28. *CIVC* arī uz otro jautājumu piedāvā apstiprinošu atbildi. Tāpat kā Portugāles vadība tā atgādina, ka jēdziens "izmantot" nozīmē izmantot vai lietot kaut ko tādējādi, ka no ACVN reputācijas tiek gūta priekšrocība. Tā tas esot sorbeta gadījumā – no šī ar ACVN aizsargātā dzirkstošā vīna labās slavas un kvalitātes esot gūts labums, iekļaujot tā nosaukumā jēdzienu "champagne". Tā noraida, ka pēc analoģijas būtu piemērojams Regulas (EK) Nr. 110/2008 [12] par stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem 10. panta 1. punkts un ka likumdevējs nebūtu vēlējies attiecināt to arī uz vīniem, savukārt *CIVC* norāda uz atbilstīgiem elementiem Komisijas pamatnostādnēs.

29. Tāpat kā *Galana NV* un Francijas valdība *CIVC* uzskata, ka nav nozīmes tam, ka pārtikas produkta nosaukums, kurā ir iekļauts ACVN, ir lietots parastā, sabiedrībai labi zināmā formā. Pretējā gadījumā rastos risks, ka ACVN kļūtu par sugasvārdu, atšķirībā no tās centieniem to novērst, paredzot tā aizsardzību.

30. *CIVC* apgalvo, ka ir jānoskaidro, vai šampanieša daudzums sorbetā ir pietiekams, lai piešķirtu tam būtisku īpašību. Šajā gadījumā tā tas neesot, jo būtiskas šampanieša īpašības (smalki un noturīgi burbuļi, kā arī atsvaidzinoša, viegli ieskābena augļu garša) sorbetam nepiemīt. Arī pārtikas produkta ražošanā izmantotais šampanieša daudzums (12 %) nepamatojot ACVN izmantošanu.

31. *Galana NV* neuzskata, ka var atsaukties uz Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkumu, jo sorbeta nosaukums acīmredzami atspoguļojot realitāti un sabiedrība netiekot maldināta. Šampanieša daudzums, kas pievienots kā sastāvdaļa, esot pietiekams, lai piešķirtu sorbetam būtisku īpašību. Turklāt pārtikas produkts atbilstot pamatnostādnēm, un tas apstiprinot tās nostāju.

32. Francijas valdība uzskata, ka principā lietot ACVN kā pārtikas produkta nosaukuma daļu nav aizliegts, jo tas pats par sevi nenozīmē tā reputācijas izmantošanu. Tāpat kā Komisija tā norāda, ka "izmantot" saskaņā ar Tiesas judikatūru nozīmē tādu izmantošanu, ar kuru uzņēmējs gūst nepamatotu labumu no aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas [13].

33. Valsts tiesai ir jāizvērtē, vai ir izpildīti pamatnostādnēs paredzētie nosacījumi, un, iespējams, ir jāizsver citi vērtēšanas kritēriji, piemēram, cik samērīgi uzņēmējs šo ACVN ir izmantojis – ar attēlu vai atsauču, kā arī ar iepakojuma noformējuma vai produkta reklāmas starpniecību.

34. Portugāles valdība uzskata, ka saistībā ar "Champagner Sorbet" nepamatoti esot izmantota ACVN "Champagne" reputācija. ACVN ir jāaizsargā pret visa veida izmantošanu, aizliedzot gūt labumu no to reputācijas, it īpaši ir jānovērš atšķirtspējas mazināšana vai degradēšana.

35. Uz otro jautājumu Komisija ierosina sniegt noraidošu atbildi. Tā atbalsta Regulas (ES) Nr. 1151/2012 [14] (kurā ir atsauce uz pamatnostādnēm), Regulas Nr. 1169/2011 un Regulas Nr. 110/2008, it īpaši tās 10. panta 1. punkta, saskaņotu interpretāciju, ciktāl runa ir par norādi uz stipro alkoholisko dzērienu pārtikas produktu nosaukumā. Tā norāda, ka šajā gadījumā ACVN "Champagne" tiekot izmantots saskaņā ar šiem nosacījumiem un Regulas Nr. 1169/2011 9. panta 1. punkta a) un b) apakšpunktu, kā arī 17. panta 1. punktu un 18. un 22. pantu.

12 Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 15. janvāra Regula par stipro alkoholisko dzērienu definīciju, aprakstu, noformējumu, marķējumu un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un ar ko atceļ Padomes Regulu (EEK) Nr. 1576/89 (OV 2008, L 39, 16. lpp.; labojums – OV 2009, L 228, 47. lpp).

13 Spriedumi, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), 46. punkts, un 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35), 45. punkts.

14 Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 21. novembra Regula par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu kvalitātes shēmām (OV 2012, L 343, 1. lpp.).

C. Par trešo jautājumu

36. Arī uz šo jautājumu *CIVC* piedāvā sniegt apstiprinošu atbildi. Pēc tās domām, kas būtībā atbilst Portugāles valdības viedoklim, "Champagner Sorbet" norāda uz ACVN "Champagne" Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunkta izpratnē, lai arī šī vārdkopa ir saderīga ar lietojumu sabiedrībā un sastāvdaļa ir pievienota pietiekamā daudzumā, lai piešķirtu sorbetam būtisku īpašību. "Aplinku norādījuma" jēdziens esot attiecināms uz gadījumu, kad pārtikas produkta nosaukumā ir iekļauts ACVN, liekot patērētājam izveidot saikni starp šo produktu un sastāvdaļu, kas ar to ir aizsargāta.

37. *Galana NV* un Francijas valdība noliedz, ka ACVN "Champagne" izmantošana šajā gadījumā ir ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana vai aplinku norādījums. Šie jēdzieni ietverot produkta vai ACVN pamatā esošu vārdu kopēšanu vai arī atsauci uz ACVN, ja produkts neatbilst specifikācijās noteiktajām prasībām, savukārt šajā gadījumā ACVN tiekot lietots tieši.

38. Komisijas skatījumā ar "Champagner Sorbet" brīvprātīgi un tieši ir norādīts saturs, kas izslēdz jebkādu aplinku norādījumu, atdarināšanu vai cita veida ACVN piesavināšanos. Patērētājs arī netiekot maldināts par sorbeta izcelsmi, jo ir sniegta skaidra informācija par to, ka tā sastāvā ir būtisks šampanieša daudzums no šī Francijas reģiona.

D. Par ceturto jautājumu

39. *CIVC* ieskatā uz šo jautājumu ir jāatbild noraidoši. Pēc tās un Francijas valdības domām, Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkts esot piemērojams maldinošām norādēm gan par produkta būtību, gan par tā būtiskajām īpašībām.

40. *Galana NV*, tāpat kā Komisija, izslēdz, ka būtu piemērojams Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkts, jo tas attiecoties tikai uz vīna produktiem. Pakārtoti tā uzskata, ka tas esot piemērojams nepareizām vai maldinošām norādēm, kas var maldināt mērķauditoriju par produkta ģeogrāfisko izcelsmi.

41. Kā uzskata Portugāles valdība, nepareizas vai maldinošas norādes var radīt maldinošu priekšstatu par produkta ģeogrāfisko izcelsmi un nosaukumus ar šādām norādēm nedrīkst atļaut.

V. Juridiskais vērtējums

A. Par pirmo jautājumu

42. Iesniedzējtiesa, pirmkārt, lūdz izskaidrot Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkuma tvērumu. Konkrēti, tā vēlas noskaidrot, vai tas ir piemērojams tādās situācijās kā aplūkotā, kurā ACVN "Champagne" ir sorbeta, kura sastāvā ir noteikts šī dzirkstošā vīna daudzums, nosaukuma *daļa*.

43. Visas personas, kas iestājušās prejudiciālā nolēmuma tiesvedībā, piekrīt iesniedzējtiesai, ka uz pirmo jautājumu ir sniedzama apstiprinoša atbilde. Lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu paustās šaubas ir radušās saistībā ar Vācijas doktrīnā aizstāvēto viedokli, saskaņā ar kuru šī tiesību norma esot piemērojama, ja ACVN lietojums ir *identisks*. Savukārt uz *līdzīgu* vārdu lietošanu attiecoties Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunkts.

44. Uzskatu, ka šis viedoklis [15] nav pieņemams vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, kā norāda Francijas valdība, šajā pantā tvērums ir definēts ļoti plaši, ievērojot aizsardzību, kādu ar to ir iecerēts piešķirt ACVN. Nebūtu atbilstoša tāda interpretācija, saskaņā ar kuru, piemēram, tiktu izslēgta ACVN tulkojuma lietošana, – tas būtu pretrunā jebkādas tiešas vai netiešas izmantošanas aizliegumam.

45. Otrkārt, kā norāda Komisija, spriedumā *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* [16] Tiesa jau ir nospriedusi, ka tādas preču zīmes lietošana, kurā ir ietverta ģeogrāfiskas izcelsmes norāde vai šai norādei atbilstošs vārds un tās tulkojums, lai identificētu produktus (attiecīgi, stipros alkoholiskos dzērienus), kuri neatbilst attiecīgiem parametriem, ir šīs ģeogrāfiskās izcelsmes norādes *tiešs* komerciāls lietojums.

46. Visbeidzot, Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunktā ir paredzēti noteikumi par (tiešu un netiešu) izmantošanu un (salīdzināmiem un atšķirīgiem) produktiem [17], kuriem ir jānodrošina ar ACVN piešķirtā aizsardzība. Salīdzināmu produktu gadījumā tiem ir jābalstās uz ACVN, ciktāl tie neatbilst specifikācijām, savukārt attiecībā uz nesalīdzināmiem produktiem ir jāpierāda, ka tiek izmantota ACVN reputācija. Savukārt b) apakšpunktā – un visdrīzāk divos nākamajos punktos – ir atsauce uz konkrētu negodīgu rīcību, pret kuru var vērsties ACVN īpašnieki, ņemot vērā pienākumus, kas izriet no starptautiskajām konvencijām, kurām ir pievienojusies Savienība un dalībvalstis [18] Šajos izmantojuma veidos ir prezumēts nodoms izmantot minēto reputāciju.

47. Tāpēc uzskatu, ka ir piemērojams Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums, un tas nozīmē, ka uz pirmo jautājumu ir jāsniedz apstiprinoša atbilde.

B. Par otro prejudiciālo jautājumu

48. Tiesa *a quo* vēlas noskaidrot, vai uz ACVN izmantošanu tāda produkta nosaukumā, kas neatbilst produkta specifikācijām un kam tikusi pievienota sastāvdaļa (šajā gadījumā – šampanietis), kura atbilst minētajām specifikācijām, attiecas Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkumā noteiktais aizliegums, ja

– pārtikas produkta nosaukums atbilst mērķauditorijas priekšstatam, un

– pievienotās sastāvdaļas daudzums ir pietiekams, lai produktam piešķirtu būtisku īpašību.

49. Apelācijas tiesa secināja, ka izplatītājam bija *likumīgas intereses* izmantot ACVN "Champagne" tieši šo divu iemeslu dēļ: a) vācu valodā un tās kulinārijas literatūrā "Champagner Sorbet" ir ierasta vārdkopa, lai apzīmētu saldētu desertu, kura pagatavošanā ir izmantots Francijas dzirkstošais vīns, un b) *Galana NV* produkta sastāvā ir 12 % šampanieša, – pietiekams daudzums, lai piešķirtu sorbetam šī dzirkstošā vīna būtisko īpašību (konkrēti, tā garšu).

15 Ja pareizi saprotu, tā ierosina tādu Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta interpretāciju, saskaņā ar kuru a) apakšpunkts būtu piemērojams, ja ACVN tiek izmantoti identiski to reģistrācijai, savukārt b) apakšpunkts attiecoties uz līdzīgu nosaukumu lietošanu, kas vairāk vai mazāk atšķiras no reģistrētā ACVN. Skat. lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 29. punktu.

16 Spriedums, 2011. gada 14. jūlijs (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), 55. punkts. Lai arī minētais spriedums ir pasludināts saistībā ar Regulu Nr. 110/2008, nerodas šaubas, ka tas, ņemot vērā šīs regulas 16. panta gan gramatisko, gan teleoloģisko līdzību ar Regulas Nr. 1234/2007 118.m pantu, pēc analoģijas ir piemērojams šai lietai.

17 Le Goffic, C., *La protection des indications géographiques*, izd. *LITEC*, Parīze, 2010, 137. lpp.

18 Sal. Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b), c) un d) apakšpunktu ar Lisabonas Vienošanās par cilmes vietu nosaukumu aizsardzību un to starptautisko reģistrāciju 3. pantu (grozīts 1979. gada 28. septembrī) un ar 22. panta 2. punkta b) apakšpunktu 1994. gada 15. aprīļa Nolīgumā par intelektuālā īpašuma tiesībām, kas saistītas ar tirdzniecību (*TRIPS*) (OV 1994, L 336, 214. lpp.), kas ir 1 C pielikums Līgumam par Pasaules Tirdzniecības organizācijas izveidošanu (PTO) (OV 1994, L 336, 3. lpp.), kurā ir atsauce uz 10.a pantu Parīzes konvencijā par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību, kas ir grozīta Stokholmā 1967. gadā.

50. *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa), šķiet, nepiekrīt apelācijas tiesas viedoklim, kura, pēc pirmās minētās domām, esot pieņēmusi iepriekšējā punkta a) un b) apakšpunktā aprakstītos faktus, neveicot nepieciešamo faktisko apstākļu vērtējumu. Tomēr iesniedzējtiesa norāda uz iespēju izsecināt šādas likumīgas intereses no Savienības tiesiskā regulējuma par marķēšanu [19], interpretējot to kopsakarā ar regulējumu par lauksaimniecības un pārtikas produktu kvalitāti [20].

51. Tādējādi, lai sniegtu atbildi uz otro prejudiciālo jautājumu, ir jāanalizē noteikumi gan par ACVN aizsardzību, gan par pārtikas produktu marķēšanu.

1. *Par ACVN reputācijas izmantošanu*

52. Ja tiktu pieņemts, ka ir notikusi tieša komerciāla izmantošana (atbilde uz pirmo jautājumu), iesniedzējtiesa atzīst, ka ACVN "Champagne" lietošana atbilstu Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkumā paredzētajai prasībai (proti, šī ACVN reputācija tiek izmantota), ja atbildētājas darbībai nebūtu likumīgu interešu šādā izmantošanā.

53. Kopš lietas "Sekt-Weinbrand" [21] Tiesa ir precizējusi ACVN uzdevumus – informēt un nodrošināt, ka ar to apzīmētajam produktam faktiski piemīt īpašības un pazīmes, ko nosaka tā izcelsmes ģeogrāfiskā vieta. Jau septiņdesmitajos gados bija noteikta prasība par divkāršu saikni starp vietu un kvalitāti, kas vēlāk tika iekļauta tiesiskajā regulējumā pārtikas un lauksaimniecības produktu jomā [22], kā arī regulējumā par vīna nozari [23].

54. Regulas Nr. 1234/2007 mērķis attiecībā uz vīnu ACVN ir nodrošināt patērētājam un, no cita viedokļa raugoties, arī attiecīgo nosaukumu īpašniekiem to, ka attiecīgie produkti atbilst augstam kvalitātes līmenim, pamatojoties uz to ģeogrāfisko izcelsmi [24].

55. Ja tas notiek pārtikas produkta tirdzniecības nolūkā, ACVN *pilna* nosaukuma iekļaušana šā produkta nosaukumā atbilstoši tās loģikai tiek veikta ar mērķi izmantot aizsargātās īpašības labo slavu un reputāciju. Tāpēc principā šī rīcība ir jāuzskata par prettiesisku.

56. Tomēr var piekrist, ka ražotu preču tirdzniecībā var izmantot ACVN kā produkta nosaukuma daļu, ja tiek pierādītas likumīgas intereses. Iesniedzējtiesa uzdod jautājumu, kas ir radies saistībā ar tiešu komerciālu izmantošanu, pamatojoties uz dihotomiju "ACVN reputācijas izmantošana/likumīgas intereses", tieši tādējādi, ka pēdējo minēto neesamības gadījumā reputācija tiktu izmantota ļaunprātīgi.

57. Likumīgas intereses var izrietēt gan no agrākām īpašumtiesībām (piemēram, cita veida intelektuālais īpašums), gan no likuma izpildes. Tostarp papildus šiem gadījumiem un ārpus *tiešas* komerciālas vides piekrītu Francijas valdībai, ka trešajām personām ir jābūt iespējām likumīgi izmantot ACVN [25], proti, situācijās, kurās ACVN izmantošana var tikt pieņemta kā *ius usus inocui*.

19 Īpaši tā atsaucas uz Direktīvas 2000/13, kas bija spēkā faktu rašanās laikā, 5. un 7. pantu (skat. šo secinājumu 9. un nākamos punktus), neskarot Regulas Nr. 1169/2011 9. panta 1. panta a) apakšpunkta un 17. panta nozīmi interpretācijas sniegšanā. Ar šo regulu Direktīva 2000/13 tika atcelta no 2014. gada 13. decembra, un tādējādi tā *ratio temporis* nav piemērojama izskatāmajai lietai.

20 Konkrēti, Regulas Nr. 1151/2012, kuras preambulas trīsdesmit otrajā apsvērumā ir atsauce uz pamatnostādnēm, 13. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts.

21 Spriedums, 1975. gada 20. februāris, Komisija/Vācija (12/74, EU:C:1975:23).

22 Paskaidrojumus par aizsargāta cilmes vietas nosaukuma izcelsmi skat. ģenerāladvokāta Ruisa-Harabo Kolomera [*Ruiz-Jarabo Colomer*] secinājumos lietā Vācija un Dānija/Komisija (C-465/02 un C-466/02, EU:C:2005:636), 5. un nākamie punkti.

23 Piemēram, Regulas (EK) Nr. 479/2008 preambulas divdesmit septītajā un trīsdesmit otrajā apsvērumā, kas ir minēti 5. zemsvītras piezīmē. Lai arī minētais tiesiskais regulējums jau ir atcelts, šo divu apsvērumu formulējums ar nelielām izmaiņām ir iekļauts Regulā Nr. 1308/2013.

24 Šajā ziņā atsaucos uz 63. punktu manos secinājumos lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

25 Iedomājos restorāna ēdienkarti, kurā kā deserts ir minēts šampanieša sorbets, vai publicēta tā pagatavošanas recepte. Tiesas sēdē *Galana* aizstāvis kā piemēru minēja šampanieša glāžu (flautas formas glāzes) reklāmu, kurā ir lietota šī vārdkopa.

58. Faktiski attiecībā uz citiem intelektuālā īpašuma veidiem Tiesa ir atzinusi izņēmumus, kad trešās personas, izmantojot aizsargātus apzīmējumus vai darbus, nepārkāpj to īpašnieku tiesības. Tādējādi preču zīmju tiesībās ir atļauts aprakstošs izmantojums, lai norādītu pārdošanā piedāvātā produkta īpašības iespējamajam klientam, kas pazīst ar preču zīmi apzīmētos produktus [26]. Tāpat tā ir pieļāvusi izmantošanu, ja patērētājs neuztver apzīmējumu kā pierādījumu tam, ka ar tiem apzīmētos produktus ir ražojis preču zīmes īpašnieka uzņēmums [27].

59. Autortiesību un blakustiesību jomā saskaņā ar Direktīvas 2001/29/EK [28] 5. panta 1. un 5. punktu tika pieņemts, ka likumīgas ir ar autortiesībām aizsargātu darbu kopijas uz datora ekrāna un kopijas datora cietā diska kešatmiņā [29], īslaicīgas reprodukcijas darbības, kas padara iespējamu satelīta dekodera un televīzijas ekrāna pareizu darbību un padara iespējamu raidījumu, kas ietver aizsargātos darbus, uztveršanu [30], un rakstu kopsavilkumi presē, neraugoties uz to, ka minēto rakstu autortiesību īpašnieki tos nebija atļāvuši [31].

60. Turklāt šī nostāja ir saderīga ar vairākiem Tiesas spriedumiem, saskaņā ar kuriem labuma no ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas gūšanai ir jābūt "nepamatotai" [32]. Lai arī šie spriedumi tika pasludināti saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. pantu (par stipro alkoholisko dzērienu ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm), šīs tiesību normas līdzība ar Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunktu ļauj piemērot šo interpretāciju vīnu jomā [33]. Tādējādi, ja ir likumīgas intereses, ACVN izmantošana nebūtu jāuzskata par *nepamatotu*.

61. Savukārt šajā gadījumā – un *Galana NV* tiesas sēdē nav atsaukusies uz jebkāda veida agrākām tiesībām – ir jānosaka, vai ACVN "Champagne" lietojums tās ražotā sorbeta nosaukumā atbilst likumam un vai var tikt uzskatīts, ka ar to netiek nodarīts kaitējums.

2. *Par likumīgām interesēm izmantot ACVN*

62. Kā esmu izklāstījis, iesniedzējtiesa vēlas noskaidrot, kāda nozīme ir diviem īpašiem elementiem, kas var pamatot attiecīgās likumīgās intereses: a) produkta nosaukums atbilst mērķauditorijas priekšstatiem, un b) sorbeta sastāvā ir pietiekams šampanieša daudzums, kas tam piešķir būtisku īpašību.

63. Tādējādi ir jāaplūko abi elementi atsevišķi, neskarot to, ka, manuprāt, varbūt tie nav vienīgie, kuriem ir nozīme, lai noskaidrotu, vai no ACVN ir nepamatoti gūts labums.

26 Spriedums, 2002. gada 14. maijs, *Hölterhoff* (C-2/00, EU:C:2002:287), 16. punkts. Lieta bija par komercdarījumu, kurā *Hölterhoff* piedāvāja klientam pārdot dažus pusdārgakmeņus un dekoratīvos akmeņus ar iegriezumiem, kurus tas sauca par "Spirit Sun" un "Context Cut", kas ir konkurenta reģistrētas preču zīmes.

27 Spriedums, 2007. gada 25. janvāris, *Adam Opel* (C-48/05, EU:C:2007:55), 24. punkts, un ģenerāladvokāta Ruisa-Harabo Kolomera secinājumi šajā lietā (EU:C:2006:154), 35. un nākamie punkti. Tā bija par *Opel* preču zīmes logotipa izmantošanu mērogā darinātu transportlīdzekļu salonos, ko pārdeva ar *Opel* nesaistīts uzņēmums *AUTEC*.

28 Eiropas Parlamenta un Padomes 2001. gada 22. maija Direktīva par dažu autortiesību un blakustiesību aspektu saskaņošanu informācijas sabiedrībā (OV 2001, L 167, 10. lpp.).

29 Spriedums, 2014. gada 5. jūnijs, *Public Relations Consultants Association* (C-360/13, EU:C:2014:1195), 26. un 27. punkts.

30 Spriedums, 2011. gada 4. oktobris, *Football Association Premier League* u.c. (C-403/08 un C-429/08, EU:C:2011:631), 170.–172. punkts.

31 Rīkojums, 2012. gada 17. janvāris, *Infopaq International* (C-302/10, EU:C:2012:16), 44. un 45. punkts.

32 Spriedumi, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), 46. punkts, un 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35), 45. punkts.

33 Šajā ziņā Regulas Nr. 479/2008, ar kuras 45. pantu tika iestrādāta pašreizējā 118.m panta redakcija, par ko ir šī lieta, preambulas trīsdesmit otrā apsvēruma sākumā ir norādīts, ka "reģistrētiem cilmes vietu nosaukumiem [..] būtu jānodrošina aizsardzība pret lietojumu, kad *nepamatoti* izmanto priekšrocības, ko dod atbilstīgo produktu labā slava" (mans izcēlums).

a) *Produkta nosaukums, kurā iekļauts ACVN, un sabiedrības priekšstati*

64. Visi lietas dalībnieki, izņemot Komisiju, ir vienisprātis, ka Vācijas patērētāju priekšstati neleģitimē ACVN "Champagne" izmantošanu sorbeta komerciālajā noformējumā. Pieļaut pretējo nozīmētu padarīt minēto ACVN par sugasvārdu, ko var brīvi lietot ikviens uzņēmējs.

65. Piekrītu šim viedoklim, jo viens no galvenajiem vīnu ACVN aizsardzības mērķiem ir nepieļaut, ka tie kļūst par sugasvārdiem [34]. ACVN brīva lietošana ar to nesaistītos produktos varētu likt sabiedrībai uzskatīt, ka ACVN var tikt attiecināti arī uz produktiem, kas nav ražoti teritorijā, uz kuru attiecas ACVN. Tādējādi tiktu veicināta ACVN tikai kā vispārīgas norādes lietošana, tostarp arī tad, ja šādi rīkojas konkrētā valstī. Nav jāaizmirst, ka ACVN aizsardzībai visās dalībvalstīs ir jābūt vienādai, nepieļaujot sadrumstalotību, kas izriet no kādas dalībvalsts patērētāju priekšstatiem [35].

66. No likumdošanas viedokļa raugoties, vīnu ACVN pēc to reģistrācijas ir nodrošināta pastāvīga aizsardzība saskaņā ar Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 3. punktu, lai arī tas ir ticis atcelts. Tā aizsardzība tiktu apdraudēta arī trešajās valstīs [36], ja faktiski reģistrētie ACVN vispārīguma dēļ būtu brīvi pieejami, nereģistrējot nosaukumus, kas ir kļuvuši par sugasvārdiem [37]. Tādējādi tādas izmantošanas novēršana, saskaņā ar kuru nosaukumi kļūst par vispārpiemērojamiem, pārvēršas par būtisku nepieciešamību, kas nav tikai parasta ar ACVN aizsargātu vīnu ražotāju vēlme.

67. Tādējādi ar to, ka vienā vai vairākās dalībvalstīs vārdkopu "Champagner Sorbet" parasti lieto sorbeta apzīmēšanai, nepietiek, lai atzītu izplatītāja *likumīgas intereses*, kuru dēļ šī produkta komerciālajā noformējumā drīkst iekļaut ACVN "Champagne".

b) *Ar ACVN reģistrētas sastāvdaļas būtiskas īpašības piešķiršana, lietojot to pietiekamā daudzumā*

68. Piekrītu Komisijai, ka šajā lietā ir jāinterpretē vispārpiemērojamais Savienības tiesiskais regulējums par pārtikas produktu marķēšanu (kas galvenokārt iekļauts Direktīvā 2000/13 un Regulā Nr. 1169/2011, ar ko tā tika atcelta), jo uz sorbetu – kas acīmredzami ir viens no šiem produktiem – neattiecas ACVN [38].

69. Saskaņā ar Direktīvu 2000/13 pārtikas produktu marķējumā ir jānorāda produkta "komercnosaukums; sastāvdaļu uzskaitījums; dažu sastāvdaļu vai sastāvdaļu kategoriju daudzums [..]" [39]. "Komercnosaukums" [40] ir Savienības tiesību normās vai, ja tādu nav, valsts tiesību normās piemērojamais nosaukums. Ja tāda nav, "komercnosaukums atbilst nosaukumam, kas ierasts tajā dalībvalstī, kur to pārdod galapatērētājam".

70. Sākotnēji "Champagner Sorbet", šķiet, atbilst noteikumiem par marķēšanu, tādējādi *Galana NV* būtu likumīgas intereses šādi nosaukt savu pārtikas produktu. Tomēr saskaņā ar Regulas Nr. 1151/2012 13. panta 1. punkta a) un b) apakšpunktu reģistrētie ACVN ir aizsargāti arī tad, ja tie tiek izmantoti kā sastāvdaļas. Tādēļ ir jānoskaidro, cik liela ir šī aizsardzība.

34 Šajā ziņā atsaukšos uz 87.–89. punktu manos secinājumos lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

35 Tiesas sēdē tika apspriests, kā būtu jāmaina iesakņojušies priekšstati dažās dalībvalstīs, kurās līdz šim kā sugasvārdi tiek lietoti nosaukumi, kas pēc Savienības tiesību normu pieņemšanas ir vīnu ACVN (piemērs tam ir šampanieša gadījums). Tā tas ir arī attiecībā uz Eiropas ACVN ārpuskopienas aizsardzību ar divpusēju un daudzpusēju līgumu starpniecību.

36 Lai gan Lisabonas Vienošanās par cilmes vietas nosaukumiem un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm Ženēvas akta (pieņemts 2015. gada 20. maijā) 12. pantā arī ir paredzēta pastāvīga aizsardzība, tomēr tas vēl nav stājies spēkā.

37 Tas ir noteikts Regulas Nr. 1234/2007 118.k panta 1. punktā, kas vēlāk kļuvis par Regulas Nr. 1308/2013 101. panta 1. punktu.

38 Turpretī vīna produktu marķēšanai ir piemērojami Regulas Nr. 1308/2013 117.–123. pants, bet stipro alkoholisko dzērienu ģeogrāfiskajām norādēm ir piemērojama Regula Nr. 110/2008. Abas regulas ir *lex specialis* salīdzinājumā ar vispārīgajiem tiesību aktiem par pārtikas produktiem.

39 3. panta 1. punkta 1), 2) un 3) apakšpunkts. Tāda pati norma Regulā Nr. 1169/2011, kas ir stājusies spēkā 2014. gada 13. decembrī, ir 9. panta 1. punkta a), b) un d) apakšpunkts.

40 Direktīvas 2000/13 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts, kas atbilst Regulas Nr. 1169/2011 17. pantam.

71. Saskaņā ar Direktīvas 2000/13 6. panta 5. punktu [41] ražotājam ir pienākums marķējumā sniegt visu sastāvdaļu uzskaitījumu. Ja sastāvdaļa tiek norādīta produkta "komercnosaukumā" (kā tas ir šajā lietā), tad saskaņā ar šīs direktīvas 7. panta 4. punktu ir jānorāda tās daudzums procentos [42].

72. Nedz Direktīvā 2000/13, nedz Regulā Nr. 1169/2011 nav tiešas atsauces uz sastāvdaļām, uz kurām attiecas ACVN. Lai rastu risinājumu šajā situācijā un ieviestu skaidrību, Komisija 2010. gadā publicēja pamatnostādnes (uz kurām ir atsauce Regulas Nr. 1151/2012 preambulas trīsdesmit otrajā apsvērumā). Lai arī tām nav saistoša reglamentējoša spēka [43], tās ir jāņem vērā, jo tajās ir atspoguļots šīs iestādes viedoklis.

73. Saskaņā ar pamatnostādnēm līdzās atkārtotam sastāvdaļu uzskaitījumam nosaukumu, kas reģistrēts kā ACVN, "varētu norādīt tāda pārtikas produkta pārdošanas nosaukumā vai blakus tam, kura sastāvā ietilpst produkti ar reģistrētu nosaukumu, kā arī šā pārtikas produkta marķējumā, noformējumā vai reklāmā", ja ir izpildīti šo secinājumu 13. punktā minētie nosacījumi.

74. Valstu tiesām, kuras var labāk izvērtēt strīda faktiskos apstākļus un veikt to juridisko kvalificēšanu, ir jālemj par to, vai izskatāmajā lietā ir izpildīti šie trīs nosacījumi. Tādējādi es izklāstīšu tikai dažas pārdomas, kas varētu palīdzēt tām izpildīt šo uzdevumu.

75. Pirmais nosacījums (nav nevienas citas "līdzīgas sastāvdaļas", ko varētu aizstāt ar sastāvdaļu, kas apzīmēta ar ACVN) ir viegli izvērtējams, un tas ir pietiekami objektīvs. Šķiet, ka nekas nenorāda, ka "Champagner Sorbet" satur citas sastāvdaļas, kas būtu līdzīgas ar ACVN aizsargātajam dzirkstošajam vīnam, ar kurām varētu tikt aizstāts pēdējais minētais.

76. Otrais nosacījums (sastāvdaļa ir jāizmanto pietiekamā daudzumā, lai pārtikas produktam piešķirtu būtisku īpašību) ir sarežģītāks. Pretēji *CIVC* viedoklim runa nav par to, lai noteiktu aizsargātas sastāvdaļas būtiskās īpašības pārtikas produktā, bet šim produktam ir jāpiemīt būtiskai īpašībai, kas ir saistīta ar ACVN [44].

77. Taču arī šis noteikums nav pietiekami drošs. Kvantitatīvajam faktoram ne vienmēr ir svarīgākā nozīme, lai pārtikas produktam piešķirtu būtisku īpašību [45]. Parasti šo pēdējo minēto īpašību produktiem piešķir ar smaržu un garšu, kas piemīt ar ACVN aizsargātajai sastāvdaļai, bet var būt arī citi būtiski faktori [46]. Turklāt valsts tiesai, pamatojoties uz sniegtajiem pierādījumiem [47] un pašas veikto faktisko apstākļu izvērtējumu, būs jānoskaidro, vai, pievienojot Šampaņas vīnu sorbetam, tiek piešķirta būtiska īpašība tikko izklāstītajā nozīmē.

41 Tā nesenāks ekvivalents ir Regulas Nr. 1169/2011 18. panta 1. punkts. Kā atgādināts Regulas Nr. 1308/2013 118. pantā, šajā gadījumā Direktīva 2000/13 ir piemērojama vīnu nozarē.

42 Likumdevējs ir devis produkta ražotājam iespēju lemt par to, kurā vietā norādīt sastāvdaļas daudzumu procentos: a) komercnosaukumā, b) tieši blakus minētajam nosaukumam vai c) sastāvdaļu uzskaitījumā. Šajā gadījumā minētais uzskaitījums atrodas iepakojuma apakšpusē.

43 Tajās ir apgalvots, ka tās ir piemērojamas brīvprātīgi un ka tās "nav ne Eiropas Savienības tiesību aktu attiecībā uz ACVN un AĢIN, ne arī "Marķēšanas direktīvas" juridiski saistoša interpretācija".

44 Komisija pamatnostādnēs pamatoti atturējās norādīt vienotas izmantošanas daudzumu procentos. Tomēr tā ierosināja noteikumu, saskaņā ar kuru, jo lielāks ir ar ACVN reģistrētas sastāvdaļas daudzums, jo lielākas ir iespējas, ka produktam tiks piešķirta būtiska īpašība.

45 Piemēram, ir tādi ar ACVN aizsargāti produkti kā konkrētas trifeļu šķirnes, kuras, pievienojot produktam ļoti mazās devās, ir nekavējoties sajūtamas ar ožu un atstāj neaizmirstamu garšu.

46 Tādējādi sastāvdaļas norāde pārtikas produkta marķējumā tā "komercnosaukumā" vai blakus tam ir iespējama, ja produktam ir ar ACVN aizsargātas sastāvdaļas smarža un/vai garša. Tomēr jāņem vērā citi tādi faktori kā tekstūra vai krāsa, kurām, manuprāt, nav izšķirošas nozīmes attiecībā uz tādiem produktiem kā abi iepriekš minētie.

47 Šādos strīdos var būt lietderīgi pierādījumi, kurus sniedz gastronomijas eksperti, kas izskaidro šampanieša sorbeta īpašības, vai uz patērētāju aptaujām balstīti ziņojumi, lai pierādītu, ka šī dzirkstošā vīna garša piemīt pašam sorbetam. Dalībvalstu procesuālā prakse ir ļoti bagāta šajā ziņā, – attiecībā uz šampanieti īpaši skat. *Cour d'appel de París* (Parīzes Apelācijas tiesa) 2013. gada 15. marta spriedumu lietā *SAS Euralis Gastronomie/CIVC*, ko *Cour de cassation* (Augstākā tiesa, Francija) 2013. gada 25. novembrī atstāja negrozītu.

78. Vislielākās problēmas interpretācijas sniedzējam sagādā trešais nosacījums. Pirmkārt, var strīdēties, vai šis nosacījums atbilst Direktīvas 2000/13 7. panta 5. punktam [48]. Katrā ziņā tā redakcijā, lietojot īpašības vārdu "ideāls", tas zaudē saistošu spēku, pat orientējošā nozīmē. Tādējādi sastāvdaļas daudzums procentos pārtikas produktā ir faktors, kura nozīme ir jāizvērtē saskaņā ar Direktīvu 2000/13.

79. Ņemot to vērā, atkārtošu, ka tieši valsts tiesām būs jālemj par to, vai pārtikas produktam ar pievienoto ACVN reģistrēto sastāvdaļu tiek piešķirta būtiska īpašība tādējādi, ka tā ir jānorāda tās marķējumā.

c) *Citu elementu, kas palīdz izmantot ACVN reputāciju, esamība*

80. Iesniedzējtiesai sniegtā atbilde būtu nepilnīga, ja tiktu ņemtas vērā tikai izplatītāja likumīgās intereses, kas izriet no pamatnostādņu ievērošanas, ar kurām ir atļauts tā pārtikas produktu marķējumā iekļaut ar ACVN aizsargātas sastāvdaļas.

81. Šie trīs nosacījumi, kas ir noteikti šajās pamatnostādnēs, nav nošķirami no iepriekš minētajiem jēdzieniem (labticība un patērētāja maldināšanas neesamība), uz kuriem ir atsauce 1.1. punktā, kad tiek izklāstīts pamatnostādņu konteksts.

82. Spriežot par to, vai ACVN nav izmantots nepamatoti (prettiesiska reputācijas izmantošana), būs jābalstās uz to, vai ar ACVN aizsargātas sastāvdaļas daudzums ir pietiekams, lai tā pārtikas produktam piešķirtu būtisku īpašību. Taču šī apstākļa dēļ ACVN izmantošana strīdīgajā sorbetā nebūs likumīga, ja ir citi elementi (it īpaši marķējuma noformējums), kas liecina par nodomu izmantot ACVN labo slavu, gūstot labumu no tā reputācijas.

83. Šajā lietā marķējumā, ko redz patērētājs, kuram ir paredzēts "Champagner Sorbet" iepakojums, pirmajā plānā ir attēlots korķis ar drāti, kas izraisa asociācijas ar pudeli, līdz pusei piepildīta glāze un dzēriens, kas, iespējams, ir šampanietis. Otrajā plānā ir Francijas dzirkstošā vīna pudele, kas arī ir labi atpazīstama.

84. Neuzskatu, ka ir iespējams mazināt šo elementu nozīmi, izvērtējot, vai produkta ražotājs vai izplatītājs izmantoja ar ACVN "Champagne" aizsargātas sastāvdaļas reputāciju [49]. Valsts tiesa var ņemt vērā šos faktorus, un tas tai ir jādara, lemjot par nepamatotu ACVN izmantošanu.

85. Regulas Nr. 1308/2013 un Direktīvas 2000/13 [50] mērķis ir novērst patērētāja maldināšanu, Tiesai precizējot, ka sastāvdaļu uzskaitījums uz iepakojuma pats par sevi nav pietiekams, lai izslēgtu, ka marķējums un tā noformēšanas veidi maldina pircēju [51].

86. Faktiski Tiesa jau ir nospriedusi, ka, lai novērtētu marķējumā iekļautās norādes spēju maldināt, valsts tiesai būtībā ir jābalstās uz to, ko attiecīgais patērētājs sagaida no attiecīgās norādes par pārtikas produkta izcelsmi, cilmes vietu un kvalitāti, būtiskajam esot tam, lai tas patērētāju nemaldinātu un neliktu tam kļūdaini uzskatīt, ka produktam ir cita izcelsme, cilmes vieta vai kvalitāte, nevis tie, kas tam patiesībā ir [52].

48 Ar šo pantu ražotājam, kas izmanto ar ACVN reģistrētu sastāvdaļu, ir trīs iespējas norādīt minētās sastāvdaļas daudzumu procentos (skat. šo secinājumu 12. punktu). Tomēr pamatnostādnēs iespēja norādīt tādu daudzumu procentos, šķiet, ir paredzēta gadījumos, kad sastāvdaļa nav minēta komercnosaukumā vai blakus tam (tādējādi es saprotu piebildi "ja tādu nav"). Ražotājam ir saistoša Direktīva 2000/13, nevis pamatnostādnes, tādējādi tam piedāvātās iespējas direktīvā paliek negrozītas.

49 Tiesas sēdē lietas dalībnieki atzina, ka pamatlieta neattiecas tikai uz ACVN izmantošanu sorbeta nosaukumā.

50 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) ievilkums.

51 Spriedums, 2015. gada 4. jūnijs, *Teekanne* (C-195/14, EU:C:2015:361), 38. punkts.

52 Turpat, 36. punkts un tajā minētā judikatūra.

87. Kompetentajai tiesai būs jāizsver, vai šo grafisko elementu lietošana "Champagner Sorbet" marķējumā ir pamatota tikai tādējādi, ka tā parāda mērķi izveidot nepamatotu saikni ar dzirkstošo vīnu, kas ir aizsargāts ar ACVN. Citiem vārdiem sakot, vai pamatā esošais nodoms ir ar komerciālā noformējuma palīdzību izveidot saikni starp šo pārtikas produktu un Šampaņas dzirkstošā vīna reputāciju, vēloties piedēvēt tā kvalitāti pašam sorbetam.

C. Par trešo jautājumu

88. Atbilde uz trešo un ceturto jautājumu, iespējams, ir lieka, ja, ņemot vērā atbildi uz otro jautājumu, *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) uzskatīs, ka ACVN "Champagne" ir izmantots nepamatoti. Katrā ziņā aplūkošu abus jautājumus.

89. Trešais prejudiciālais jautājums būtībā ir par to, vai šīs lietas apstākļos ar reģistrēta ACVN nosaukuma lietojumu ir notikusi ACVN ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana vai veikts aplinku norādījums uz to.

90. Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunktā ir minēta virkne komerciālajam negodīgumam raksturīgu rīcības veidu, kas ietver ACVN lietojuma intensitātes līmeņus tās samazināšanās secībā – ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana un, visbeidzot, aplinku norādījums.

91. *Ļaunprātīga izmantošana* ir pilna ACVN lietošana līdzīgiem produktiem. Manuprāt, šajā gadījumā tādas nav, jo sorbets tiek pārdots sasaldēts, un tas nav iespējams vīna gadījumā [53]. Tāpat nedomāju, ka būtu pieļauta *atdarināšana*, jo "Champagner Sorbet" nosaukumā ir ietverts pilns ACVN.

92. Daudz grūtāk ir noteikt, vai var runāt par *aplinku norādījumu*, un, lai atrisinātu šo problēmu, ir jāņem vērā Tiesas judikatūra, kurā ir noteikti daži šīs trešās negodīgās rīcības tiesiskie aspekti [54].

93. Saskaņā ar šo judikatūru jēdziens "aplinku norādījums" attiecas uz situāciju, kurā produkta apzīmēšanai lietotais vārds ietver ACVN daļu tā, ka tad, kad patērētājs saskaras ar produkta nosaukumu, viņš iedomājas par produktu, kura nosaukums ir aizsargāts [55].

94. Atsauce uz ACVN daļ*as* lietošanu bija ieviesta saistībā ar faktiskajiem apstākļiem lietās, kurās ir pasludināti attiecīgie spriedumi, saskaņā ar kuriem ACVN norāde bija nepilnīga attiecīgo produktu preču zīmju vai nosaukumu pārklāšanās ("Gorgonzola/Cambozola" [56], "Parmigiano Reggiano/Parmesan" [57] un "Verlados/Calvados" [58]).

95. Faktiski, saistībā ar Regulu Nr. 110/2008 analizējot tādu preču zīmi, kurā bija pilnībā ietverts "Cognac" elements, Tiesa to uzskatīja nevis par "ļaunprātīgu izmantošanu", bet par "norādi", lai arī tas skāra stipros alkoholiskos dzērienus, kas neatbilda ACVN specifikācijām [59].

53 Tomēr vērtējums varētu būt citādāks, ja produktam būtu cits nosaukums, liekot patērētājam uzskatīt, ka tas ir sasaldēts šampanietis, ko var lietot kā sorbetu.

54 Savos secinājumos lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394), 94. un nākamajos punktos, aplūkoju arī aplinku norādījuma jēdzienu, kas ir piemērots ACVN *Porto/Port* lietojumam ar Savienības preču zīmi "Port Charlotte".

55 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35), 21. punkts un tajā minētā judikatūra, saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktu.

56 Spriedums, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115), 25. punkts.

57 Spriedums, 2008. gada 26. februāris, Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117), 44. punkts.

58 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35).

59 Spriedums, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), 58. punkts.

96. Attiecībā uz principiem, kas izstrādāti stipro alkoholisko dzērienu ACVN, tie pēc analoģijas var tikt piemēroti Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunktā minētajam norādījumam [60]. Regulas Nr. 1308/2013 preambulas deviņdesmit otrajā un deviņdesmit septītajā apsvērumā ir izskaidrots, ka ACVN aizsardzības mērķis ir ne tikai novērst maldināšanu un veicināt tirgus pārredzamību un godīgu konkurenci, bet arī panākt augstu patērētāju aizsardzības līmeni.

97. Šajā ziņā arī ir jāņem vērā judikatūrā noteiktie kritēriji, kuri, lai noteiktu aplinku norādījumu esamību, liek ņemt vērā samērā informēta, uzmanīga un apdomīga vidusmēra Eiropas patērētāja uztveri, kas ir samērīguma principa izpausme [61].

98. Pamatojoties uz šo judikatūru, iesniedzējtiesai (vai, attiecīgā gadījumā, zemākas instances tiesām) būs jālemj arī par to, vai šajā gadījumā ir aplinku norādījums uz ACVN "Champagne" [62]. Lai pamatotu savu spriedumu, kā esmu minējis iepriekš, var atsaukties ne tikai uz sorbeta nosaukumu, bet arī uz pārējiem elementiem, ar kuriem šis pārtikas produkts ir piedāvāts tirdzniecībā.

99. Neskarot iesniedzējtiesas kompetenci un to, ka tikai tā pilnībā var izvērtēt strīdīgos faktus, tomēr uzskatu, ka grafisko elementu lietošana uz produkta iepakojuma mudina uztvert ACVN "Champagne" kā aplinku norādījumu. To lietojot kopā ar nosaukumu "Champagner Sorbet", ražotājs un izplatītājs vēlas, lai patērētājs paturētu prātā šo ar ACVN saistīto kvalitāti un reputāciju, un vēlas tās piedēvēt sorbetam.

D. Par ceturto jautājumu

100. *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) vēlas noskaidrot, vai Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkts ir piemērojams tikai nepareizām un maldinošām norādēm, kas mērķauditorijai var radīt nepareizu priekšstatu par produkta ģeogrāfisko izcelsmi.

101. Lai labāk saprastu jautājumu, ir jāatsaucas uz lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu 62. un nākamajiem punktiem. No tiem izriet, ka šaubas rodas saistībā ar *CIVC* argumentu, ka šādu norāžu aizliegums esot *vispārējs* un tas attiecas ne tikai uz norādēm, kas rada sabiedrībai nepareizu priekšstatu par produkta ģeogrāfiskās izcelsmes vietu.

102. Iesniedzējtiesa, šķiet, sliecas atbalstīt šauru tiesību normas interpretāciju, proti, uzskatot, ka tā ir piemērojama tikai gadījumiem, kuros ar ACVN izmantošanu sabiedrība tiek maldināta vai dezinformēta par produkta izcelsmi.

103. Tomēr uzskatu, ka aizsardzība, kuru Kopienu likumdevējs ir vēlējies nodrošināt ACVN, ir plaša un runa nav tikai par maldināšanu par produktu izcelsmi, bet tās mērķis ir novērst arī vispārināšanas risku, bez izšķirības lietojot ACVN.

104. Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punktā ir iekļauta negodīgas rīcības veidu klasifikācija, ko esmu minējis iepriekš. Tā a) apakšpunktā ir minētas ACVN reputācijas izmantošanas darbības un b) apakšpunktā – ļaunprātīga izmantošana, atdarināšana vai aplinku norādījumi, savukārt c) apakšpunktā ir paplašināta tā aizsardzības joma, iekļaujot "norādes" (proti, patērētājam sniegtā informācija) uz produkta iepakojuma vai iepakojumā, vai reklāmā, kuras, lai arī tajās ir norādīts ACVN, ir nepareizas vai maldinošas norādes par produkta saikni ar šo ACVN.

60 Turpat, 22.–27. pants.

61 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35), 26.–28. punkts.

62 Sprieduma *Viiniverla* 31. punktā Tiesa ir atgādinājusi, ka iesniedzējtiesai "ir jāizvērtē, vai sidra spirta nosaukums "Verlados" ir "aplinku norāde" uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādi "Calvados" Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē".

105. Uzskatu, ka šā c) apakšpunkta *ratio* nemainās, ja komerciāla informācija par pārtikas produktu, kam ir *saikne* ar ACVN un kas tieši nokļūst pie patērētāja, var likt tam uzskatīt, ka šim produktam ir nodrošināta tāda pati aizsardzība un tam piemīt tāda pati kvalitāte kā ACVN, taču faktiski tas tā nav. Nepareiza vai maldinoša norāde, protams, var attiekties ne vien uz produkta izcelsmi, bet arī uz tā būtiskajām īpašībām (piemēram, garšu).

106. Kopumā aizsardzība, kas ir nodrošināta ar ceturtajā jautājumā minēto tiesību normu, neattiecas tikai uz gadījumiem, kuros patērētājs tiek maldināts par produkta ģeogrāfisko izcelsmi.

VI. Secinājumi

107. Saskaņā ar iepriekš minētajiem apsvērumiem, ierosinu Tiesai uz *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

"1) Padomes 2007. gada 22. oktobra Regulas (EK) Nr. 1234/2007, ar ko izveido lauksaimniecības tirgu kopīgu organizāciju un paredz īpašus noteikumus dažiem lauksaimniecības produktiem, 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums ir piemērojams, ja ACVN "Champagne" tiek lietots tādos apstākļos kā pamatlietā, lai apzīmētu pārtikas produktu, kas tiek pārdots ar nosaukumu "Champagner Sorbet";

2) Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) ievilkums ir jāinterpretē tādējādi, ka, lai izvērtētu, vai attiecībā uz pārtikas produktu "Champagner Sorbet", kura sastāvā ir 12 % Šampaņas vīna, nepamatoti netiek izmantota ACVN "Champagne" reputācija, iesniedzējtiesai ir jāizvērtē, vai pastāv likumīgas intereses, kas pamato šī ACVN lietošanu tā komerciālajā noformējumā.

   Lai izvērtētu, vai pastāv šāda nepamatota izmantošana, ir jāņem vērā, ka ACVN "Champagne" aizsargātā sastāvdaļa, kas ir pievienota pārtikas produktam, piešķir tam būtisku īpašību, kā arī iepakojuma un marķējuma elementi, kas liek patērētājam izveidot saikni starp šo produktu un ACVN "Champagne";

3) Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, lai izvērtētu, vai produkts "Champagner Sorbet" šīs tiesību normas izpratnē netieši nenorāda uz ACVN "Champagne", iesniedzējtiesai ir jākonstatē, vai, ņemot vērā tā nosaukumu un komerciālo noformējumu, samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs vidusmēra Eiropas patērētājs tiek vedināts domāt, ka minētais produkts gūst labumu no kvalitātes un reputācijas, kas piemīt produktam ar aizsargāto nosaukumu;

4) Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punkta c) apakšpunkts ir piemērojams ne tikai nepareizai vai maldinošai norādei, kas mērķauditorijai var radīt nepareizu priekšstatu par produkta ģeogrāfisko izcelsmi."